



SEDE - CUENCA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE INFUSIONES Y BEBIDAS DE HORCHATA AGROECOLÓGICA A
ESTABLECERSE EN EL CANTÓN NABÓN”

AUTOR:

SANTOS SANTOS WILMAN MISAEL

DIRECTORA:

ING. DIANA CALLE RAMÍREZ

CUENCA – ECUADOR

2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Wilman Misael Santos Santos, declaro bajo juramento; que el trabajo aquí descrito es de mi exclusiva responsabilidad y autoría, que no ha sido previamente presentado por ningún grado o calificación profesional, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento y autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana el uso del mismo con fines académicos.

A través de la presente declaración concedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Politécnica Salesiana, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Cuenca, 5 de Marzo de 2015



Wilman Misael Santos Santos.

C.I. 010655282-1

CERTIFICACIÓN

Ingeniera Diana Calle Ramírez, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, de la Carrera de Administración de Empresas.

CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado minuciosamente cada uno de los capítulos de la tesis, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIONES Y BEBIDAS DE HORCHATA AGROECOLÓGICA A ESTABLECERSE EN EL CANTÓN NABÓN”**, realizado por el estudiante; Wilman Misael Santos Santos, cumple con los requisitos académicos de la universidad, por lo tanto autorizo su presentación.

Cuenca, 5 de Marzo de 2015.



Ing. Diana Calle Ramírez

DIRECTORA DE TESIS

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis;

A Dios por demostrarme día tras día que con humildad, perseverancia y sabiduría todo se puede lograr, por haberme permitido llegar a estas instancias en mi vida personal y profesional.

A mi madre Deonicia, a mi padre Tarcisio y a mis hermanos por su apoyo incondicional y confianza que han depositado en mí, por estar conmigo en los triunfos y en los momentos difíciles siempre me tendieron la mano, por sus alentadores consejos para poder levantarme y seguir luchando por construir un futuro mejor.

Y a mis profesores gracias por su tiempo, paciencia y apoyo, así como también por compartir sus conocimientos durante el transcurso de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha llenado de bendiciones y sabiduría para afrontar los problemas y poder culminar mi formación universitaria.

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Ingeniera Diana Calle, quien con su paciencia, conocimiento y apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis.

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana y a todo el equipo docente de la Carrera de Administración de Empresas quienes me han transmitido sus conocimientos enseñándome a ser mejor en la vida y formarme profesionalmente.

En general, agradezco a todas y cada una de las personas con las que he compartido a lo largo de mi carrera universitaria, llevare en el corazón todos esos magníficos recuerdos compartidos dentro y fuera de las aulas, les agradezco por la amistad y colaboración que me han brindado.

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador posee una amplia variedad de plantas medicinales, las cuales por sus propiedades curativas y naturalidad en sus aromas, son usadas para el consumo humano, de esta manera este sector ha experimentado un crecimiento considerable en los últimos años y el consumo de sus productos derivados es cada vez más apetecido por los ecuatorianos e incluso ha tenido acogida en el exterior.

Es de esta actividad, que surge la idea de realizar el presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de infusiones y bebidas de horchata agroecológica a establecerse en el cantón Nabón, aprovechando las virtudes ecológicas y microclimáticas que posee este lugar para el cultivo de dicha especie.

En la primera parte se analizan los conceptos teóricos que infieren en la finalidad del estudio y cada una de las etapas de la creación de una empresa; en la factibilidad de mercado, se investiga la posible aceptación que podrían tener los productos en el mercado cuencano, cuyos resultados servirán para determinar si es viable o no la inversión y poder continuar con el estudio. El análisis de viabilidad legal, concierne a los lineamientos y requisitos que se deberán cumplir para el funcionamiento, en la sección; técnica operativa se analiza, la localización óptima, la capacidad de producción y los procesos requeridos para obtener el producto terminado.

Finalmente se examina cada una de las inversiones necesarias y los costos que se generarían para ejecutar el proyecto, incluyendo; inversiones, costos de producción, flujo de ingresos y egresos y análisis de rentabilidad, siendo todos estos positivos para la viabilidad del mismo.

Palabras claves: plantas medicinales, infusión, horchata agroecológica, estudio de factibilidad, análisis de rentabilidad.

ABSTRACT

Ecuador possesses a wide variety medicinal plants, those which for their healing properties and naturalness in their scents, are used for the human consumption, this way this segment has experienced a significant growth in the last years and the consumption of its derived products is more felt like for the Ecuadorians and even had acceptance in the exterior.

Is of this activity, that arises the idea of develop the present feasibility study for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of the infusions and beverages of agriecological orgeat to located in the town Nabón, taking advantage the ecological virtues and microclimatic that possesses this place for the cultivation of this species.

In first section it is analyzed the theoretical concepts that infer in the purpose of the study and each one of the stages of the creation of a company; in the market feasibility, it investigated the possible acceptance is investigated that could have the products in the cuencano market, whose results will be good to determine if is feasible or not the investment and continue with the study. The analysis legal viability, concerns the parameters and requirements that will be completed for the operation, in the section, operative technique it analyzed, the good localization, the production capacity and the processes required for obtain the finished product.

Finally examined each one of the necessary investments and the costs that would be generated for execute the project, including; investments, production costs, flow of revenues and expenditures and profitability analysis, being all these optimistic for the viability of the same.

Keywords: medicinal plants, infusion, agriecological orgeat, feasibility study, profitability analysis.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	I
CERTIFICACIÓN	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN EJECUTIVO	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Teorías Principales del Objeto de Estudio:.....	1
1.1.1. Teoría de Proyectos.....	1
1.1.2. Proyectos de Inversión.	1
1.1.3. Etapas de Estudio en un Proyecto de Inversión.	2
1.1.4. Teoría General de las Empresas.....	3
1.1.4.1. Clasificación de las Empresas.....	4
1.1.5. Teoría de la Producción.	5
1.1.6. Teoría de la Comercialización.	7
1.1.7. Teoría de las Infusiones y Bebidas Naturales.	8
1.1.8. Teoría de las Plantas Aromáticas y Medicinales.....	9
1.1.9. Descripción del grupo de Plantas Aromáticas y Medicinales que conforman la Horchata.....	9
1.1.10. Definición y Propiedades de la infusión de Horchata.....	18
1.1.11. La Teoría Agroecológica.....	19
1.2. El Diagnóstico Situacional.....	20
1.3. Factibilidad de Mercado.	21
1.3.1. Definición del Estudio de Mercado.....	21
1.3.2. El Tamaño de Muestra.	21
1.3.3. Segmentación Estratégica de Mercado.	23
1.4. Factibilidad Legal.	24

1.4.1.	El Estudio político-legal y las normativas de funcionamiento.....	24
1.4.2.	Ley de Compañías del Ecuador.....	24
1.4.3.	La Compañía Anónima.	26
1.5.	Factibilidad Técnica y Operativa.	27
1.5.1.	Definición de Estudio Técnico.....	27
1.5.2.	Localización Óptima del Proyecto.	27
1.5.3.	Determinación del Tamaño Óptimo.....	28
1.5.4.	¿Qué es la Capacidad Instalada?	28
1.5.5.	Distribución de la Planta.	28
1.5.6.	La Ingeniera del Proyecto.	29
1.5.7.	El Proceso de Producción.....	29
1.5.8.	El Diagrama de Flujos de Procesos.....	29
1.5.9.	La Planeación Estratégica.	30
1.6.	Factibilidad Financiera.	31
1.6.1.	Definición del Estudio Financiero.	31
1.6.2.	El Presupuesto de Inversión.....	31
1.6.3.	¿Qué y cuáles son los tipos de Costos?.....	31
1.6.4.	El Flujo de Caja.....	33
1.6.5.	Principales Indicadores Financieros.....	33
CAPÍTULO II		35
2.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL.	35
2.1.	Análisis Económico Actual de las Plantas Aromáticas y Medicinales en Ecuador.	35
2.1.1.	Producción Nacional.....	35
2.1.2.	Análisis FODA del sector de las Plantas Aromáticas - Medicinales. ..	38
2.1.3.	Exportación Nacional de plantas aromáticas y medicinales.	40
2.2.	Clasificación de las Plantas Aromáticas y Medicinales en Ecuador.	43
2.3.	Las Principales Zonas de Cultivo.	44
2.4.	La Horchata como Producto Industrializado.	45
2.5.	Nabón Pionero en Producción Agroecológica.....	46
2.6.	Análisis del Macro – Ambiente.	47
2.6.1.	Producto Interno Bruto.....	47
2.6.2.	La Inflación.	48
2.6.3.	La Tasa de Interés.	49

2.6.4.	El Comercio Interno en el Ecuador.....	50
2.6.5.	Análisis Social.....	51
2.6.5.1.	Población.....	51
2.6.5.2.	El Mercado Laboral (desempleo).....	52
2.6.5.3.	Canasta Familiar Básica.....	53
2.6.6.	Análisis Tecnológico.....	54
2.7.	Análisis del Micro – Ambiente.....	54
2.7.1.	Situación Actual de la Competencia.	54
2.7.2.	Los Canales de Distribución.	57
2.7.3.	La Demanda.	58
2.8.	Los Proveedores.....	58
2.8.1.	Proveedores de Materia Prima.	58
2.8.2.	Proveedores de Maquinaria, Equipos e Insumos.	60
CAPITULO III.....		62
3.	FACTIBILIDAD DE MERCADO.	62
3.1.	Estudio de mercado.....	62
3.1.1.	Las Tendencias del Mercado en el Consumo de Bebidas.....	62
3.1.2.	Análisis al Comportamiento del Consumidor.....	63
3.1.3.	Análisis de la Oportunidad de Mercado.....	65
3.1.4.	Definición y Diferenciación de los Productos.	65
3.1.5.	Las Necesidades a Satisfacer.	65
3.1.6.	Análisis de la Competencia.....	66
3.1.7.	Análisis de la Demanda.....	68
3.1.8.	Segmentación Específica de Mercado.	70
3.1.9.	Definición del Tamaño de la Muestra.....	71
3.1.10.	Diseño de la Encuesta.	72
3.2.	Análisis General de los Resultados.....	75
3.2.1.	Análisis de la Demanda Insatisfecha.....	83
3.2.2.	Conclusión de la Investigación de Mercado.	85
4.	PROPUESTA DE FACTIBILIDAD.....	87
4.1.	Factibilidad Legal.	87
4.1.1.	Estudio Político Legal.....	87
4.1.2.	Plan Nacional Para el Buen Vivir.	88

4.1.3.	El cambio de la Matriz Productiva.....	89
4.1.4.	Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.	89
4.1.5.	Marco Legal de las Leyes que afecten a la Constitución de la Empresa. 90	
4.1.5.1.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Nabón.....	90
4.1.5.2.	Constitución Legal de la Empresa.....	91
4.1.5.3.	Definición de la Base Legal.	91
4.1.5.4.	Pasos a seguir para Constituir la Empresa.	93
4.1.5.5.	Patentes y Permisos Municipales.	97
4.1.5.6.	Permisos de Construcción de la Planta.	97
4.1.5.7.	Obtención de la Patente Municipal.	98
4.1.5.8.	Solicitud y Aprobación del Permiso del Cuerpo de Bomberos del cantón Nabón. 98	
4.1.6.	El Registro Sanitario.	99
4.1.8.	Obtención del Código de Barras.	102
4.1.9.	Desarrollo de la Propiedad Intelectual.	102
4.2.	FACTIBILIDAD TÉCNICA - OPERATIVA.	104
4.2.1.	Estudio Técnico.....	104
4.2.2.	Condiciones para la Producción de Plantas Medicinales.....	104
4.2.3.	Ubicación de la Empresa Productora de Infusiones y Bebidas.....	106
4.2.3.1.	Macro localización.	106
4.2.3.2.	Micro localización.....	107
4.2.3.3.	Croquis de la Ubicación de la Empresa.	108
4.2.4.	Materia Prima, Insumos, Maquinaria y Equipos Necesarios.	109
4.2.5.	Ingeniería del Producto.	111
4.2.5.1.	Manejo Post – Cosecha.	111
4.2.5.2.	Proceso en Planta.	112
4.2.6.	Los Procesos de Producción.	114
4.2.6.1.	Descripción de los Procesos.....	116
4.2.7.	Descripción y Características de la Maquinaria.....	120
4.2.8.	Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto.....	126
4.2.9.	Distribución de la Planta de Producción.	130
4.2.10.	Planeación Estratégica y Estructura Organizacional.....	131
4.2.11.	Organigrama Institucional.....	133

4.2.12. Perfiles del Cargo.....	134
4.2.13. Identidad de la Empresa y sus Productos.....	135
4.3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	137
4.3.1. Presupuesto de Inversión.....	137
4.3.2. Estructura del Financiamiento.....	139
4.3.3. Tabla de Amortización.....	140
4.3.4. Determinación de los Costos, Gastos e Ingresos del Proyecto.	142
4.3.4.2. Costos Generales de Producción, Mano de Obra Directa y Gastos Administrativos.....	143
4.3.4.3. Costos de Producción para las Infusiones.....	145
4.3.4.4. Costos de Producción para las Bebidas.....	146
4.3.4.5. Costos Anuales de Producción.....	147
4.3.4.6. Ingresos Anuales por Concepto de Ventas.	148
4.3.5. Flujo Anual de Ingresos y Egresos.	148
4.3.6. Evaluación Financiera del Proyecto.....	150
4.3.7. Análisis de Rentabilidad.	151
4.3.8. Recuperación de la Inversión.....	151
4.4. CONCLUSIONES.....	152
4.5. RECOMENDACIONES.....	154
4.6. BIBLIOGRAFÍA.....	155
4.7. BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA.....	157
4.8. ANEXOS	158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Etapas en un Estudio de Factibilidad.....	2
Tabla N° 2: Clasificación de las Empresas.....	4
Tabla N° 3: Conceptos de Infusiones y Bebidas.	8
Tabla N° 4: Descripción de las Plantas Aromáticas y Medicinales.	10
Tabla N° 5: Requisitos para Constituir una Compañía.	25
Tabla N° 6: Clasificación de los Planes.	30
Tabla N° 7: Clasificación de los Costos.....	32
Tabla N° 8: Principales Indicadores Financieros.	33
Tabla N° 9: Organizaciones Productoras de Plantas Aromáticas y Medicinales.	37
Tabla N° 10: FODA del Sector de las Plantas Aromáticas – Medicinales.....	39
Tabla N° 11: Productos del sector Ingredientes Naturales.....	41
Tabla N° 12: Organizaciones y Empresas Procesadoras.....	45
Tabla N° 13: Tasas Máximas de los Segmentos de Crédito.....	49
Tabla N° 14: Canasta Familiar Básica y Vital e Ingresos Familiares.	53
Tabla N° 15: Empresas y Productos comercializados en Cuenca.	55
Tabla N° 16: Empresas productoras de bebidas de Horchata.....	56
Tabla N° 17: Proveedores de Horchata.	59
Tabla N° 18: Principales Proveedores de; Maquinaria, Equipos e Insumos.....	60
Tabla N° 19: Beneficios de Consumir Infusiones y Bebidas Refrescantes.....	66
Tabla N° 20: Desagregación de la Competencia.....	67
Tabla N° 21: Desagregación de la Demanda.....	69
Tabla N° 22: Parroquias Urbanas de Cuenca.	72
Tabla N° 23: Desagregación de la Demanda y Producción Potencial.	84
Tabla N° 24: Integración de Capital de la Compañía.....	92
Tabla N° 25: Porcentajes de Cultivo de la Materia Prima.	105
Tabla N° 26: Materia Prima e Insumos para la Elaboración de los Productos.....	109
Tabla N° 27: Maquinaria y Equipos Necesarios para la Producción.	110
Tabla N° 28: Maquinaria para el Proceso de Producción Inicial.	121
Tabla N° 29: Maquinaria para la Producción de Infusiones.....	122
Tabla N° 30: Maquinaria para Preparación de Jarabe de la Bebida.	123
Tabla N° 31: Maquinaria para el Envasado de la Bebida.....	124

Tabla N° 32: Tamaño del Proyecto.	126
Tabla N° 33: Capacidad Utilizada en la Maquinaria de Infusiones.	127
Tabla N° 34: Capacidad Utilizada en la Maquinaria de Infusiones.	128
Tabla N° 35: Abastecimiento de Suministros.	129
Tabla N° 36: Marco Estratégico de la Empresa.	131
Tabla N° 37: Políticas y Valores.	132
Tabla N° 38: Perfiles del Personal Requerido.	134
Tabla N° 39: Logotipos de la Empresa sus Productos.	135
Tabla N° 40: Detalle y Presupuesto de Inversión.	138
Tabla N° 41: Tasas de Interés Vigentes Febrero del 2015.	140
Tabla N° 42: Tabla de Amortización.	140
Tabla N° 43: Rol de Pagos Proyectado.	142
Tabla N° 44: Rol de Provisiones Proyectado.	143
Tabla N° 45: Hoja Anual de Costos Generales de Fabricación.	144
Tabla N° 46: Hoja de Costos para las Infusiones.	145
Tabla N° 47: Hoja de Costos de las Bebidas.	146
Tabla N° 48: Hoja Anual de Costos para Infusiones y Bebidas.	147
Tabla N° 49: Ingresos Anuales por Ventas.	148
Tabla N° 50: Flujo de Caja Proyectado.	149
Tabla N° 51: Indicadores Financieros.	150
Tabla N° 52: Recuperación de la Inversión.	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Estructura de la Producción.	5
Gráfico N° 2: Modelo de Gestión de una Cadena de Suministros.	6
Gráfico N° 3: Definiciones de las Plantas Aromáticas y Medicinales.	9
Gráfico N° 4: Beneficios y Ventajas de la Agricultura Ecológica.	20
Gráfico N° 5: Criterios y Variables de Segmentación.....	23
Gráfico N° 6: Estructura Productiva del Sector.	38
Gráfico N° 7: Exportaciones; Ingredientes Naturales (2009 – Nov. 2014).....	41
Gráfico N° 8: Destinos de las Exportaciones (2009 - 2014).	42
Gráfico N° 9: Exportaciones de Plantas y sus Partes (2009 – Nov. 2014).....	43
Gráfico N° 10: Principales Zonas de Cultivo de Horchata.....	44
Gráfico N° 11: Evolución del PIB (2009 - 2014).....	47
Gráfico N° 12: Comportamiento Anual de la Inflación (2009 – Nov 2014).....	48
Gráfico N° 13: Participación del Sector; en la Actividad Comercial.	50
Gráfico N° 14: Proyección de la Población Ecuatoriana (2015 – 2050.).....	51
Gráfico N° 15: Tasa de Desempleo (2009 – Sep. 2014.)	52
Gráfico N° 16: Canales Actuales de Distribución.....	57
Gráfico N° 17: Segmentación Específica de Mercado.	70
Gráfico N° 18: Conocimiento de las Propiedades Medicinales de la Horchata.	75
Gráfico N° 19: Consumidores de Infusión de Horchata.....	75
Gráfico N° 20: Formas en las que Actualmente Compran Horchata.	76
Gráfico N° 21: Aceptación de la Horchata en Bolsitas de Té.	76
Gráfico N° 22: Lugares Preferidos para Comprar.	77
Gráfico N° 23: Frecuencia y Cantidad de Consumo de Infusiones de Horchata. ...	77
Gráfico N° 24: Lugares Preferidos para Consumir Infusiones.....	78
Gráfico N° 25: Marcas Preferidas por los Consumidores.	78
Gráfico N° 26: Precios que Pagarían los Consumidores.	79
Gráfico N° 27: Aceptación de la Bebida de Horchata.....	79
Gráfico N° 28: Niveles de Consumo de Bebidas Naturales.	80
Gráfico N° 29: Potenciales Competidores en Bebidas	80
Gráfico N° 30: Principales Medios de Distribución.....	81
Gráfico N° 31: Sabores Preferidos para la Bebida.	81
Gráfico N° 32: Aceptación de la Bebida en Botella de Vidrio.	82

Gráfico N° 33: Valores que Pagarían por la Bebida.....	82
Gráfico N° 34: Razón por la que Comprarían los Productos Expuestos.....	83
Gráfico N° 35: Sistema Político actual del Ecuador.	87
Gráfico N° 36: Logo distintivo de la Compañía.....	91
Gráfico N° 37: Procedimiento para Constituir la Empresa.	93
Gráfico N° 38: Requisitos de Apertura de la Cuenta Integración de Capital.....	94
Gráfico N° 39: Requisitos para Elevar la Escritura Pública.....	94
Gráfico N° 40: Requisitos para Inscribir la Compañía.....	95
Gráfico N° 41: Requisitos para la Inscripción de los Representantes Legales.....	96
Gráfico N° 42: Requisitos para obtención del RUC sociedades.	96
Gráfico N° 43: Requisitos para el Permiso de Construcción.	97
Gráfico N° 44: Requisitos para registrar la Patente Municipal.	98
Gráfico N° 45: Requisitos para el Permiso de Bomberos.	99
Gráfico N° 46: Requisitos para Aprobación de Estudio contra Incendios.	99
Gráfico N° 47: Requisitos para obtener Registro Sanitario.	100
Gráfico N° 48: Requisitos para Obtener la Clave Patronal.	101
Gráfico N° 49: Requisitos para solicitar un Código de Barras.....	102
Gráfico N° 51: Sistema de Cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales.....	104
Gráfico N° 52: Macro localización del Proyecto.	106
Gráfico N° 53: Micro localización del Proyecto.	107
Gráfico N° 54: Ubicación Específica de la Empresa.....	108
Gráfico N° 55: Sistema de Manejo Post-Cosecha.	111
Gráfico N° 56: Proceso de la Materia Prima en Planta.	113
Gráfico N° 57: Proceso de Deshidratado de la Materia Prima.....	114
Gráfico N° 58: Flujo de los Procesos de Producción.	115
Gráfico N° 59: Proceso de Trituración de la Materia Prima.	116
Gráfico N° 60: Cuarto de Almacenamiento del Producto Terminado.	117
Gráfico N° 61: Formulación y Elaboración del Jarabe.	118
Gráfico N° 62: Formulación y Elaboración del Jarabe.	119
Gráfico N° 63: Embotellado y Tapado de la Bebida.....	120
Gráfico N° 64: Distribución de la Planta.....	130
Gráfico N° 65: Estructura Organizacional.	133
Gráfico N° 66: Origen del Financiamiento del Proyecto.	139

CAPÍTULO

I

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.

1.1. Teorías Principales del Objeto de Estudio:

1.1.1. Teoría de Proyectos.

“Un proyecto es un esfuerzo temporal emprendido para crear un único producto, servicio o resultado”.¹

Un proyecto puede definirse también; “como una serie de labores relacionadas, por lo general dedicada a una producción importante y cuya ejecución requiere un tiempo considerable”.² En base a los conceptos anteriores, un proyecto se puede deducir como; la planificación de un conjunto de actividades a desarrollarse de manera coordinada para subsanar las problemáticas que se hayan identificado en la sociedad.

1.1.2. Proyectos de Inversión.

Un proyecto de inversión lo podemos describir como “un plan, al que se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”. La importancia de los proyectos radica en que se constituyen en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los efectos que puede generar su ejecución y operación en cuanto a la solución de los problemas existentes, al desarrollo económico y social de una región o un país y, en particular, por los beneficios que le pueda generar a un inversionista.³

¹ ANGULO, Luis, Gestión de Proyectos, Editorial Macro E.I.R.L, Lima-Perú, 2010, Pág, 21.

² CHASE, Richard, otro, Administración de Operaciones, Mc Graw Hill Education, 13^{VA} Edición, México DF, 2014, Pág, 335.

³ MEZA, Jhonny, Evaluación Financiera de Proyectos, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2010, Pág, 16.

1.1.3. Etapas de Estudio en un Proyecto de Inversión.

Una vez que se haya clarificado la idea del proyecto a emprender, haber analizado aspectos preliminares como: demanda insatisfecha, disponibilidad de recursos y oportunidades en el mercado, es necesario estudiar y planificar las siguientes etapas:

Tabla N° 1: Etapas en un Estudio de Factibilidad

ETAPA	DEFINICIÓN
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	En esta se perfeccionan los aspectos de mercado, técnicos, financieros, administrativos, institucionales y ambientales, se acude a información primaria para las variables relevantes, con el fin de contrastar la hipótesis planteada.
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	Conduce a la identificación precisa del plan de negocios, a través de la investigación de mercado, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo, inversiones necesarias, etc. los que permitan obtener argumentos para la ejecución del proyecto.
CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	Define los responsables, de la dirección de las actividades del plan de negocio, la forma como se van a realizar las inversiones, la ejecución y evaluación del proyecto, se busca que todo lo planificado se haga realidad.

Fuente: FLÓREZ, Juan, Proyectos de inversión para las PYME, (2010), Págs., 7, 8, 9.

Elaboración: El Autor.

Los principales estudios a desarrollarse en un proyecto de inversión, parten de un análisis socio-económico del entorno y el estudio de las viabilidades; legales, de mercado, técnicas y financieras, las mismas que serán detallados en el transcurso del presente capítulo.

1.1.4. Teoría General de las Empresas.

En términos económicos, el maestro Isaac Guzmán V. define a la empresa como: “la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común”.⁴

Se entenderá también por empresa: “toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizara a través de uno o más establecimientos de comercio”⁵

Los constantes cambios y exigencias que actualmente genera la sociedad han permitido establecer y disponer de modelos de empresas que satisfacen las necesidades de la misma. En razón a lo anterior una empresa también podría definirse como: “la entidad creada para ofrecer; productos, bienes o la prestación de servicios que surgen de las necesidades y oportunidades que presenta un mercado”.

Objetivos de una Empresa.

El objetivo de una empresa, sin importar su magnitud, consiste principalmente en la elaboración de productos, bienes o servicios, para cubrir y satisfacer de las necesidades sociales. No obstante, si se trata de una empresa de economías de mercado, sus objetivos primordiales serán los siguientes:

- ✓ **Externo:** producir y vender bienes o servicios que cubran las expectativas de los consumidores, lograr participación y posicionamiento en el mercado.
- ✓ **Interno:** buscar constantemente la obtención máxima de las utilidades.

⁴ HERNÁNDEZ, Sergio, otros, Fundamentos de gestión empresarial, 1^{RA} Edición, Mc Graw Hill, México DF, 2012, Pág, 22.

⁵ RINCON, Carlos, Contabilidad Siglo XXI, 2^{DA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2012, Pág, 6.

1.1.4.1. Clasificación de las Empresas.

Las empresas en Ecuador generalmente se clasifican; por su actividad, origen de capital, su magnitud, número de empleados y el volumen de ventas.

Tabla N° 2: Clasificación de las Empresas.

SEGÚN SU ACTIVIDAD:		
INDUSTRIALES	Su actividad es producir bienes o productos mediante la extracción y transformación de materias primas.	
COMERCIALES	Son intermediarias entre el productor y el consumidor, su función es: comprar y vender productos terminados aptos para el uso y consumo.	
SERVICIOS	Brindan servicios a la comunidad pudiendo tener o no fines de lucro.	
SEGÚN EL ORIGEN DE CAPITAL:		
PÚBLICAS	Su capital pertenece y administra el estado, cuyo deber y objetivo es cubrir las necesidades sociales.	
PRIVADAS	El capital es cubierto por los inversionistas, su objetivo es obtener utilidades en su totalidad.	
MIXTAS	Su capital es aportado por el estado y el sector privado para promover la inversión en las cuales el sector privado no pueda hacerlo sin la participación del sector público.	
SEGÚN SU TAMAÑO, NÚMERO DE EMPLEADOS Y VENTAS ANUALES:		
MICRO	De 1 a 9 empleados.	Desde 0\$ hasta 100.000\$
PEQUEÑA	11 a 49 empleados.	Desde 101.000\$ hasta 1.000.000\$
MEDIANA	50 a 199 empleados.	Desde 1,000.001\$ hasta 5,000.000\$
GRANDE	De 200 empleados en adelante.	Mayores a 5,000.000\$

Fuente: Superintendencia de Compañías, acorde a la Resolución 1260 de la CAN (2009).

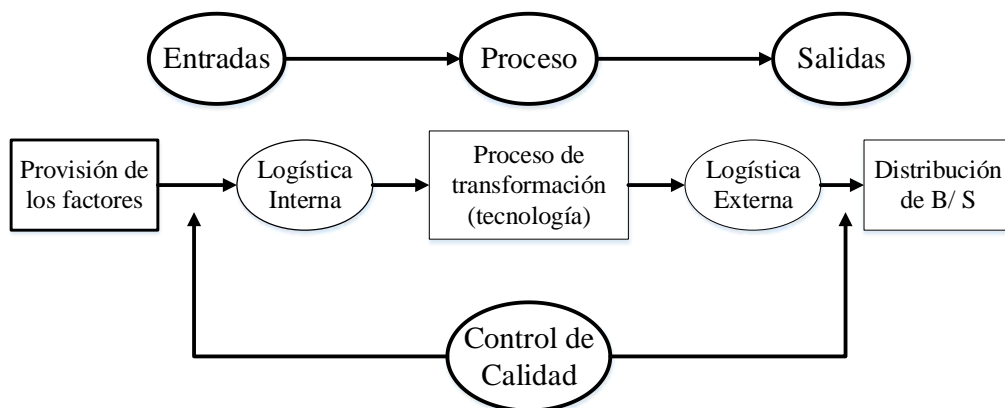
Elaboración: El Autor.

1.1.5. Teoría de la Producción.

“La producción es la actividad inicial que se da como un proceso de transformación de la naturaleza por medio de la actividad humana, para satisfacer sus necesidades. Es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir con el objeto de consumirlos y satisfacer sus necesidades”.⁶

La estructura productiva engloba y combina; la recepción de los factores productivos (insumos, materias primas), al ser transformados con la asistencia de tecnología, maquinaria y control de calidad se obtiene productos finales, los que significan salidas para la empresa.

Gráfico N° 1: Estructura de la Producción.



Fuente: Concepto y estructura de la producción, 10/12/2014, http://www.adeudima.com/?page_id=367

Elaboración: El Autor.

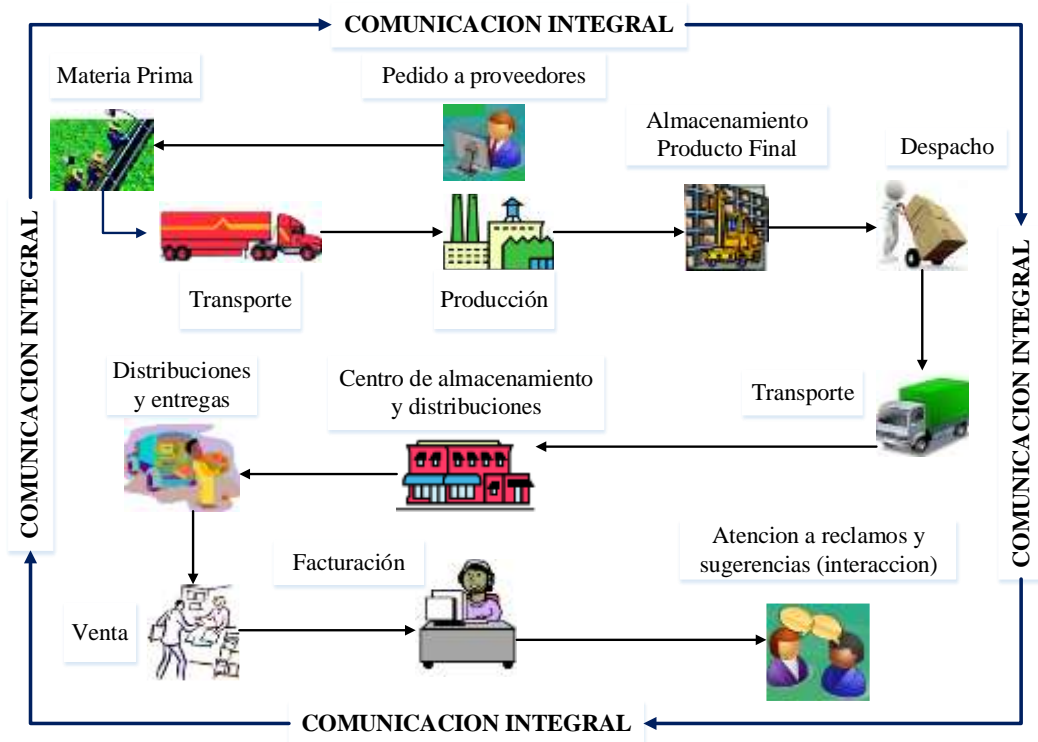
En general, la producción consiste en combinar eficientemente; el trabajo productivo y los medios de producción, es decir; fijar la función de la producción y su costo acorde a los objetivos planteados, a la situación empresarial y del mercado y planificar actividades coherentes a los aspectos económicos, técnicos y sociales con el objeto de obtener los máximos rendimientos y utilidades posibles.

⁶ MÉNDEZ, José, La Economía en la Empresa, 4^{TA} Edición, Mc Graw Hill, México, D.F, 2012, Pág. 108.

La Gestión de la Cadena de Suministros.

“Una cadena de suministro se compone de todas las partes involucradas, directa o indirectamente, para satisfacer la petición de un cliente. Incluye no solo al fabricante y los proveedores, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle, e incluso a los clientes mismos”⁷.

Gráfico N° 2: Modelo de Gestión de una Cadena de Suministros.



Fuente: El Autor.

Elaboración: El Autor.

Por lo tanto la gestión de la cadena de suministros, es la estrategia integrada y flexible que utiliza una empresa para administrar las partes involucradas en los procesos de producción y venta, en todos estos se debe tener un adecuado sistema de comunicación atendido y controlado oportunamente, para evitar pérdidas de tiempo y recursos.

⁷ SUNIL, Chopra, Administración de la Cadena de Suministro, 5^{TA} Edición, Pearson Educación, Juárez-México, 2013, Pág. 1.

1.1.6. Teoría de la Comercialización.

La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir el objetivo de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de ventas de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra - venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento.⁸

Los Canales de Distribución.

El canal de distribución lo constituye una serie de organizaciones interdependientes que hacen llegar los productos y servicios desde los fabricantes hasta los consumidores y usuarios finales, estos pueden ser: intermediarios, distribuidores; mayoristas, minoristas y agencias de servicios, representan un sistema interactivo que implica todos los componentes del mismo: *fabricante, intermediario y consumidor.*⁹

La importancia de los canales de distribución, radica en que aportan; beneficios de lugar y tiempo para los fabricantes, el de lugar refiere a que coloca el producto cerca del consumidor evitando recorrer grandes distancias, y el de tiempo, a que el producto este cerca del consumidor en el momento preciso. Otra de las ventajas de usar canales de distribución es que los intermediarios también venden productos complementarios de tal manera que atraen mayor número de clientes y logran una distribución masiva y eficiente.

⁸ ¿Qué es Comercialización?, 20/10/2014, <http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>

⁹ BUREAU, Veritas, Logística Integral, 2^{DA} Edición, Fundación Confemetal, España, 2011, Pág, 343.

1.1.7. Teoría de las Infusiones y Bebidas Naturales.

Tienen características y procesos de preparación similares, parte de la recolección de; hierbas, plantas medicinales o partes de estas, ya sea secas o verdes acorde a las propiedades de cada una de ellas y al combinarlas con agua caliente, agregar endulzante de ser necesario, se obtiene lo que tradicionalmente se conoce como: té, infusión, tisana o aguas aromáticas.

Tabla N° 3: Conceptos de Infusiones y Bebidas.

COMPUESTOS	DEFINICIONES
Infusión	Bebida que se obtiene de diversos frutos o hierbas aromáticas, consiste en verter agua hirviendo sobre el producto vegetal (flores, hojas, raíces, polvos, etc.) en este proceso se extrae las partes solubles y elementos activos de la planta.
Agua o Bebida	Preparación líquida de alguna planta o hierba medicinal obtenida ya sea por infusión o por cocción.
Tisana	Bebida líquida medicinal que resulta del cocimiento ligero o infusión, de una o varias sustancias medicinales y otros ingredientes en agua.
Té	Es una bebida preparada a base de hojas secas de planta de té, de pequeños árboles o de plantas medicinales y se consume como bebida ya sea caliente o fría.

Fuente: DURAN, Felipe, Plantas Aromáticas y Medicinales, (2009), Pág. 9.

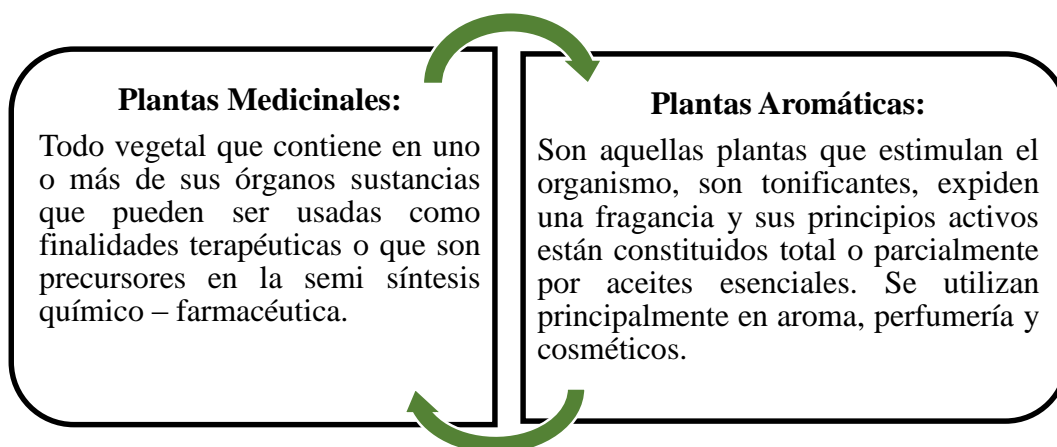
Elaboración: El Autor.

Los conceptos que han adoptado estos compuestos son semejantes, el cómo decidan llamarlo dependerá de la cultura del lugar donde se consume, así por ejemplo; en Europa se conoce como té, en Perú y Bolivia se denomina; tisana. Las plantas con las que se preparan están clasificadas entre aromáticas y medicinales y son detalladas a continuación.

1.1.8. Teoría de las Plantas Aromáticas y Medicinales.

Conceptualmente estas especies de plantas se relacionan por sus propiedades y beneficios curativos, la singularidad de sus esencias aromáticas hacen que se utilicen también como ingredientes para bebidas y otros alimentos.

Gráfico N° 3: Definiciones de las Plantas Aromáticas y Medicinales.



Fuente: Proyecto CORPEI – CBI, Plantas Medicinales.




Elaboración: El Autor.

1.1.9. Descripción del grupo de Plantas Aromáticas y Medicinales que conforman la Horchata.


Las 25 especies de plantas y hierbas que conforman la Horchata, se caracterizan por la particularidad de sus aromas y propiedades medicinales, las que han logrado ser comprobadas con el transcurso del tiempo por la medicina ancestral que popularmente se utiliza en Ecuador.

Las características de cada una de estas plantas se detallan en la siguiente tabla, como referencia bibliográfica se ha tomado únicamente La Enciclopedia de las Plantas Útiles del Ecuador, publicada por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en el año 2008, debido a que es el único estudio realizado específicamente a las plantas del país.

Tabla N° 4: Descripción de las Plantas Aromáticas y Medicinales.


1.- ALBAHACA		
 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Ocimum basilicum.
	Hábito:	Terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada
	Nombre común:	Albahaca de comer.
	USOS Y PROPIEDADES:	
<p>La infusión de las hojas y flores, frescas o secas se emplean para tratar el reumatismo, desórdenes nerviosos, el dolor de estómago y la diarrea. Las hojas y flores, en cocción, se usan para tratar la fiebre, resfríos y dolores de cabeza.</p> <p>Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 389).</p>		
2.- AMARANTO		
 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Amaranthus hybridus.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Nativa. Cultivada
	Nombre común:	Ataco.
	USOS Y PROPIEDADES:	
<p>La planta en infusión, se usa para limpiar la sangre, tratar los ataques, controlar los nervios, útil para regular la menstruación, tratamiento de afecciones al corazón. La infusión con miel se toma para tratar la inflamación del frío.</p> <p>Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 155, 156).</p>		
3.- ANÍS		
 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Tagetes filifolia
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Nativa. Cultivada
	Nombre común:	Anís de campo.
	USOS Y PROPIEDADES:	
<p>La planta se usa para preparar una infusión, porque tiene buen sabor, la corteza y las hojas para preparar aguas aromáticas. La planta, en infusión se usa para los resfríos, cólicos, dolor de estómago, tiene propiedades estomacales y tónicas.</p> <p>Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 235, 398).</p>		

4.- BORRAJA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Borago officinalis.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada
	Nombre común:	Borraja azul.
USOS Y PROPIEDADES:		

Se utiliza para tratar afecciones a los nervios. La infusión de la planta en agua, sirve para recobrar vitalidad, tratar la fiebre, tos, resfríos, gripe y bronquitis. Es estimulante de las funciones cutáneas y es útil para tratar, afecciones pulmonares y el sarampión. Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 253).


5.- CEDRÓN

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Lippia chevalieri.
	Hábito:	Arbusto.
	Origen:	Nativa. Cultivada.
	Nombre común:	Cedrón.
USOS Y PROPIEDADES:		

Las hojas y flores se usan para preparar aguas aromáticas y refrescos. La infusión de las hojas y flores se bebe para tratar los sustos y la falta de ánimo. Las hojas en infusión se usan para tratar problemas del corazón, presión, dolores estomacales y desmayos.

Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 615).


6.- CLAVEL

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Dianthus caryophyllus
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada
	Nombre común:	Clavel.
USOS Y PROPIEDADES:		

La infusión se bebe como agua aromática. Los pétalos, en infusión junto con los pétalos de moradilla, malva y alelí blanco, se usan para preparar tisanas o aguas frescas. Las hojas y flores, en infusión se usan para tratar afecciones del corazón, depresión anímica y para eliminar la melancolía.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 277).


7.- COLA DE CABALLO

	Nombre Científico:	Equisetum giganteum.
	Hábito:	Helecho terrestre.
	Origen:	Nativa.
	Nombre común:	Chupa caballo.
Imagen: Google.	USOS Y PROPIEDADES:	

Las hojas se emplean para limpiar la sangre, se usa para tratar afecciones del hígado, de los riñones y del sistema urinario. La infusión de los tallos y las hojas es diurética, se aplica para tratar enfermedades renales. La infusión se aplica para lavar heridas y para tratar inflamaciones en la boca y encías.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 128).


8.- DURAZNILLO

	Nombre Científico:	Oenothera rosea.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Nativa.
	Nombre común:	Shullu.
Imagen: Google.	USOS Y PROPIEDADES:	

La infusión de las hojas y flores en horchata se usa para tratar inflamaciones y afecciones renales. Es eficaz como purgante.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 476).

9.- ESCANCEL

	Nombre Científico:	Aerva sanguinolenta.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada.
	Nombre común:	Escancel.
Imagen: Google.	USOS Y PROPIEDADES:	

Se usa como ingrediente en la preparación de aguas frescas. La infusión de las hojas de las hojas mezclada con miel, se usa para tratar dolores de cabeza, tos y desórdenes pulmonares, circulatorios y respiratorios. La infusión de las hojas se usa como purgante, para lavar o limpiar infecciones de la piel y para tratar inflamaciones. La infusión del tallo, hojas y jugo de limón, se bebe como refrescante del organismo.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 153, 158).

10.- FLOR DE CRISTO



Imagen: Google.

Nombre Científico:	Epidendrum jamiesonis.
Hábito:	Hierba epífita.
Origen:	Nativa.
Nombre común:	Flor de cristo.

USOS Y PROPIEDADES:

La flor, en infusión, se usa para tratar problemas del corazón y de los nervios. La infusión de la raíz, es efectiva para el tratamiento de afecciones de los riñones y del hígado. Las hojas, en infusión, y mezcladas con hojas de caballo chupa, se usan para tratar inflamaciones de los riñones.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 478).

11.- GAÑAL



Imagen: Google.

Nombre Científico:	Oreocallis grandiflora.
Hábito:	Arbusto o árbol.
Origen:	Nativa.
Nombre común:	Gañil.

USOS Y PROPIEDADES:

La flor se usa para preparar bebidas refrescantes como la horchata. La flor se usa para tratar afecciones hepáticas, y malestares de la gripe, y en infusión, baja la fiebre y alivia dolores de riñones. Se usa para tratar afecciones del tacto intestinal, la ulcera gástrica, la diabetes y el colesterol.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 528).

12.- HIERBA LUISA



Imagen: Google.


Nombre Científico:	Cymbopogon citratus.
Hábito:	Hierba terrestre.
Origen:	Introducida. Cultivada.
Nombre común:	Hierba buena.

USOS Y PROPIEDADES:

Las hojas se utilizan para preparar aguas aromáticas, refrescos y dulces. La infusión de las hojas se usa como estimulante del sistema nervioso, ayudan a la digestión y es efectiva para tratar dolores de cabeza, estomago, gastritis y reumatismo.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 511).


13.- HOJA DE CANELA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Ocotea quixos.
	Hábito:	Árbol.
	Origen:	Nativa. Cultivada.
	Nombre común:	Canela.
	USOS Y PROPIEDADES:	

La corteza y las hojas se usan para preparar aguas aromáticas. La flor sirve como condimento de comidas o bebidas como la colada morada. En la medicina, las hojas en infusión, se usan para curar la diarrea, artritis y calambres.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 399).

14.- LINAZA


 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Linum usitatissimum.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada.
	Nombre común:	Lino.
	USOS Y PROPIEDADES:	

Las semillas en infusión se usan como bebida refrescante. Las semillas se toman en infusión, junto con malva y shullo, para tratar el dolor del hígado y del estómago.

Las semillas usan en infusión para tratar, el dolor de muela, riñones e intestinos.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 405).


15.- LLANTÉN

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Plantago lanceolata.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada.
	Nombre común:	Llantén de páramo.
	USOS Y PROPIEDADES:	

La infusión de las hojas se usa para purificar la sangre, el jugo fresco extraído de las hojas se usa para tratar úlceras y el dolor de cabeza y estómago, la flor y las hojas en infusión reconfortan el mal estar causado por las hemorroides. Es diurético, se usa para tratar la inflamación de los ovarios.


Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 505).

16.- MALVA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Lavatera cretica.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada
	Nombre común:	Malva.
USOS Y PROPIEDADES:		


Se usa para preparar aguas aromáticas. La flor en infusión se usa para tratar afecciones renales, infecciones, hinchazones, inflamaciones de piel y el útero. Se usa como purgante, para tratar los pujos con sangre y para los resfríos.
 Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 414).

17.- MANZANILLA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Hyptis capitata.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Nativa. Cultivada.
	Nombre común:	Manzanilla.
USOS Y PROPIEDADES:		

Las hojas se consumen en té. La flor, en infusión, se usa para tratar el dolor de cabeza, la gastritis, las hojas se usan para combatir la depresión, afecciones a los riñones y a la piel.
 Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 386).

18.- MENTA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Menta spicata.
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada.
	Nombre común:	Menta de castilla.
USOS Y PROPIEDADES:		

La infusión de las hojas se usa como agua aromática. La infusión de la planta y hojas se usa para aliviar dolores de estómago, cólico y calambres. Se usa como tranquilizante del sistema nervioso y para tratar problemas de próstata.
 Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 388).

19.- MORADILLA



Imagen: Google.

Nombre Científico:	Verbena litoralis.
Hábito:	Hierba terrestre.
Origen:	Nativa. Cultivada.
Nombre común:	Verbena.

USOS Y PROPIEDADES:

La infusión de las hojas se consume como bebida refrescante. La infusión se bebe para tratar resfríos y afecciones renales, dolor de riñones y el colerín. Las hojas se usan para lavados intestinales, tratar vómitos, dolores estomacales y la fiebre. Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 618, 619).

20.- MORTIÑO



Imagen: Google.

Nombre Científico:	Solanum nigrescen.
Hábito:	Hierba terrestre.
Origen:	Nativa.
Nombre común:	Mortiño.

USOS Y PROPIEDADES:

La infusión de la flore se bebe como sudorífico, para tratar el dolor de los riñones y curar el “chuchaqui”. La infusión de las hojas y frutos se utiliza para aliviar la gripe, resfríos e infecciones de la piel.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Págs, 592, 593).

21.- ORÉGANO



Imagen: Google.


Nombre Científico:	Thymus vulgaris.
Hábito:	Subarbusto.
Origen:	Introducida. Cultivada.
Nombre común:	Orégano.

USOS Y PROPIEDADES:

Se usa para preparar aguas aromáticas. La infusión se usa como antiespasmódica y estimulante. La planta o las hojas en infusión se usan para tratar afecciones del sistema digestivo, dolor de estómago, infecciones, úlceras.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 392).


22.- PIMPINELA

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Sanguisorba minor
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Nativa. Cultivada.
	Nombre común:	Pimpinela.
	USOS Y PROPIEDADES:	

Se usa como purgante y para tratar la diabetes. La infusión de esta planta se usa para purificar la sangre, en combinación con perejil y toronjil se usa para tratar el dolor del corazón y nervios.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 539).


23.- TÉ

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Chenopodium ambrosioides
	Hábito:	Hierba terrestre.
	Origen:	Introducida. Cultivada.
	Nombre común:	Té de castilla.
	USOS Y PROPIEDADES:	

El fruto es comestible, tiene al contenido vitamínico y se usa para preparar bebidas refrescantes. La infusión de la raíz y planta se usa como tónico cerebral para mejorar la memoria, combatir la anemia y la tos.


Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 157).

24.- TORONGIL

 Imagen: Google.	Nombre Científico:	Heyosmmum racemosum.
	Hábito:	Arbusto.
	Origen:	Nativa. Endémica.
	Nombre común:	Toronjil.
	USOS Y PROPIEDADES:	

Se usa para preparar bebidas aromáticas. Es utilizado como antiespasmódico, digestivo, calmante. Sirve como tónico para la salud en general.

Las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 280).

25.- VIOLETA		
	Nombre Científico:	Gaiadendron punctatum.
	Hábito:	Arbusto.
	Origen:	Nativa.
	Nombre común:	Violeta de campo.
Imagen: Google.	USOS Y PROPIEDADES:	
<p>La flor en cocción se usa para tratar enfermedades en los niños, afecciones a los nervios, el sarampión, problemas en la pubertad, cura el insomnio. La infusión es utilizada para tratar afecciones postparto y la tos.</p> <p>Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (Pág, 407).</p>		

Fuente: DE LA TORRE, Lucia, otros, Enciclopedia de las Plantas Útiles del Ecuador, PUCE, (2008).

Elaboración: El Autor.

La mayoría de las plantas detalladas anteriormente, son homogéneas en sus propiedades medicinales, usadas para la preparación de aguas aromáticas, especies nativas cultivadas etc. Al integrar estas plantas en diferentes cantidades proporcionales se obtiene lo que tradicionalmente se conoce como “Horchata”.

1.1.10. Definición y Propiedades de la infusión de Horchata.

El (agua de horchata): es una infusión que se consigue al hervir en agua, un conjunto de hierbas y plantas aromáticas y medicinales, al pasar por este proceso se transforma en color rojo y sabor dulce, aporta efectos beneficiosos para la salud y se puede tomar caliente o fría.

La horchata es una bebida a base de flores y hierbas que se han empleado a lo largo de los siglos por sus propiedades medicinales. El origen de la palabra horchata, proviene de la lengua quichua y significa: “agua que cura”.¹⁰ Se le atribuye propiedades como: anti estrés, tónico cerebral, hidratante, digestiva y energizante.

¹⁰ Refrescarse Saludablemente, UTPL, Gestión Productiva, 16/10/2013.
<http://www.utpl.edu.ec/comunicacion/refrescarse-saludablemente/>

1.1.11. La Teoría Agroecológica.

¿Qué es la agroecología?

“Es una práctica agrícola que no prevé el uso de productos químicos, como son los fertilizantes químicos, los pesticidas y las fitohormonas.”¹¹ Se podría decir también que esta actividad se basa principalmente en:

- ✓ Aportar abono orgánico a la tierra; es decir, hacer una fertilización para alimentar el suelo, respetando su estructura y fomentando los procesos de transformación natural de la materia orgánica.
- ✓ Respetar los ciclos naturales y los ritmos de crecimiento de las plantas a las condiciones climáticas y micro climáticas de la zona.

¿Quiénes son los agricultores ecológicos?

“Los agricultores ecológicos comprenden un amplio abanico de personas con motivaciones a menudo muy diferentes, desde sagaces hombres o mujeres de negocios que buscan la forma de aprovechar las oportunidades del mercado, a los pequeños agricultores autosuficientes que buscan una vida sana”.¹²

La agricultura ecológica como también se le conoce, abarca el cultivo de diversos productos en general, sin embargo es necesario hacer hincapié específicamente en el sector de plantas aromáticas y medicinales, pues la mayoría de estas por su naturaleza se cultivan únicamente con prácticas orgánicas y sin el uso de productos agroquímicos.

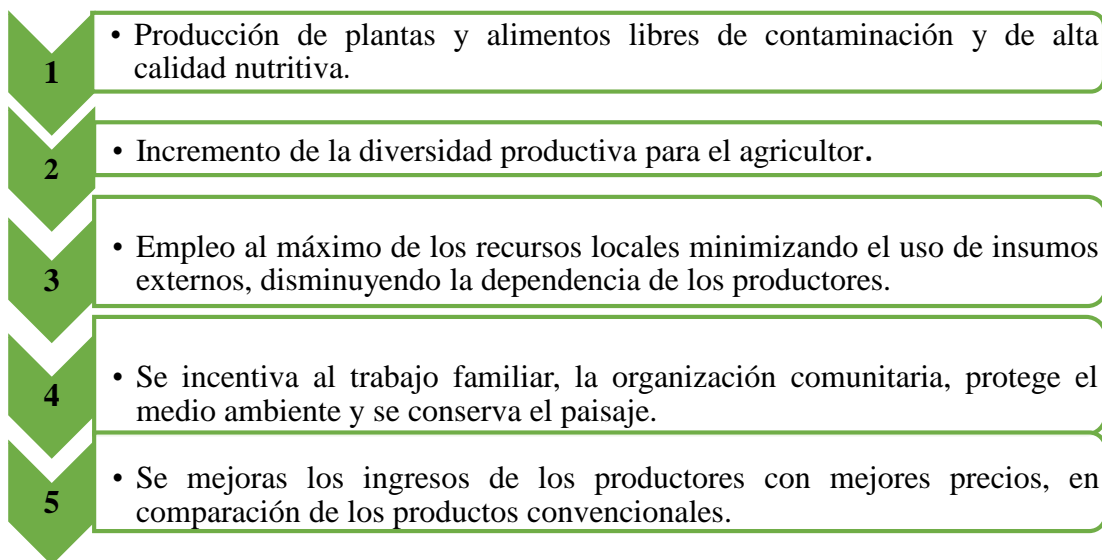
En base a lo mencionado anteriormente, se puede definir a la horchata agroecológica como; “un conjunto de plantas medicinales, que por su naturaleza son producidas de manera orgánica, es decir, con el aporte de abonos naturales y las condiciones propias del ambiente”.

¹¹ SOLÉ, Joan, El Huerto Ecológico, N.E. Ediciones, S.A, Barcelona España, 2011, Pág, 21.

¹² LAMPKIN, Nicolás, Agricultura Ecológica, Ediciones Mundi Prensa, Madrid, 2001, Pág, 8

El cultivo ya sea de plantas medicinales u otros alimentos genera diversos beneficios y ventajas para el productor, el consumidor y la comunidad, el siguiente gráfico resume algunos de ellos:

Gráfico N° 4: Beneficios y Ventajas de la Agricultura Ecológica.



Fuente: FLÓREZ, Javier, Agricultura Ecológica, Pág, 296, (2012).

Elaboración: El Autor.

1.2. El Diagnóstico Situacional.

El análisis del diagnóstico de situación actual para iniciar un proyecto, consiste en verificar las variables; económicas, sociales, tecnológicas, etc. que afectarían directa o indirectamente a la ejecución del mismo, entre las principales destacan las siguientes:

- ✓ Situación económica del lugar donde se va a ejecutar el proyecto.
- ✓ Situación de la industria en la que se piensa incursionar.
- ✓ Disponibilidad de los recursos necesarios para implementación del proyecto.
- ✓ Comportamiento y tendencias de la población a las que se busca atender.

El análisis del diagnóstico ayuda a la toma de decisiones en la decisión de ejecutar o no el proyecto y sirve como referencia para tomar medidas correctivas a futuro.

1.3. Factibilidad de Mercado.

1.3.1. Definición del Estudio de Mercado.

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En su proceso es importante determinar el tipo de clientes a atender y en donde se encuentran localizados, para ello es necesario definir su nicho de mercado y su ubicación geográfica, es decir, si el mercado a atender es carácter local, regional, nacional o de exportación.¹³

Aspectos fundamentales a considerar en un estudio de mercado:¹⁴

- ✓ Caracterización del bien o servicio.
- ✓ Determinación del segmento de mercado.
- ✓ Proyección de la oferta y demanda del bien o servicio.
- ✓ Determinación de los canales de comercialización.

1.3.2. El Tamaño de Muestra.

Uno de los aspectos fundamentales al desarrollar una investigación de mercado es; determinar el tamaño de muestra apropiado, si este es demasiado extenso implicará; recursos y tiempo en cambio sí es muy pequeña sus resultados no serán confiables.

El tamaño necesario de la muestra depende de tres factores:

- ✓ El nivel de confianza deseado.
- ✓ El margen de error que el investigador estaría dispuesto a tolerar.
- ✓ La variabilidad que se estudia.

¹³ FLÓREZ, Juan, Proyectos de inversión para las PYME, 2^{DA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá-Colombia, Pág, 21. 2010.

¹⁴ MEZA, Jhonny, Evaluación Financiera de Proyectos, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2010, Pág, 22.

Para obtener una muestra idónea se debe considerar si la población es finita o infinita y aplicar las fórmulas adecuadas:¹⁵

- **En una población infinita se considera la siguiente formula:**

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} S}{E} \right)^2$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza.

S = desviación estándar.

E = es el máximo error permitido.

- **Cuando la población es finita se aplica la siguiente formula:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{[(N - 1) E^2] + [Z^2 p * q]}$$

Donde:

Z = nivel de confianza.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

N = tamaño de la población.

E = error máximo permitido.

n = tamaño de la muestra.

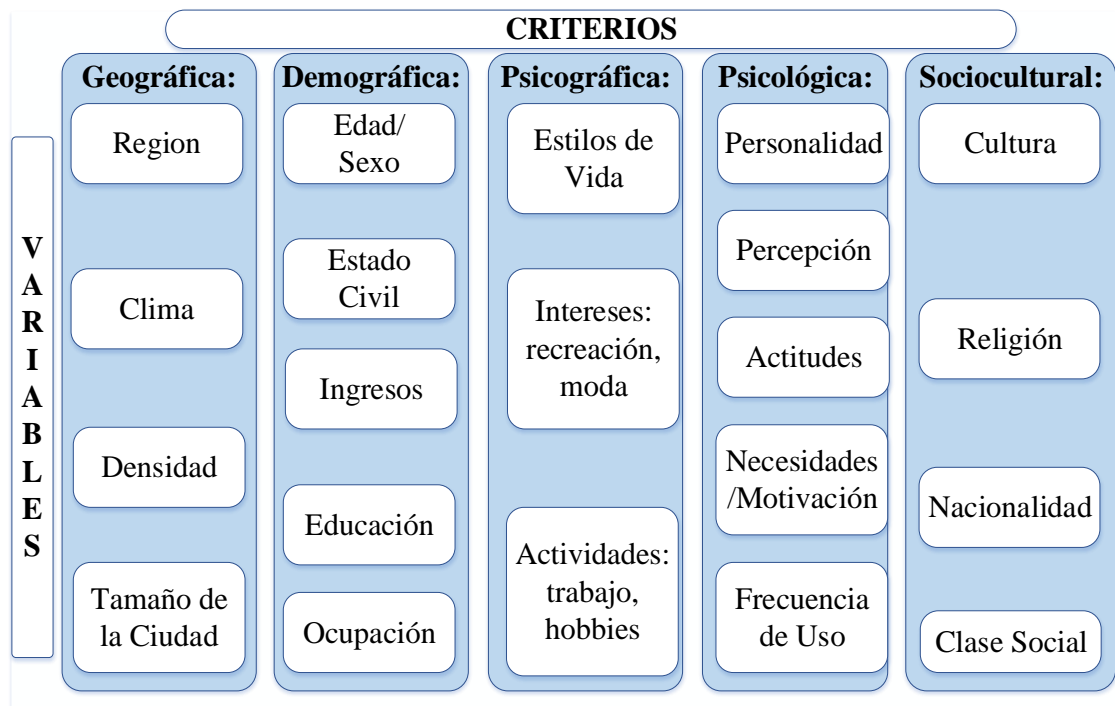
¹⁵ MARCHAL, William, otros, Estadística para Administración y Economía, 11^{VA} Edición, Alfaomega, 2004.

1.3.3. Segmentación Estratégica de Mercado.

“La segmentación de mercado consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos que pueden requerir estrategias o mezclas de marketing diferenciadas”.¹⁶

El objetivo de segmentar un mercado es: identificar las oportunidades de venta que podría tener un producto o servicio, para esto es preciso considerar los criterios y las variables necesarias y adecuadas para cada industria.

Gráfico N° 5: Criterios y Variables de Segmentación.



Fuente: KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary, Fundamentos de Marketing, (2013), Pág. 164.

Elaboración: El Autor.

¹⁶ KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary, Fundamentos de Marketing, 11^{VA} Edición, Pearson Educación, México, Pág. 164. 2013.

1.4. Factibilidad Legal.

La Viabilidad legal: “este estudio se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales”.¹⁷

1.4.1. El Estudio político-legal y las normativas de funcionamiento.

El estudio político-legal hace referencia a los análisis enfocados a las directrices impuestas por el gobierno hacia el área productiva o la creación de nuevas empresas, su objetivo es determinar las condiciones políticas y legales, las que podrían ser favorables o negativas para la ejecución de un proyecto.

En tanto las normativas de funcionamiento son todos los requisitos que una empresa debe cumplir para iniciar con el desarrollo de sus actividades, así por ejemplo, el cumplimiento de; ordenanzas territoriales y ambientales, reglamentos tributarios, políticas de calidad, salubridad e higiene, etc.

1.4.2. Ley de Compañías del Ecuador.

o ¿Qué es una Compañía?

“Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”.¹⁸

La ley vigente de Compañías resuelve: que hay cinco especies de Compañías de comercio: en nombre colectivo, en comandita simple y dividida por acciones, de responsabilidad limitada, compañía anónima, y de economía mixta.

¹⁷ SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, 5^{ta} Edición, Mc Graw Hill, Bogotá-Colombia 2008, Pág. 28.

¹⁸ Ley de Compañías, Corporación Estudios, Quito, 2008.

o *Constitución de una Compañía.*

Para la constitución de una compañía, independientemente la especie que tenga, se debe cumplir con requisitos de; fondo y de forma, los cuales aportan la valides para el cumplimiento de su contrato, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 5: Requisitos para Constituir una Compañía.

REQUISITOS DE FONDO:	
Capacidad.	Se requiere la capacidad civil para contratar.
Consentimiento.	Es la manifestación de voluntad con libertad e inteligencia, es decir, la compañía se constituirá por el acuerdo voluntario, libre y espontáneo de los socios.
Objeto Lícito.	Se entiende como la actividad a la que se dedicará la empresa, esta debe ser establecida y permitida por la Ley.
Causa Lícita.	Es el motivo o razón que promueve para el desarrollo de la constitución de la compañía, el que también deberá ser legal.
REQUISITOS DE FONDO:	
Escritura Pública.	Se otorgada por todos los socios y se realiza en una Notaría con la firma de un Abogado, debe contener las características propias de la compañía.
Aprobación.	Es la solicitud emitida por el representante legal hacia la Superintendencia de Compañías para su consentimiento.
Publicación de un extracto de la escritura constitutiva.	El extracto se publica por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.
Inscripción en el Registro Mercantil.	La escritura se inscribe también en el Registro Mercantil de la Propiedad del domicilio principal de la compañía.
Inscripción en el Registro de Sociedades.	Se registra a la Compañía en el Registro de Sociedades y será controlada por la Superintendencia de Compañías.

Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

Para los objetivos del proyecto, se detallará únicamente las principales resoluciones de la Compañía Anónima.

1.4.3. La Compañía Anónima.¹⁹

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, está dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”.

- **Forma de Constitución:** se podrá constituir de dos maneras: 1^{RA} simultanea, 2^{DA} sucesiva, la primera; se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores y la segunda; por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.
- **Capacidad:** para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.
- **Número de Accionistas:** la compañía deberá constituirse con un mínimo de dos accionistas.
- **Capital:** el capital mínimo suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estado Unidos de América, deberá inscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.
- **Acciones:** la acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista, y le atribuye como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la ley.

¹⁹ Ley de Compañías Ecuador, 10/12/2014.
http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf Pág, 27.

1.5. Factibilidad Técnica y Operativa.

1.5.1. Definición de Estudio Técnico.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.²⁰

En el desarrollo del estudio técnico se considera aspectos fundamentales como: localización óptima del proyecto, determinación del tamaño óptimo, distribución de la planta e ingeniería del proyecto, así como también la planeación estratégica.

1.5.2. Localización Óptima del Proyecto.

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo.²¹

En el estudio de localización del proyecto se deben analizar las siguientes variables:²²

- ✓ Transporte de insumos y productos.
- ✓ Costos laborales.
- ✓ Insumos, disponibilidad y costos.
- ✓ Limitaciones tecnológicas.
- ✓ Políticas nacionales o regionales y ambientales.

²⁰ Facultad de Economía UNAM, II Estudio Técnico, Pág, 53. Documento PDF, <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

²¹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 7^{MA} Edición, Mac Graw Hill, México DF, 2013, Pág, 110.

²² MEZA, Jhonny, Evaluación Financiera de Proyectos, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2010, Pág, 24.

1.5.3. Determinación del Tamaño Óptimo.

El tamaño óptimo hace referencia a la capacidad total de producción de bienes y servicios que alcanzaría el proyecto, consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar el volumen de producción requerida por la demanda.

1.5.4. ¿Qué es la Capacidad Instalada?

Se expresa a través de un indicador que refleja el número de unidades producidas por unidad de tiempo, está condicionado al número de máquinas o equipos que posee la empresa y volumen de producción que puede llegar a generar en condiciones óptimas, teniendo en cuenta los tiempos de producción, flujo de materiales, mano de obra disponible entre otros.²³

1.5.5. Distribución de la Planta.

“Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y de bienestar para los trabajadores”.²⁴

Principales Ventajas de la Distribución de una Planta:

- ✓ Incrementa la seguridad y bienestar de los colaboradores.
- ✓ Utilización óptima del espacio e incremento de los niveles de producción.
- ✓ Disminuye las líneas de producción, tiempos de espera, tiempo por unidad de producto en proceso y terminado.
- ✓ Ahorros de tiempo en manipulación de materiales.

²³ GALINDO, Carlos, Formulación y evaluación de Planes de Negocio, 1^{RA} Edición, Ediciones de la U, Bogotá, 2011, Pág, 93.

²⁴ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 7^{MA} Edición, Mac Graw Hill, México DF, 2013, Pág, 116.

1.5.6. La Ingeniera del Proyecto.²⁵

La ingeniería se define como una propuesta técnica de solución a ciertas necesidades individuales o colectivas, privadas o sociales. Las necesidades se pueden satisfacer a través de la aplicación de diversos factores tecnológicos. Tiene como objetivo probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación técnica y económica, y que proporcione los fundamentos técnicos sobre los que se diseñará y ejecutará el proyecto, en caso de que resulte atractivo para los promotores.

Los principales aspectos que se analizan en la ingeniería del proyecto son:

- ✓ Proceso de producción.
- ✓ Diagramas de flujo.
- ✓ Maquinaria y equipo.
- ✓ Requerimientos de mano de obra.
- ✓ Terrenos y construcciones.

1.5.7. El Proceso de Producción.

“El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo”.²⁶

1.5.8. El Diagrama de Flujos de Procesos.

El diagrama de procesos hace referencia a la creación de un esquema visual para describir el proceso de transformación que sufrirá la materia prima e insumos para llegar a obtener el producto terminado.

²⁵ ARAUJO, David, Proyectos de Inversión, Editorial Trillas, México, 2012, Pág, 78.

²⁶ CÓRDOVA, Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos, Ecoe Ediciones, 2^{DA} Edición, Bogotá, 2011, Pág, 123.

1.5.9. La Planeación Estratégica.

Se define como; “el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten a la empresa alcance sus objetivos”.²⁷

Tabla N° 6: Clasificación de los Planes.

Plan	Definición
Misión o Propósito	Identifican la función o las tareas básicas de una empresa o dependencia, o de cualquiera de sus partes.
Objetivos o Metas	Son los fines hacia los cuales se dirige la actividad; no solo representa el punto final de la planeación, si no el fin al que se dirige la organización, la integración de personal, la dirección y control.
Estrategias	Determinan los objetivos básicos a largo plazo en una empresa, la instrumentación de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esos objetivos.
Políticas	Son declaraciones o interpretaciones generales que orientan las reflexiones para la toma de decisiones.
Procedimientos	Son planes que establecen un método de actuación necesario para soportar actividades futuras.
Reglas	Establecen las acciones o su ausencia específicas necesarias en las que no se permite la discreción.
Programas	Son un complejo de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para realizar un curso de acción determinado.

Fuente: KOONTZ, Harold, otros, Administración una perspectiva global y empresarial, (2012).

Elaboración: El Autor.

²⁷ DAVID, Fred, Administración Estratégica, 14^{VA} Edición, Pearson Educación, México, 2013, Pág. 5.

1.6. Factibilidad Financiera.

1.6.1. Definición del Estudio Financiero.

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de carácter técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto.²⁸

1.6.2. El Presupuesto de Inversión.

Todo presupuesto implica un plan para realización de objetivos, en especial de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen opciones y los recursos necesarios para lograrlo. En especial, un presupuesto de inversión se refiere a la estimación de los costos de inversión en que incurrirá un determinado proyecto para su funcionamiento a través de una comparación y selección de alternativas que mejor se ajusten a sus necesidades.²⁹

1.6.3. ¿Qué y cuáles son los tipos de Costos?

“Es la suma de las inversiones que se han efectuado en los elementos que incurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función”.³⁰ La cuantificación de los costos permite establecer el costo unitario del producto o servicio.

²⁸ MEZA, Jhonny, Evaluación Financiera de Proyectos, 3^{RA} Edición, Ecoe, Bogotá-Colombia, Pág, 29, 2013.

²⁹ Facultad de Economía UNAM, II Estudio Técnico, Pág, 66. Documento PDF, <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

³⁰ CÁRDENAS, Raúl, Costos 1, 2^{DA} Edición, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, México D.F, Pág, 29, 2013.

La Clasificación de los Costos:

Para lograr un producto o servicio terminado es necesario distinguir los costos que incurren para la finalización de estos.

Tabla N° 7: Clasificación de los Costos

TIPO DE COSTO	DEFINICIÓN
COSTOS FIJOS	Son las inversiones o egresos que permanecen dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.
COSTOS VARIABLES	Varían directa y proporcionalmente a los cambios en el volumen de producción.
COSTOS DE FABRICACIÓN	Costos incurridos en el área funcional de fábrica reconocidos como los cuatro elementos del costo. <ul style="list-style-type: none">✓ Materia Prima Directa.✓ Mano de Obra Directa.✓ Servicios Directos.
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con precisión.
COSTOS DE VENTA	Es la inversión representada en todos los egresos o costos causados que se hicieron en un producto, bien o servicio que fue vendido dentro del giro ordinario de la empresa.
COSTOS PRIMOS	Son la combinación de los costos directos de producción: Costo de mano de obra directa + Costos de materiales directos + Servicios Directos.

Fuente: RINCON, Carlos, Contabilidad Siglo XXI, 2^{DA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2012, Pág. 177 – 182.

Elaboración: El Autor.

1.6.4. El Flujo de Caja.

El flujo de caja es un instrumento de planeación financiera de gran utilidad para el empresario dado que en el soporta las decisiones de operación en el giro normal de la organización; desde la concepción de planeación, este instrumento le permite establecer escenarios posibles, sobre los cuales puede hacer simulaciones de proyección, evaluación y tomar decisiones con bases teóricas y apreciaciones certeras para la racionalización de los recursos financieros disponibles en un periodo determinado.³¹

1.6.5. Principales Indicadores Financieros.

Son aquellos indicadores que sirven para evaluar la efectividad en la gestión financiera de una empresa, controlan los costos y gastos para de esta manera lograr que las ventas generen utilidades.

Tabla N° 8: Principales Indicadores Financieros.

INDICADOR	DEFINICIÓN
VAN	Es el valor del proyecto en su momento inicial, es decir, la cantidad de dinero a invertir hoy para generar un ingreso a futuro.
TIR	Es la tasa de interés efectiva (ganancias) que el inversionista espera obtener del proyecto.
TMAR	Es la tasa mínima de rendimiento que podría aceptar un inversionista de un proyecto.

Fuente: El Autor.

Elaboración: El Autor.

³¹ BUITRAGO, Jorge, Flujo de Caja; Planeación financiera de corto plazo, Ediciones Universidad de Boyacá, Tunja-Boyacá-Colombia, Pág, 14, 2012.

CAPÍTULO

II

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL.

2.1. Análisis Económico Actual de las Plantas Aromáticas y Medicinales en Ecuador.

La importancia que se le ha dado al sector de las plantas aromáticas, medicinales y sus derivados, radica en su gran aporte al desarrollo socioeconómico del país. Los principales gestores de esta actividad generalmente son: la población rural, los campesinos, y sectores marginados, especialmente mujeres con conocimientos ancestrales que han encontrado en esta, una alternativa económica. Con el apoyo de organismos estatales, emprendimientos inclusivos e inversión privada esta industria crece constantemente, de tal manera que su comercialización ha tenido apertura en mercados internacionales.

Gran parte del sector de las Plantas Aromáticas y Medicinales, está representado por las plantas que conforman la Horchata, se estima que esta constituye una gran mayoría del total de la producción, debido a la carencia de información segregada específicamente de la Horchata se analizará de forma integral al sector.

2.1.1. Producción Nacional.

Según la información otorgada por la Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador (CORPEI): Ecuador dispone de aproximadamente 500 especies de plantas medicinales, tanto nativas como introducidas, de las cuales 228 son las más utilizadas y 125 son las más comercializadas. Se estima que la superficie cultivada con plantas aromáticas y medicinales son aproximadamente 600 hectáreas.³²

³² ALMEIDA, Marcia, “Sector de Hierbas Aromáticas y Certificación del Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria ISO 22000”, *Revista EIDOS* 4, 4^{TA} Edición, Agosto, 2011, Pág. 8.

El Sistema Productivo.

En un estudio realizado por la CORPEI; al Sector de Ingredientes Naturales: la producción de las Plantas Aromáticas y Medicinales está conformada por productores, procesadores y comercializadores de materia prima, de productos semi-elaborados y elaborados de alta calidad.

El área de producción está integrado por 2.300 productores primarios asociados y 3 productores privados. En el área de transformación existen 8 organizaciones de pequeños productores y 10 PYMES industriales.

El sector primario se compone de pequeños y micro productores que poseen cultivos de una hectárea o menos, luego es necesaria la actividad de intermediarios los cuales actúan como acopiadores, es el caso de: Sumak Life, Jambi Kiwa, Fundación Chankuap, llegando de esta manera a los mercados nacionales e internacionales con volúmenes más o menos importantes, satisfaciendo la eventual demanda.³³

Gestión de la Calidad.

Para lograr mayor competitividad del sector a nivel internacional se busca mejorar la calidad basándose en la Norma ISO 22000, todos los productos elaborados y semi elaborados son sometidos a estrictos controles de calidad, antes, durante y después de los procesos. Se trabaja también bajo estándares de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y para garantizar que la materia prima sea de calidad y producida sosteniblemente se aplican estándares internacionales de calidad como Buenas Prácticas Agrícolas y planes de manejo de los recursos naturales, se afirma asimismo que el 60% de los cultivos cuentan con certificación orgánica.³⁴

³³ ALMEIDA, Marcia, “Sector de Hierbas Aromáticas y Certificación del Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria ISO 22000”, *Revista EIDOS* 4, 4^{TA} Edición, Agosto, 2011, Pág, 8.

³⁴ SECTOR INGREDIENTES NATURALES, Documento PDF, Pág, 3. http://biocomercioecuador.ec/remos_downloads/Perfil%20de%20ingredientes%20naturales%202009.pdf

Organización de la Producción.

La mayoría de la producción está dirigida por organizaciones campesinas, formalmente estructuradas, con estatutos y normativas aprobadas, es el caso de Jambi Kiwa, CEDEIN, entre otras, las cuales ya cuentan con trayectoria en el mercado. Es importante recalcar la propuesta de realizar cultivos libres de pesticidas y químicos, es decir, productos totalmente orgánicos, privilegiando la diversidad vegetal, abonos orgánicos y sobre todo la práctica y el conocimiento empírico de los campesinos.

La siguiente tabla describe las principales organizaciones que han logrado ser registradas, es preciso advertir que la superficie total de la producción son datos aproximados. El sector involucra a 3 empresas y 2.520 familias, dando un total de 163 hectáreas de cultivo.

Tabla N° 9: Organizaciones Productoras de Plantas Aromáticas y Medicinales.

ORGANIZACIÓN	LUGAR	EMPRESAS / N° DE FAMILIAS	SUPERFICIE EN HECTÁREAS
Agrotrading	Quito	Empresa	145
Aromas del Tungurahua	Ambato	Empresa	3
RENESA	Pedro Carbo	Empresa	70
Asociación San José de Las Palmas	Bolívar	100	2
CEDEIN	Colta	450	52
Comunidad Santa María de Milán	Cayambe	50	1
Fundación CHANKUAP	Macas	1070	8
Jambi Kiwa	Riobamba	600	25
UNORCACH	Loja	250	10
TOTALES:		2520	316

Fuente: Agro Ecuador.

Elaboración: El Autor.

Estructura Productiva Actual del Sector.

La estructura del sector de las plantas aromáticas y medicinales se compone desde los productores hasta las organizaciones y empresas que proporcionan valor agregado para la obtención de productos finales, de diversas maneras:

Gráfico N° 6: Estructura Productiva del Sector.



Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaborado por: El Autor.

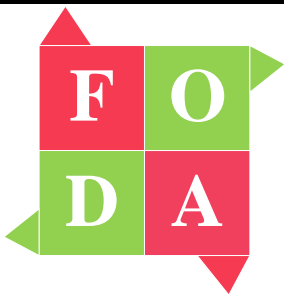
Inicialmente están las asociaciones productoras, estas generalmente entregan sus productos en centros de acopio, en los que se comercializan con entidades; dedicadas a exportar este tipo de plantas, con organizaciones procesadoras de fitofármacos, extractoras de aceites esenciales, perfumería, cosméticos, así como también con empresas que transforman estas plantas en ingredientes, infusiones, té, y otros derivados.

2.1.2. Análisis FODA del sector de las Plantas Aromáticas - Medicinales.

Pese a la atención que se le ha dado en los últimos años al sector, aún quedan varios aspectos pendientes de aplicar para que la esta industria tenga mayor competitividad nacional e internacional. El presente proyecto busca incursionar en esta industria por lo que es necesario analizar la situación competitiva que actualmente tiene el sector.

Tabla N° 10: FODA del Sector de las Plantas Aromáticas – Medicinales.

<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura productiva limitada. • Baja capacidad de inversión. • Falta de capacitación de calidad y normas internacionales. • Falta adaptación y transferencia de tecnologías adecuadas al productor. 	<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condiciones óptimas de suelos agroecológicos. • Variedad de microclimas. • Cosechas periódicas hasta cuatro veces al año. • Organización Comunitaria.
<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción industrializada en los países vecinos. • Relaciones internacionales de comercio débiles. • Cambios constantes en las normas internacionales de calidad. 	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento del consumo local e internacional de plantas medicinales y sus derivados. • Aumento constante en los precios hacia mercados internacionales. • Apoyo del Estado al sector de la Economía Popular y Solidaria.
<p>CONCLUSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Estado debería crear incentivos tributarios para los sectores que impulsen la producción y cambio de la matriz productiva enfocándose a este sector. • Apoyar al sector productivo, mediante capacitación en producción tecnificada y calidad adaptada a las Normas Internacionales, de tal manera poder captar nuevos mercados en el exterior. • Promover y sostener las organizaciones productivas comunitarias, de tal forma que la participación y competitividad de este sector incremente. 	



Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

2.1.3. Exportación Nacional de plantas aromáticas y medicinales.

La exportación de Ingredientes Naturales, sector al que pertenecen las plantas aromáticas y medicinales, todavía representan un pequeño porcentaje en el rubro total de las exportaciones ecuatorianas, sin embargo al ser un sector nuevo y con amplias expectativas de crecimiento, la demanda en mercados exteriores incrementa constantemente.

Comercio Exterior.³⁵

El informe de los Estados Unidos de América: Oportunidades para Ecuador en Infusiones aromáticas Medicinales y Cosméticos Naturales para el Cuidado de la Piel de Santiago García A. (Octubre 2008) sostiene lo siguiente:

“Ecuador requiere internacionalizar con mayor fuerza varios productos que surgen de su situación privilegiada de disponibilidad de recursos naturales, si bien el país ocupa el séptimo lugar en mega diversidad en el mundo, aquello no es suficiente en el sentido de que, lo importante, es encontrar medios necesarios para que esa riqueza natural sea aprovechada de manera sostenible a nivel ambiental y económico”.

Precisamente, uno de los sectores que ha tomado cuerpo y que representa una situación expectante de crecimiento lo constituye el de productos e ingredientes naturales, conformado por la producción de hierbas aromáticas y medicinales, infusiones, té, colorantes, saborizantes y aceites esenciales.

La importancia de analizar las exportaciones del sector de Ingredientes Naturales, radica en que está integrado por las plantas, hierbas medicinales y aromáticas, entre ellas la Horchata y destaca la aceptación que ha tenido en mercados del exterior.

³⁵ ALMEIDA, Marcia, “Sector de Hierbas Aromáticas y Certificación del Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria ISO 22000”, *Revista EIDOS* 4, 4^{TA} Edición, Agosto, 2011, Pág. 8.

Tabla N° 11: Productos del sector Ingredientes Naturales.

Partida	Descripción
0902	TÉ, incluso aromatizado.
1211	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos. *
1302	Jugos y extractos vegetales.
2103	Salsas, condimentos y sazónadores.
3203	Materias colorantes de origen animal o vegetal.
3301	Aceites esenciales.

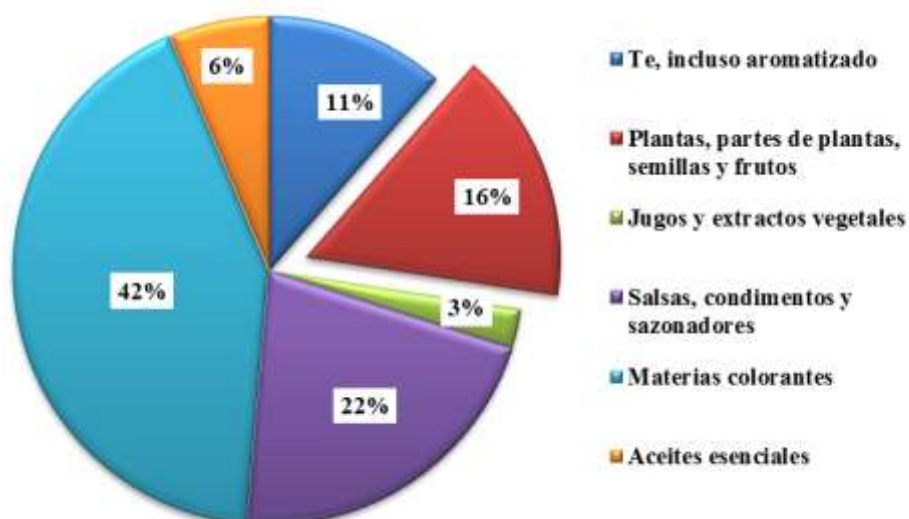
Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

o **Exportaciones de los principales productos de Ingredientes Naturales.**

En los últimos cinco años, las materias colorantes, capta la mayor parte de exportaciones de este sector, seguido de las Salsas, condimentos y sazónadores, mientras que el sector de nuestro interés; Plantas y sus partes ocupa el tercer lugar, entre ellos concentran el 80% de la oferta exportable.

Gráfico N° 7: Exportaciones; Ingredientes Naturales (2009 – Nov. 2014)



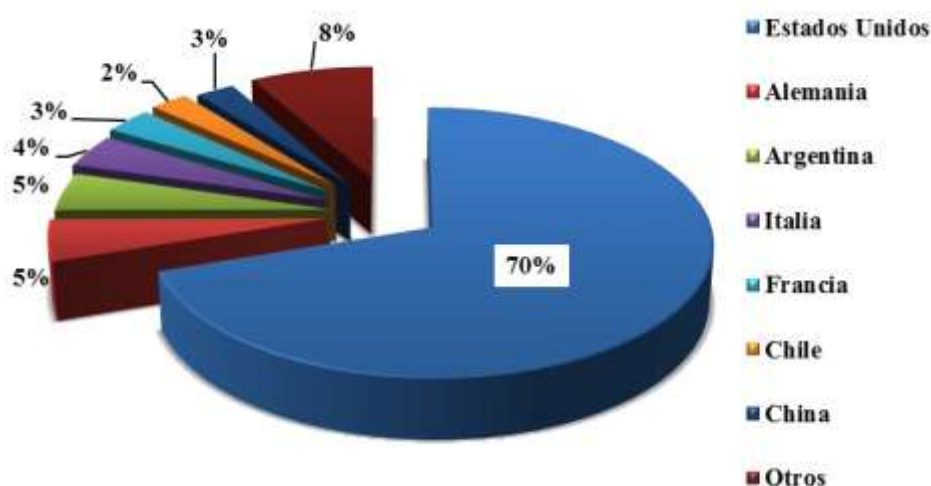
Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

o Principales Compradores de Ingredientes Naturales:

En el periodo, 2009 - 2014 Ecuador ha exportado Ingredientes Naturales a aproximadamente 22 países en todo el mundo, siendo sus principales destinos los que se presentan a continuación:

Gráfico N° 8: Destinos de las Exportaciones (2009 - 2014).



Fuente: Banco Central del Ecuador.

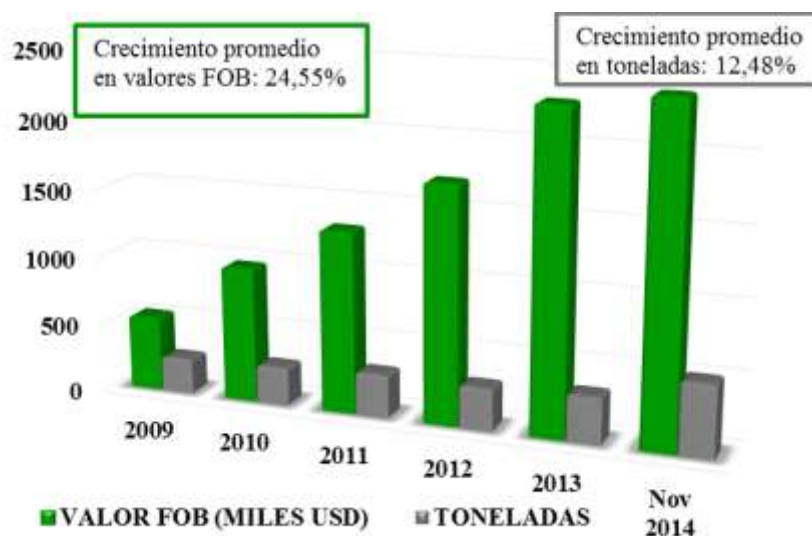
Elaboración: El Autor.

El gráfico anterior muestra los siete principales países compradores de Ingredientes Naturales, en el destaca Estados Unidos como el que mayor porcentaje de exportaciones acoge. En los últimos cinco años también se han sumado Alemania y Argentina, aunque su participación aun es pequeña, la demanda de estos países crece considerablemente.

o Evolución de las Exportaciones:

El incremento en las exportaciones de este sector es constante, sin embargo es preciso analizar específicamente al comportamiento de las exportaciones de las plantas aromáticas y medicinales.

Gráfico N° 9: Exportaciones de Plantas y sus Partes (2009 – Nov. 2014).



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

A partir del 2009, ha incrementado significativamente el volumen de exportación generando un incremento del 24,55% del valor percibido, resalta la importancia que ha tenido el producto en el exterior pese a los constantes parámetros que se plantean, sin embargo es necesario cumplir con ellos para lograr introducir en mayor volumen.

2.2. Clasificación de las Plantas Aromáticas y Medicinales en Ecuador.

Como se detalló anteriormente, nuestro país es poseedor de una amplia variedad de plantas caracterizadas por su poder medicinal y por la autenticidad de su aroma. Gran parte de estas plantas son de uso exclusivo para la medicina, sin embargo queda un porcentaje a las que tradicionalmente se las ha venido utilizando como bebida, ya sea caliente o fría.

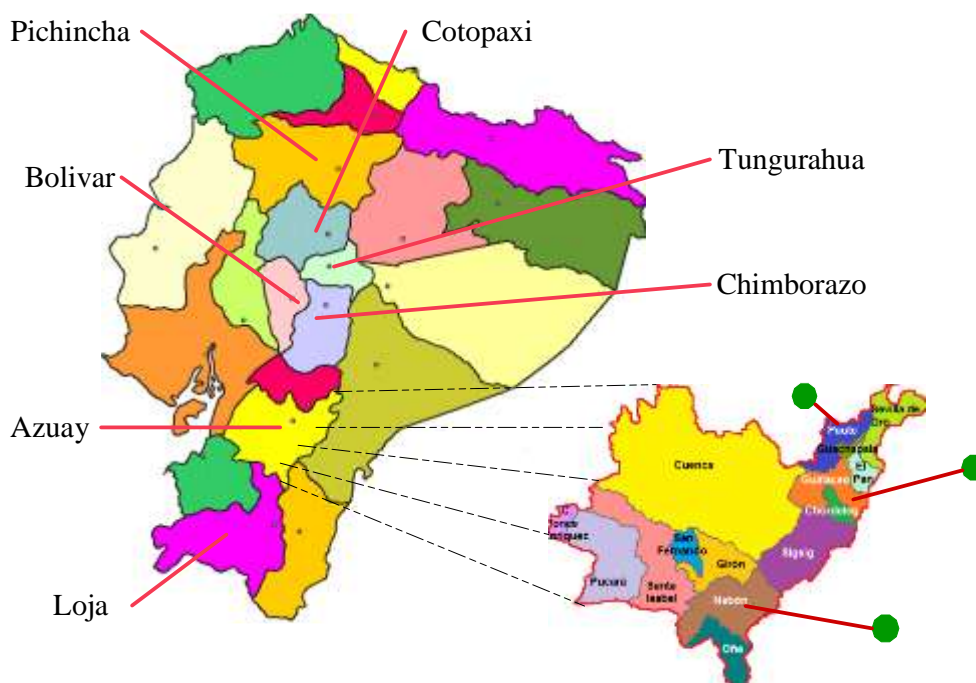
Este grupo lo conforman, las plantas a las que se les ha denominado como: “Horchata”, la cual es integrada por un conjunto de entre 25 y 30 plantas, usadas principalmente por sus esencias; aromáticas y medicinales.

2.3. Las Principales Zonas de Cultivo.

Para conocer con exactitud las zonas en las que se prioriza la producción de Horchata, se trabajó con información otorgada por el MAGAP - Cuenca, donde un Técnico sostuvo:

“Pese a que el producto no destaca entre los más representativos de la región, en los últimos cinco años el volumen de producción ha incrementado considerablemente. La producción se concentra en casi todas las provincias de la Sierra; como referentes en esta actividad inicialmente están las provincias de: Loja, Pichincha, Tungurahua y Chimborazo. A estas se suman: Cotopaxi, Bolívar y Azuay que han aprovechado las fortalezas de sus microclimas, suelos agroecológicos, organizaciones comunitarias, optando así por integrarse a esta creciente actividad”.

Gráfico N° 10: Principales Zonas de Cultivo de Horchata.



Fuente: Tomado y Adaptado en base a información proporcionada por el MAGAP.

Elaboración: El Autor.

Finalmente afirmó también: “por la acogida que ha tenido el producto, principalmente en el exterior, se está impulsando la producción en ciertos cantones de las provincias de Cañar, Carchi e Imbabura y con el afán de contar con datos exactos y actualizados del número de productores y volumen de producción se desarrollarán micro censos específicamente para este sector”.

Respecto a la provincia del Azuay, lugar en donde se ejecutará el proyecto, en una investigación de campo se pudo constatar los cantones en los que la producción de Horchata va incrementándose significativamente, destacan; Nabón, Paute y Gualaceo, lugares que ya cuentan con “Asociaciones de Productores” estructuradas y consolidadas.

2.4. La Horchata como Producto Industrializado.

Con el apoyo de Cooperaciones Internacionales, Organismos Estatales, se ha incorporado sistemas apropiados, para mejorar los cultivos, cosechas, pos cosechas y comercialización, en virtud a la creciente demanda de productos naturales, medicinales y aromáticos a nivel nacional y mundial este sector crece continuamente. A continuación se detallan las empresas y organizaciones que elaboran productos industrializados a base de la Horchata siendo algunas de estas las mismas productoras.

Tabla N° 12: Organizaciones y Empresas Procesadoras.

ORGANIZACIÓN	LUGAR	PRODUCTOS
Aromas del Tungurahua	Ambato	Materia Prima, infusiones y tés.
CETCA	Quito	Tés e infusiones.
Jambi Kiwa	Riobamba	Materia Prima, infusiones y tés.
Pusuquí	Quito	Tés.
UNORCACH	Loja	Horchata e infusiones.

Fuente: Análisis e investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

2.5. Nabón Pionero en Producción Agroecológica.

A tan solo 69 Km de Cuenca se encuentra ubicado el Cantón Nabón, territorio que en Abril del 2011 se hizo acreedor de la marca de calidad territorial: “Nabón Productos Limpios” certificado y reconocimiento otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), lo que le constituye como un referente colectivo de nuestro territorio, que responde al gran esfuerzo de las cadena productivas a las que se han venido articulando hace más de diez años y le han apostado a la producción agroecológica, eliminando el usos de químicos en los procesos productivos.

Actualmente el sector agrícola de Nabón cuenta con estructuras productivas basadas en: asociaciones, micro sociedades y pequeños productores cuya actividad económica es el cultivo de: hortalizas, verduras, granos, frutas naturales etc. Uno de los sectores productivos que mayor realce ha tenido en los últimos cinco años es la producción de las plantas y hierbas medicinales (horchata), esto gracias a las condiciones climáticas y propiedades del suelo, han hecho que la población se incline por este sector mayoritariamente.

Una de las principales razones por la que la gran mayoría de los agricultores opten por el cultivo de Horchata es la fortaleza que brindan las condiciones óptimas del suelo, la variedad del clima, la disponibilidad de los recursos hídricos, la rotación de cultivos y sobretodo los bajos costos que infieren.

Con el afán de fomentar la producción ecológica, la administración cantonal y provincial apoyan a los agricultores con asesoría, capacitación y creación de escuelas agroecológicas. Esto permite contar con agricultores calificados, parcelas y fincas certificadas lo cual garantiza la calidad absoluta de los productos.

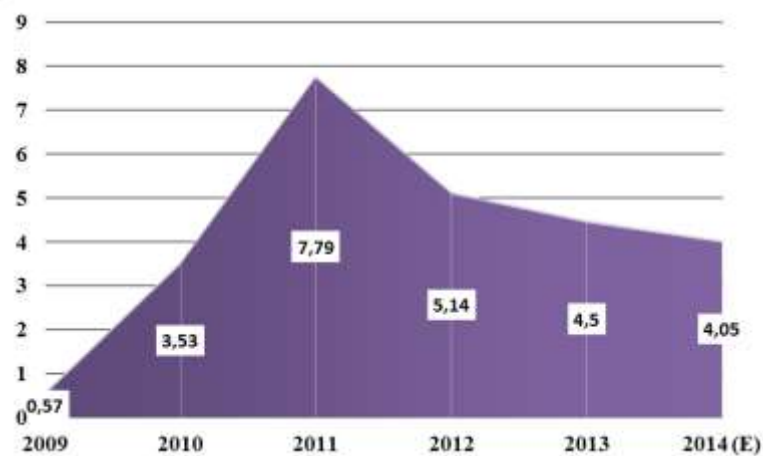
2.6. Análisis del Macro – Ambiente.

Es vital estudiar las condiciones socio económicas del entorno en el que competirá la empresa, aunque los cambios que en este se presenten, no pueden ser controlados por la empresa, el conocimiento y análisis previo al comportamiento del mismo, ayudará a tomar las medidas preventivas y correctivas.

2.6.1. Producto Interno Bruto.

El Producto Interno Bruto (PIB), es el indicador que expresa el valor monetario del total de la producción de bienes y servicios del Ecuador en un periodo determinado. Según el BCE, en el periodo 2000 – 2013 la tasa de variación promedio del PIB fue de 4,3% porcentaje significativo en relación a los años anteriores.

Gráfico N° 11: Evolución del PIB (2009 - 2014).



Fuente: Banco Central del Ecuador.

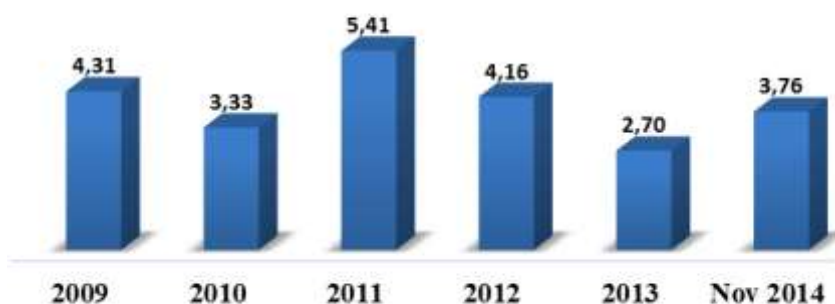
Elaboración: El Autor.

A partir del 2011, la economía ecuatoriana ha entrado en un proceso de desaceleración, para mantener la tendencia de crecimiento, se ha recurrido a financiamientos externos, para de esta manera; influir positivamente en el crecimiento económico y otorgar seguridad a las inversiones e incrementar la productividad.

2.6.2. La Inflación.

Al considerarse Ecuador, como un país en vías de desarrollo, es importante estudiar los cambios (inflación o deflación) que podrían sufrir los productos o servicios; generales o con los que se relacionaría el desarrollo de una inversión.

Gráfico N° 12: Comportamiento Anual de la Inflación (2009 – Nov 2014).



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

Conforme a la información proporcionada por el Banco Central, Ecuador presenta una inflación promedio de 3,95% en los últimos seis años, el incremento inflacionario del 2014 es de 1,06% respecto al 2013 y se justifica en el aumento de los salarios y las restricciones a ciertas importaciones. A partir del año 2012 los precios han sido estables y no han tenido incrementos significativos, lo cual es atractivo y beneficioso para las nuevas inversiones.

A nivel de América, la inflación ecuatoriana es de; 3,98% por debajo del promedio general y según analistas económicos; para los siguientes años no habrá incrementos considerables.

En relación al sector de consumo en el cual busca incursionar el proyecto, según el BCE; la inflación anual (Nov - 2014) por divisiones de consumo en el sector de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas es de; 4,65 % por encima del promedio general 3.76 %, lo cual es relativamente considerable.

2.6.3. La Tasa de Interés.

Es importante estudiar las tasas referenciales de crédito, para las aspiraciones de optar por uno de estos para la implementación de la empresa.

En este caso, con el objetivo de impulsar la productividad, el Gobierno Nacional implementó políticas de reducción de tasas activas máximas: el segmento Productivo PYMES, desde Julio del 2007 a Febrero del 2010, ha reducido de 20,11% al 11,83%, el segmento de Consumo; desde Julio del 2009 hasta Febrero del 2010 ha pasado de 18.92% a 16.30% y partir de esa fecha no han tenido incrementos significativos.

Tabla N° 13: Tasas Máximas de los Segmentos de Crédito.

Segmento	Tasa Activa Efectiva Máxima					Tasa Referencial		Diferencia Sep 07 - Dic 14	
	sep-07	jul-09	feb-10	may-10	dic-14	sep-07	dic-14	Máxima	Ref.
Productivo Corporativo	14.03	9.33	9.33	9.33	9.33	10.82	8.19	- 4.70	- 2.63
Productivo Empresarial (1)	n.d.	10.21	10.21	10.21	10.21	n.d.	9.63	-	-
Productivo PYMES	20.11	11.83	11.83	11.83	11.83	14.17	11.19	- 8.28	- 2.98
Consumo (2)	24.56	18.92	16.30	16.30	16.30	17.82	15.96	- 8.26	- 1.86
Consumo Minorista (3)	37.27	-	-	-	-	25.92	-	-	-
Vivienda	14.77	11.33	11.33	11.33	11.33	11.50	10.73	- 3.44	- 0.77
Microcrédito Minorista (4)	45.93	33.90	33.90	30.50	30.50	40.69	28.57	- 15.43	- 12.12
Microcrédito Acum. Simple (5)	43.85	33.30	33.30	27.50	27.50	31.41	25.16	- 16.35	- 6.25
Microcrédito Acum. Ampliada (6)	30.30	25.50	25.50	25.50	25.50	23.06	22.32	- 4.80	- 0.74

(1) Segmento creado a partir del 18 junio 2009.

(2) Reducción de Tasa Máxima febrero 2010 de 18.92% a 16.30%

(3) Segmento unificado con el segmento Consumo Minorista a partir del 18 junio 2009

(4) Reducción de Tasa Máxima mayo 2010 de 33.90% a 30.50%. Cambio en los rangos de crédito, segmento Microcrédito Minorista de USD 600 a USD 3,000 (junio 2009)

(5) Reducción de Tasa Máxima mayo de 2010 de 33.30% a 27.50%. Cambio en los rangos de crédito Microcrédito Acum Simple de (USD 600 a USD 8,500) a (USD 3,000 a USD 10,000) (junio 2009)

(6) Cambios en los rangos de crédito Microcrédito Acum Ampliada pasó de > USD 8,500 a > USD 10 mil

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

Las tasas activas por segmento, en especial las enfocadas al sector productivo pymes, se mantienen estables desde el año 2010, esto inspira confianza hacia el sector financiero, motiva al desarrollo de la inversión, lo cual se ve reflejado en el volumen de crédito otorgado hacia el sector productivo.

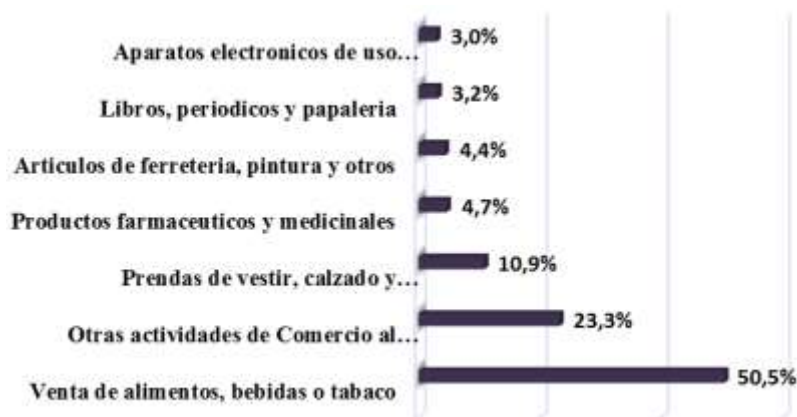
2.6.4. El Comercio Interno en el Ecuador.

Los fines del proyecto son incursionar en el segmento de ingredientes y bebidas, por esto, es necesario analizar el sector de Alimentos y Bebidas. Acorde a información del INEC; la elaboración de productos y bebidas constituyen el 7,7% del Valor Agregado Bruto dentro del PIB.

Es importante destacar también la importancia relativa de esta actividad económica dentro del consumo de los hogares ecuatorianos, es la más alta (21,1%), de acuerdo al peso que tiene respecto del Índice de Precios al Consumidor.

En cuanto a la comercialización de alimentos y bebidas el 70,2% de establecimientos económicos se dedican a esta actividad, al analizar el personal ocupado se observa que los establecimientos económicos de alimentos y bebidas ocupan a 448.540 personas, lo que representa al 21,8% del total nacional.³⁶

Gráfico N° 13: Participación del Sector; en la Actividad Comercial.



Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC.

Elaboración: El Autor.

Según el INEC; la actividad comercial de alimentos o bebidas ocupa el mayor porcentaje con un 50,5% en relación a las demás, la mayor parte de esta actividad se concentra en la provincia del Guayas con un 25,2% y Azuay ocupa el cuarto lugar acaparando el 6,2% de participación comercial en el sector.

³⁶ Participación de alimentos y bebidas, 20,12,14, <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe.pdf>

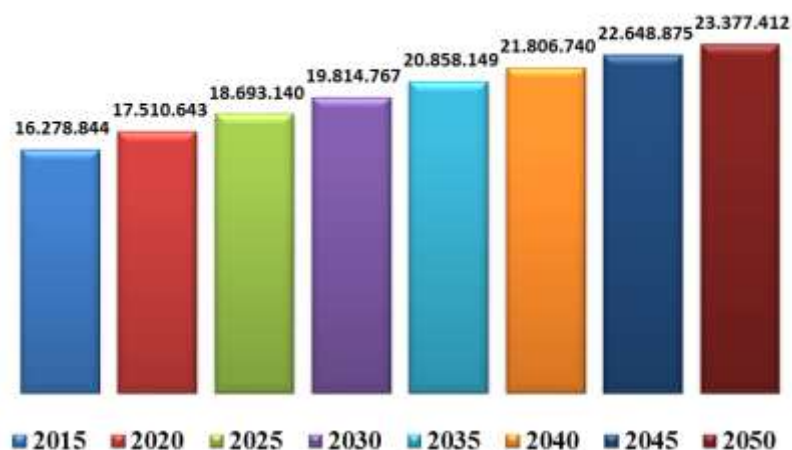
2.6.5. Análisis Social.

Es necesario hacer hincapié en los aspectos sociales, tomando en cuenta las tendencias demográficas, la tasa de desempleo y el poder adquisitivo de la canasta básica, en razón a que cualquier cambio que estos factores generen afectará significativamente a la economía nacional.

2.6.5.1. Población.

El análisis de las tendencias demográficas permite planificar los posibles escenarios de la potencial demanda del proyecto en caso de ejecutarse el mismo. Acorde a las proyecciones del INEC; en el 2015, Ecuador tendría: 16,278.844 habitantes y hasta el año 2050, la población total será de: 23,377.412 de habitantes, lo cual representa un incremento del 30.36% de la población en el largo plazo.

Gráfico N° 14: Proyección de la Población Ecuatoriana (2015 – 2050.)



Fuente: http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/presentacion.pdf

Elaboración: El Autor.

En relación a la población total a la que se orientará el proyecto; la provincia del Azuay, según la proyección del INEC; en el año 2015 serían 810.412 habitantes y hasta el 2020 serán 881.394 habitantes, esto significa un incremento del 8,05% de la

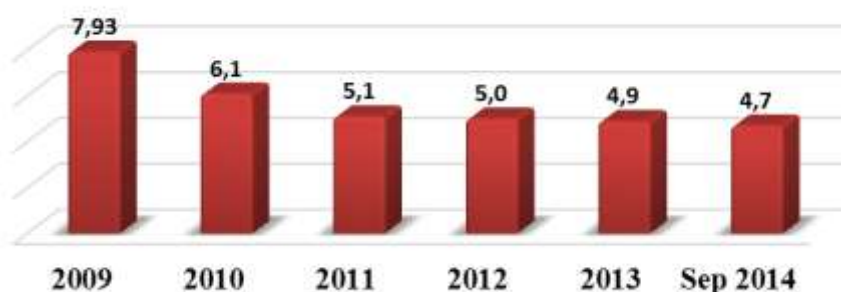
población en tan solo cinco años. En cuanto a las perspectivas de vivir; Azuay es la segunda provincia con mayor esperanza de vida en el periodo 2010 – 2020.³⁷

Para los intereses del proyecto, se considera; como positivo el incremento de la población local y nacional, a mediano y largo plazo, lo cual expresa que a futuro habría una demanda considerable por cubrir.

2.6.5.2. El Mercado Laboral (desempleo).

En razón a los importantes niveles de crecimiento para Ecuador en los últimos años, ha reducido también la tasa de desempleo ubicándose por debajo del 5%, el nivel de desempleo se ha reducido significativamente desde el año 2009 en el que se ubicó en el 7,93%, así como detalla la siguiente tabla.

Gráfico N° 15: Tasa de Desempleo (2009 – Sep. 2014.)



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

Según el Banco Central: la estructura de la Población Económicamente Activa (PEA) urbana, en Septiembre del 2014; la tasa de ocupación plena representó el 53,9%, la tasa de subocupación el 41,1%, la tasa de desocupación el 4,7% y los ocupados no clasificados el mínimo porcentaje de (0,4%). Para los próximos años se espera que la implementación del cambio de la Matriz Productiva genere más fuentes de trabajo y se continúe reduciendo la tasa de desempleo.

³⁷ Proyecciones de la población, http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/presentacion.pdf

2.6.5.3. Canasta Familiar Básica.

El análisis al precio de la canasta básica es fundamental, en razón a que el presente proyecto estará relacionado con el sector alimenticio, según el INEC, en el mes de Noviembre del 2014 los precios estarían así como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 14: Canasta Familiar Básica y Vital e Ingresos Familiares.

Canasta Familiar	Precio	Ingreso Familiar Mensual	
Básica	644,74 \$	634,67 \$	Déficit de \$10,08 (1,56% de la CFB).
Ingreso mínimo mensual de un hogar tipo de cuatro miembros con 1,6 perceptores de ingresos.			
Vital	464,38 \$	634,67 \$	Superávit de \$170,29 (36,67% de la CFV).
Ingreso mínimo mensual de un hogar tipo de cuatro miembros con 1,6 perceptores de ingresos.			

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionNoviembre2014/Presentacion_de_Inflacion_noviembre_2014.pdf

Elaboración: El Autor.

Según el INEC, en el año 2014, el ingreso mínimo familiar cubre el 98,44% de la canasta básica familiar, en cuanto al precio analítico de la canasta familiar por ciudades; la básica en Cuenca es de; \$664,41 destacando como la más cara del país respecto a otras ciudades y la vital es de \$458,55.

Para el 2015 el Gobierno ha decretado un incremento de salario básico mensual de USD 340 a USD 354, este valor más las bonificaciones principales como el décimo tercer y décimo cuarto sueldo, permite identificar que el ingreso mensual será alrededor de USD 407,10 con lo cual se cumple la cobertura de la canasta básica familiar, tomando como referencia un promedio de 4 miembros por familia y que cuenten con 1,6 personas que perciben ingresos.

2.6.6. Análisis Tecnológico.

La tecnología es un factor relevante para el desarrollo del sector industrial, con los cambios trascendentales que constantemente este presenta, se ha logrado mejorar las estructuras y cadenas productivas.

Para la ejecución del presente proyecto es indispensable la asistencia de tecnología esencialmente para la producción, en este aspecto Ecuador y particularmente en Cuenca se dispone de empresas intermediarias (importadoras) o que a su vez desarrollan y proveen tecnología como; maquinaria automatizada, software de producción y administración diseñados acorde a las necesidades de cada uno de los sectores productivos.

2.7. Análisis del Micro – Ambiente.

Consiste en desarrollar un estudio orientado a los factores del micro entorno; competencia, canales de distribución y clientes, los cambios que estos generen si pueden ser controlados por la empresa y a su vez influir positivamente sobre ellos para lograr un óptimo desempeño y crecimiento de la empresa.

2.7.1. Situación Actual de la Competencia.

o En el sector de las infusiones:

En virtud a la aceptación y al incremento de la demanda que ha tenido la industria de las infusiones, crece también el volumen de producción de las empresas orientadas a este sector, las cuales serían los virtuales competidores de la empresa a constituirse.

En una Investigación de Campo, desarrollada en base a observación directa en los principales mercados, tiendas y supermercados de Cuenca, se pudo conocer las empresas que han logrado introducir sus productos en el mercado cuencano.

Tabla N° 15: Empresas y Productos comercializados en Cuenca.

EMPRESA	PRODUCTOS	
 <p>COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL TÉ. Quito - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Menta ✓ Manzanilla ✓ Hierba Luisa ✓ Manzanilla/Miel ✓ Matico/Llantén ✓ Toronjil ✓ Horchata Lojana 	
 <p>Industria Lojana de Especerías ILE CA. Loja - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Horchata ILE ✓ Toronjil ILE ✓ Hierba Luisa ILE ✓ Menta ILE ✓ Manzanilla ILE ✓ Cedrón ILE 	
 <p>Hierbas Naturales y Medicinales de Pusuquí Quito - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Manzanilla ✓ Menta ✓ Cedrón ✓ Toronjil Hornimans ✓ Manzanilla con miel H ✓ Te Inglés ✓ Anís Hornimans 	
 <p>AROMAS DEL TUNGURAHUA Ambato - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Te manzanilla ✓ Manzanilla con miel ✓ Cedrón ✓ Toronjil ✓ Horchata con miel ✓ Menta ✓ Hierba Luisa 	
 <p>Industria de Alimentos Naturales Loja - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <p>Hojas deshidratadas y enfundadas.</p>	
 <p>Industria de Elaborados Naturales S.A Loja - Ecuador</p>	<p>Infusiones Aromáticas</p> <p>Hojas deshidratadas y enfundadas.</p>	

Fuente: Análisis e Investigación de Campo.





Elaboración: El Autor.

o **En el sector de las bebidas naturales:**

La industria de bebidas naturales a base de horchata, es relativamente nueva en el país, sin embargo existen dos empresas jóvenes que están incursionando en el mercado desde hace dos años.

A continuación se detalla las empresas que actualmente comercializan bebidas de horchata en determinadas ciudades del país; Loja, Guayaquil, Quito y Guaranda, es necesario destacar que sus productos aún no se ofertan en la ciudad de Cuenca y pese a que su participación en el mercado nacional, es mínima, serían los potenciales competidores del proyecto.

Tabla N° 16: Empresas productoras de bebidas de Horchata.

EMPRESAS	PRODUCTOS
 <p>Industria Lojana de Alimentos y Bebidas Naturales Loja - Ecuador</p>	<p>✓ Bebidas saludables de Horchata</p> 
 <p>Alimentos Procesados Los Andes Guaranda – Ecuador</p>	<p>✓ Bebidas saludables de Horchata</p> 

Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

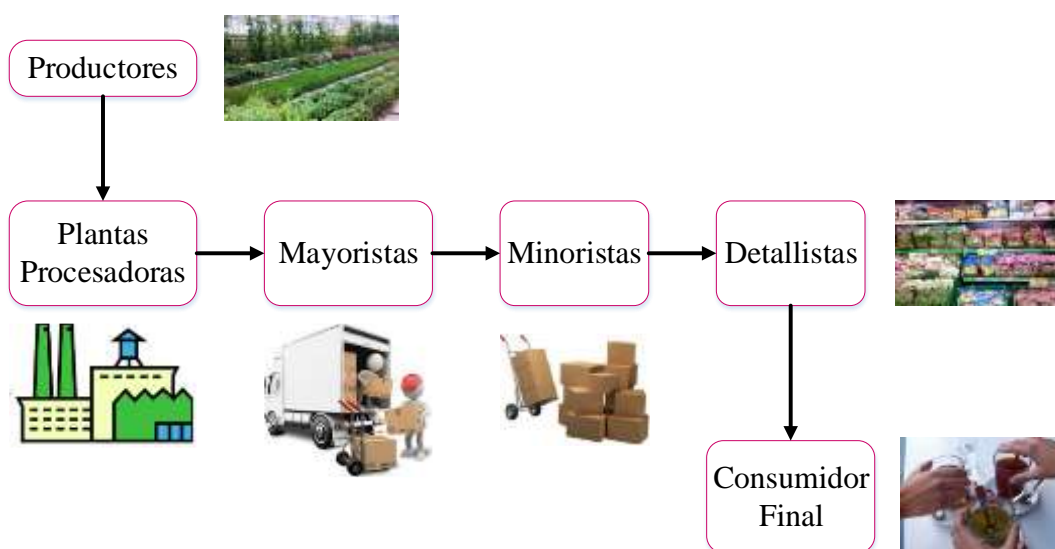
Elaboración: El Autor.

En base a la investigación de campo, se ha podido conocer que las empresas competidoras en el sector de infusiones no están radicadas en el Azuay, sin embargo al ser Cuenca una de las principales ciudades del país buscan constantemente incursionar en su mercado, se constató también las empresas que mayor participación poseen, como son; ILE y RICOSA ambas lojanas, en el caso del sector de bebidas no se ofertan aun en la ciudad, no obstante Cuenca es un mercado atractivo e incursionarían en cualquier momento.

2.7.2. Los Canales de Distribución.

El método que actualmente manejan las industrias procesadoras de los derivados de horchata (infusiones, té) para llegar con sus productos hacia los consumidores finales, es mediante; distribuidores mayoristas, minoristas e intermediarios.

Gráfico N° 16: Canales Actuales de Distribución.



Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

El modelo anterior se sustenta en razón a que las empresas oferentes no están asentadas en Cuenca, lo que disminuye las posibilidades de llegar eficientemente al consumidor final o al menos al detallista.

El análisis anterior enmarca una pauta favorable para el proyecto, puesto que se ejecutará dentro de la provincia y cerca de Cuenca, entonces se buscará llegar eficientemente al cliente reduciendo las cadenas de entrega. Otro aspecto a considerar es aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y cambios en la cultura de negocios lo que haría que la empresa realice negociaciones mediante Internet logrando llegar eficientemente a los detallistas y consumidores finales.

2.7.3. La Demanda.

En virtud a las propiedades medicinales y particularidades aromáticas que presentan las infusiones a base de hierbas naturales, su consumo crece contantemente, de la misma forma el sector de las bebidas naturales, puesto que los consumidores lo consideran como productos más naturales y beneficiosos para la salud.

El proyecto se dirigirá hacia la provincia del Azuay, tomando como mercado potencial; la ciudad de Cuenca, en esta, se busca enfocarse en la clase social media y alta cuyas edades estén entre los 29 y 44 años, en razón de que a esa edad y clase social se preocupan por el cuidado de la salud y consumen productos como los que se pretende ofertar con la ejecución del proyecto.

2.8. Los Proveedores.

Para la producción de infusiones y bebidas a base plantas medicinales, se requiere de diversos componentes, siendo los principales; la Horchata como materia prima vital, la maquinaria y equipos para los procesos de producción, inciden también; los ingredientes, insumos, empaques y botellas para la obtención de los productos finales.

Esta situación indica que se deberá gestionar una cadena de suministros especialmente con proveedores, siendo los principales los que se detallan en los siguientes puntos.

2.8.1. Proveedores de Materia Prima.

El sector de las plantas aromáticas y medicinales, especialmente en la zona central de la Sierra cuenta con empresas proveedoras o centros de acopio de Horchata. En el caso particular de Azuay aun no, sin embargo al ubicarse la planta en Nabón se trabajará directamente con pequeños productores y las Asociaciones de Productores de Horchata con los cuales se ha tenido acercamientos y estarían dispuestos para el abastecimiento respectivo.

Tabla N° 17: Proveedores de Horchata.

NOMBRE	N° DE SOCIOS	PRODUCCIÓN EN HECTÁREAS
“Asociación de Productores de Horchata de Nabón”	20	16
“Pre-asociación de Productores de Horchata La Paz”	22	14
“Asociación de Productores Agroecológicos de Chunazana”	18	11
“Asociación de Productores San Juan Bautista”	17	9
“Asociación de Productores Agropecuarios El Apan”	25	9
TOTAL:	102	59

Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

La tabla anterior detalla los potenciales proveedores del proyecto, los cuales están integrados por un número de 102 familias productoras cuya capacidad productiva es de 59 hectáreas, sin embargo es preciso mencionar que se trabajará también con un número aproximado de 30 pequeños productores con capacidad promedio de producción de 0,5 hectáreas cada uno. En cuanto al volumen de producción por especie de planta, esta se cultiva en base al número de cosechas por año y al porcentaje utilizado para el producto final, por ejemplo; la hierba luisa y el cedrón se cosechan dos veces por año y se ocupa en mayor proporción para el producto final, entonces la superficie de cultivo de estas son mayores.

Otro de los aspectos fundamentales a considerar, es que la Horchata al tratarse de un producto estrictamente orgánico, el número de cosechas por año podría variar, lo cual afectaría al volumen de producción del proyecto, por ende se ha tomado como referencia a los productores de Horchata ubicados en Jadán – Gualaceo y Guaraynac – Paute cuyas características de cultivo también son agroecológicas.

2.8.2. Proveedores de Maquinaria, Equipos e Insumos.

El abastecimiento de estos componentes es más accesible, en razón de que Cuenca figura entre los principales mercados económicos del país, por ende se dispone de diversos proveedores de elementos para los procesos de producción y obtención de los productos finales, la dotación de estos, se podrían realizar con las siguientes empresas, con las que se ha realizado contactos presupuestarios de comercio.

Tabla N° 18: Principales Proveedores de; Maquinaria, Equipos e Insumos.

EMPRESA	SUMINISTROS
 Cuenca – Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Purificador de agua. ✓ Envasadora. ✓ Pulverizador. ✓ Envasadora, etc.
 Quito – Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Botellas de vidrio. ✓ Tapas.
 Guayaquil – Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cajas. ✓ Etiquetas. ✓ Láminas corrugadas.
IMPORSOPAPEL S.A Cuenca – Ecuador.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papel filtrante. ✓ Otros.

Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

La tabla 2,11 describe algunos de los componentes para la producción, así como también las empresas que proveerán los mismos, aunque el proyecto demande más elementos se dispone de otras empresas o a su vez las descritas en el cuadro anterior pueden hacer de intermediarias si de ser el caso toca importar maquinaria o equipos.

CAPÍTULO

III

CAPITULO III

3. FACTIBILIDAD DE MERCADO.

3.1. Estudio de mercado.

En esta sección se analizará la viabilidad comercial del proyecto, mediante; un estudio situacional del producto y las oportunidades que presenta el mercado, se aplicará técnicas; cualitativas y cuantitativas que permitan desarrollar un análisis de la oferta, identificar los competidores directos, establecer el mercado objetivo y la demanda insatisfecha a la que se enfocará el proyecto.

3.1.1. Las Tendencias del Mercado en el Consumo de Bebidas.

En un informe emitido por; Euromonitor Internacional: “Las Cinco Principales Tendencias en Bebidas en Norte y Sudamérica”³⁸ revela; que el cuidado de la salud y bienestar impulsan el dinamismo y la demanda de bebidas funcionales e ingredientes naturales, promueven el lanzamiento de nuevos productos en la región. Latinoamérica ha experimentado un crecimiento sostenido en estas variedades, ya que los consumidores buscan bebidas saludables, como el agua embotellada, el jugo o el té.

En el caso de Ecuador, el té listo para beber, es la categoría de mayor crecimiento ya que los consumidores consideran el producto más natural y beneficioso para la salud, en razón a lo anterior, Ecuador posee el mayor consumo per cápita en Latinoamérica, pues, el consumidor [...] se ha visto atraído por su valor agregado ya que muchas marcas como Nestea, Fuze Tea promueven funcionalidades para salud y bienestar que los consumidores no pueden conseguir de otra forma.

³⁸ Las Cinco Principales Tendencias en Bebidas, 20/12/2014, <http://go.euromonitor.com/las-cinco-principales-tendencias-en-bebidas-por-pais-en-norte-y-sudamerica.html>

Respecto a las bebidas calientes, según revela el informe; Ecuador posee el consumo per cápita más bajo de la región en bebidas hechas a base de otras plantas, los consumidores en su mayoría prefieren el café como bebida caliente, sin embargo, también han demostrado interés en el consumo de té de hierbas, tradicional por sus atributos de salud y variedad.

3.1.2. Análisis al Comportamiento del Consumidor.

La preocupación por el cuidado de la salud, estética y bienestar general del ser humano, hacen que este, opte también, por consumir ingredientes y bebidas naturales. Es importante analizar; ¿Quiénes? y ¿A qué edad? se preocupan por este aspecto.

La gran mayoría del consumo de estos productos se presenta en las clases sociales; media y alta, en razón, al cuidado de la salud que llevan y sobre todo por la cultura alimenticia que practican, no así, en ciertas clases sociales bajas, las cuales, ya sea por el desconocimiento o simplemente por la preferencia y percepción que tengan hacia las marcas de gaseosas, aguas carbonatadas, cafés etc.

En cuanto a la edad; en una serie de investigaciones virtuales y bibliográficas se pudo conocer que la mayoría de personas se preocupa por la salud cuando hayan superado los 25 años, esto se justifica a razón de que antes de esa edad el organismo y cuerpo en general no presentan los estragos por cualquier tipo de alimentación.

La información anterior brinda pautas importantes para la segmentación de mercado, sin embargo, es necesario también analizar; la conducta y procedimiento por el que actualmente atraviesa el consumidor, lo cual permita; definir y diferenciar los productos a ofrecer y establecer las necesidades a satisfacer. En una investigación de campo, mediante observación directa y diversas conversaciones con los consumidores se pudo constatar lo siguiente:

✓ **¿Qué piensa el consumidor acerca de la Horchata?**

Al momento que cliente desea ingerir una bebida de Horchata, se presentan ciertas dificultades para acceder al consumo ágil de la misma, generalmente debe comprar la Horchata (plantas o sus partes), proceder a cocerlos, cernir, agregar ingredientes complementarios (azúcar, limón, otros) lo que le tomaría un tiempo considerable.

Para consumirlo, si se desea tomar caliente puede hacerlo enseguida y si prefiere fría deberá guardarlo en refrigeración hasta un máximo de tres días, posterior a ese tiempo perdería sus propiedades curativas, aromáticas y nutricionales, esto implica que siempre deberá consumir el producto en casa, se ve dificultado a hacerlo en lugares de trabajo, después de hacer deporte u otros. Entonces; ¿qué pasaría si se trata de un consumidor a diario?, ¿debería repetir el proceso anterior todos los días?, la situación anterior explica las razones por las que un cliente, a pesar del conocimiento de las propiedades medicinales, disminuye la frecuencia en el consumo de la bebida.

Por tal razón, el consumidor cree que el producto, por sus bondades medicinales y extractos naturales que presenta, es importante consumirlo, sin embargo la dificultad para adquirirlo hace que no se pueda hacerlo; en la cantidad, lugar y momento deseado.

✓ **¿Cómo le gustaría al consumidor obtener el producto?**

La forma en la que actualmente se consigue la Horchata, no estimula el interés por parte del consumidor, mayoritariamente se la encuentra en atados de plantas verdes cuyas propiedades aromáticas no son proporcionadas de manera adecuada, así por ejemplo, la Hierba Luisa y el Cedrón cuyas esencias aromáticas son atractivas deberían estar en mayor proporción en los atados, similar situación se encuentra en la Horchata enfundada, en donde el proceso de secado de las hojas no ha terminado, lo que da un aroma inoloro y pérdida del color tradicional de la infusión.

En base a la situación anterior, el consumidor preferiría al producto de manera más funcional, es decir en porciones pequeñas y listas para consumir y si se trata de tomar fría; en envases para adquirirlo en lugar y momento deseado.

3.1.3. Análisis de la Oportunidad de Mercado

El informe de Euromonitor Internacional reafirma la tendencia que tienen los consumidores ecuatorianos por las bebidas naturales listas para beber, así como también, demuestra el progresivo interés que tienen por el té caliente a base de hierbas.

Las tendencias por el cuidado de la salud son cada vez más crecientes, esto implica que el consumo de té y bebidas saludables tenga mayor acogida. Existe la oportunidad de captar el mercado de consumidores de horchata dando valor agregado, diferenciación al producto y facilitando el consumo ágil del mismo.

3.1.4. Definición y Diferenciación de los Productos.

El objetivo del proyecto es dar valor agregado al producto, es decir; tomar las hojas deshidratadas, someterles a un proceso de trituración cuyo resultado final será la infusión (té), cubiertas en bolsitas de papel filtrante de 2 gramos c/u y protegidas en cajitas de cartón, con esto se facilitará que el cliente adquiera el producto en la cantidad requerida, para un tiempo considerable y que pueda consumirlo en el lugar e instante deseado, simplemente mezclándolo con agua caliente.

La obtención de la bebida será mediante una ligera cocción y fermentación de las plantas y sus partes, adicionando conservantes naturales y que al pasar por un sistema tecnificado de producción, dará como resultado la bebida refrescante, cuya presentación será en botellas de vidrio de 500 ml, facilitando que el cliente pueda llevarlo consigo y consumirlo en momento y lugar deseado.

3.1.5. Las Necesidades a Satisfacer.

Las necesidades a satisfacer son vitales, en razón a la cantidad de agua que demanda el cuerpo humano, entonces al ingerir líquido natural ya sea caliente o frío ayudaría al

correcto funcionamiento del organismo y por ende conlleva al ser humano a gozar de buena salud. Las razones y beneficios del consumo de infusiones o bebidas que obtendrían el consumir se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 19: Beneficios de Consumir Infusiones y Bebidas Refrescantes.

PROPIEDADES	BENEFICIOS
Medicinal	Por las variedades de sus propiedades curativas que han sido comprobadas empírica y científicamente a través del tiempo.
Nutritiva	Por las atribuciones nutritivas que poseen cada una de las plantas con las que son elaboradas.
Energizante	Permite reanimar el estado físico y anímico.
Hidratante	Ayuda a mantener un nivel óptimo de líquido que necesita el organismo.
Refrescante	En el calor el nivel de deshidratación es mayor por lo que el organismo demanda mayor cantidad de agua.

Fuente: Análisis Empírico e Investigaciones Bibliográficas.

Elaboración: El Autor.

3.1.6. Análisis de la Competencia.

El estudio del Micro entorno desarrollado en el Capítulo II, detalló las marcas de infusiones que actualmente se comercializan en Cuenca. En una investigación de campo basada en la observación directa, se constató los productos más vendidos; Horchata y Tisanita de las empresas: ILE y RICOSA respectivamente, los cuales serían las principales competidores. Respecto a las bebidas, el mercado cuencano no dispone aún de bebidas específicamente de Horchata, sin embargo es importante destacar la oferta de una gran variedad productos sustitutos, de igual manera para las infusiones, para los dos casos son productos de empresas ya posicionadas, incluso multinacionales.

Tabla N° 20: Desagregación de la Competencia.

INFUSIONES; COMPETIDORES DIRECTOS:			SUSTITUTOS:	
EMPRESA	PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO
	Horchata: Té a base Plantas aromáticas y medicinales	USD 1,50	Fruit Tea Samplear.	USD 4,00
			Jasmine Green Tea.	USD 4,00
	Tisanita: Hojas deshidratadas de Plantas Medicinales en funda.	USD 0,75	Té Verde.	USD 1,40
			Infusiones de Plantas Aromáticas.	USD 1,00
			Otros productos importados.	Más de 5,00
BEBIDAS; COMPETIDORES DIRECTOS:			SUSTITUTOS:	
En el mercado cuencano no se oferta aun bebidas naturales a base de Horchata, por lo que sería una gran oportunidad para la empresa.			PRODUCTO	PRECIO
			Adelgázate.	USD 0,70
			Fuze Tea.	USD 0,85
			Nestea.	USD 0.75
			Te Tony.	USD 0,70

Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

La desagregación de la oferta se realizó mediante análisis y observación directa en los principales centros comerciales, tiendas y mercados de Cuenca, en cuanto a las infusiones se logró determinar que los precios de la competencia y de los productos sustitutos fluctúan entre USD 0.75 y USD 4,00, sin descuidar las marcas importadas cuyos valores son mayores a USD 5,00. Respecto a las bebidas, no existen competidores directos en bebidas a base de Horchata, más bien, es importante destacar la presencia de marcas reconocidas como: Fuze Tea y Nestea las que son las marcas más vendidas así como también la variedad de productos sustitutos cuyos precios no rebasan USD 1,00.

3.1.7. Análisis de la Demanda.

Para un estudio óptimo de la demanda, es preciso recurrir a información de fuentes primarias y secundarias, como; entrevistas, asesorías y datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, estos permitirán obtener información acertada y emitir informes hacia los fines pertinentes. Entonces es necesario dimensionar y cuantificar la magnitud del mercado al cual se orientará el proyecto.

El proyecto estará radicado en la provincia del Azuay, la cual, según el Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010, cuenta con 712.127 habitantes. De esta cifra la ciudad de Cuenca abarca el 70,99% con 505.585 habitantes, de los cuales; el 65,26% pertenecen a la área urbana y el 34,74% a la zona rural, de estos porcentajes; 239.497 son hombres y 266.088 mujeres, y con una tasa de crecimiento promedio anual del 2%.³⁹

En cuanto a la actividad de los cuencanos el 44,2% de la población se encuentra dentro de la Población Económicamente Activa (PEA)⁴⁰, lo que representa un total de 223.468 habitantes, de estos se ha considerado según el poder adquisitivo, es decir los que registran dentro de los quintiles; 3, 4 y 5 con ingresos de: \$ 812, \$ 1096 y \$ 1998 respectivamente, lo que significa un total de 74. 466 personas.

Se ha considerado también según el rango de edad; todos quienes estén entre 29 y 44 años, lo que proporciona un total de 42.148 personas, las que representarían el mercado objetivo, es decir, los posibles clientes a los que inicialmente se pretende expender los productos.

³⁹ Fascículo Provincial Azuay, 15/12/2014; <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

⁴⁰ Geografía y Población; Cuenca, 15/12/2014, <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/node/3>

La siguiente tabla describe el análisis de los mercados en el que intervendrá el proyecto, desagregándolo de la siguiente manera: el mercado total representan todos los compradores que tiene la población, el mercado potencial se refiere a todos aquellos que podrían ser compradores en algún momento, el mercado meta a los que podrían comprar en el mediano plazo y el mercado objetivo es al que específicamente se enfocará el proyecto.

Tabla N° 21: Desagregación de la Demanda.

MERCADO		CRITERIOS GEOGRÁFICOS:				
TOTAL		Provincia:	Azuay	Población Total:	712.127 Habitantes.	
POTENCIAL		Cantón:	Cuenca.	Población Total:	505.585 Habitantes.	
		Zonas:	Urbana.	Población Total:	329.928 Habitantes.	
META		CRITERIOS DEMOGRÁFICOS:				
		VARIABLES	Actividad/Ocupación	Población económicamente activa	Población Total:	223.468 Habitantes
			Nivel de Ingresos: Quintiles: 3, 4 y 5.	\$ (812, 1.096 y 1.998) respectivamente.	Población Total:	74.466 Personas.
			Edad:	Desde 29 a 44 años.	Población Total:	42.148 Personas.
Géneros:	Masculino y Femenino.					
Clase Social:	Media – Alta.					
OBJETIVO						

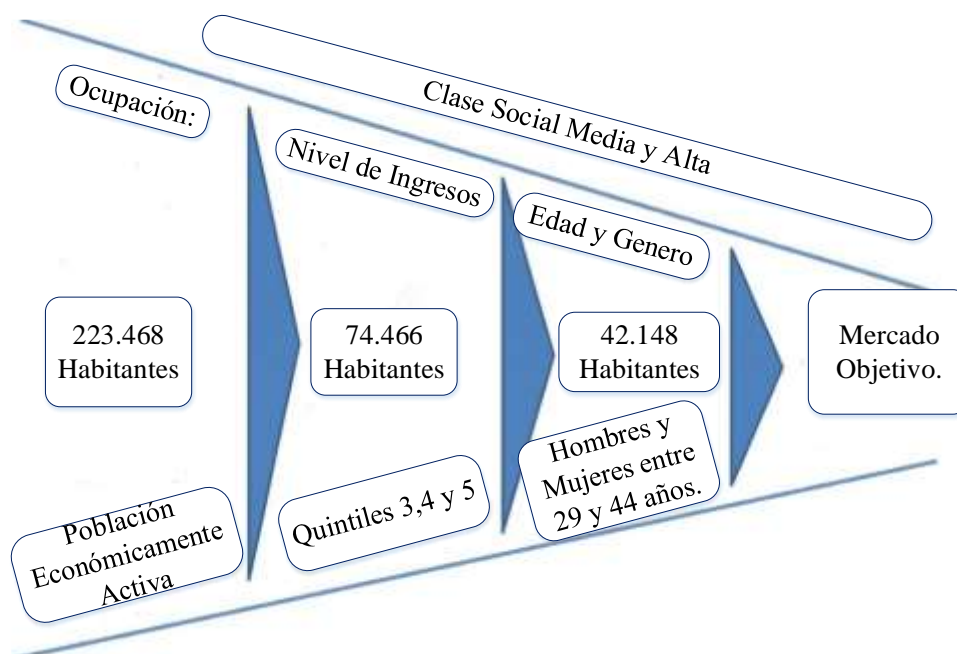
Fuente: Adaptado acorde a la información otorgada por el INEC, Matriz de Resultados: ENIGHUR, (2011 - 2012).

Elaboración: El Autor.

3.1.8. Segmentación Específica de Mercado.

La segmentación específica de mercado se realizará en base al Mercado Meta, en este, se enfocará hacia la Población Económicamente Activa (PEA) la que cuenta con un total de 223.468 individuos y se procederá a segmentarlos de acuerdo a su nivel de ingresos, orientándose a los quintiles: 3, 4 y 5 en los que se encuentran 74.466 personas, con ingresos mensuales desde: \$ 812, \$1.096 y \$ 1.998 dólares respectivamente. De este grupo de potenciales consumidores se procederá a segmentarlos nuevamente, esta vez; por edades, desde 29 a 44 años, obteniendo como demanda efectiva 42.148 posibles consumidores los que según información proporcionada por el INEC pertenecerían a la clase social media y alta.

Gráfico N° 17: Segmentación Específica de Mercado.



Fuente: Adaptado acorde a la información del INEC, Matriz de Resultados: ENIGHUR, (2011 - 2012).

Elaboración: El Autor.

El grafico 3.1 describe el proceso de segmentación específica, el cual cumple con el embudo de segmentación, el comportamiento de compra potencial y permite la obtención del mercado objetivo.

3.1.9. Definición del Tamaño de la Muestra.

Para la obtención de la muestra se ha tomado como universo al Mercado Objetivo con un total de 42.148 personas, cantidad que servirá como muestra poblacional.

En donde:

N = tamaño de la población.

Z = nivel de confianza 1.96^2 (siempre que la seguridad sea del 95%).

p = variabilidad positiva, en este caso: $50\% = 0.5$

q = variabilidad negativa $1 - p$, (en este caso $1 - 0.5 = 0.5$)

E = precisión o error (se usará el 5%).

n = tamaño de la muestra.

DATOS:

$N = 42.148$

$Z = 95\% \ 1.96^2$

$P = 95\%$

$Q = 5\%$

$E = 5\%$

$n = ?$

$$\text{Fórmula: } n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 42.148}{(42.148)(0.05)^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 380,69 = 381.$$

El tamaño de muestra del proyecto es 381, lo que significa también el número de encuestas a realizar, el total de estas serán distribuidas en cada una de las parroquias urbanas de Cuenca acorde al total de sus habitantes, en razón a que se pretende introducir los productos en esta área urbana de la ciudad.

Tabla N° 22: Parroquias Urbanas de Cuenca.

N°	Nombre de la Parroquia	POBLACIÓN TOTAL	PORCENTAJE INEC %	N° ENCUESTAS
1	Bellavista	26.445	8,02	31
2	Cañaribamba	11.867	3,60	14
3	El Batán	24.626	7,46	28
4	El Sagrario	6.773	2,05	8
5	El Vecino	30.737	9,32	35
6	Gil Ramírez D.	7.101	2,15	8
7	Herman Miguel	17.386	5,27	20
8	Huayna Cápac	16.262	4,93	19
9	Machángara	23.193	7,03	27
10	Monay	21.853	6,62	25
11	San Blas	9.759	2,96	11
12	San Sebastián	39.690	12,03	46
13	Sucre	17.133	5,19	20
14	Totoracocha	25.430	7,71	29
15	Yanuncay	51.673	15,66	60
TOTALES:		329.928	100,00	381

Fuente: INEC, Censo 2010, Base de Datos REDATAM.

Elaboración: El Autor.

3.1.10. Diseño de la Encuesta.

El diseño de la encuesta aplicada para el segmento seleccionado se detalla a continuación:

ENCUESTA DE CONSUMO POTENCIAL DE INFUSIONES Y BEBIDAS

El presente estudio tiene por objetivo determinar la aceptabilidad que podría tener Ud. hacia el consumo de productos derivados de la Horchata (infusiones y bebidas) y con ello determinar la factibilidad, de la creación de una empresa cuyo fin es la producción de estos productos. Agradecemos de antemano que conteste con la mayor veracidad posible. *Marque con una X las respuestas que Ud. crea conveniente:*

1. ¿Conoce Ud. acerca de las propiedades curativas que poseen las Plantas Aromáticas y Medicinales con las que se elabora la Horchata?

SI NO

2. ¿Es Ud. consumidor de infusiones (té) de Horchata?

SI NO

3. Indique la forma en la que actualmente Ud. consigue la Horchata:

En atados de plantas: Hojas deshidratadas
enfundadas: En cajitas
pequeñas:

4. Si su respuesta anterior, fue entre las 2 primeras; ¿Le gustaría obtener un producto terminado: (en bolsitas de té) que agilite su consumo?

SI NO

5. Señale los lugares en los generalmente Ud. compra el producto:

Mercados: Tiendas: Supermercados:

6. ¿Con que frecuencia Ud. consume infusiones?

Nº de veces que consume.

Diario:
Semanal:
Mensual:

7. ¿En qué lugar generalmente consume Ud. infusiones?

En casa: Trabajo: Cafeterías:

8. ¿Cuáles son las marcas que generalmente consume Ud.?

Tisanita: ILE: Hornimans: Aromas Otras:
(Enfundada) Tungurahua:

9. Señale lo que pagaría Ud. por un paquete con 20 unidades (bolsitas):

\$ 1,75: \$ 2,00: \$ 2,25:

10. ¿Consumiría también Ud. una bebida refrescante natural en botella, elaborada a base de Horchata?

SI NO

11. Señale la frecuencia con la normalmente Ud. consume bebidas refrescantes:

Diario: Cantidad: Semanal: Cantidad: Mensual: Cantidad:

12. ¿Indique las Marcas de bebidas que generalmente Ud. compra?

Fuze Tea: Nestea: Adelgázate: Te Toni: Otras:

13. Señale los lugares en los mayoritariamente Ud. compra una bebida:

Mercados: Tiendas: Supermercados:

14. ¿Con que sabor le gustaría consumir la bebida de Horchata?

Natural: Limón: Fresa:

15. ¿Considerando los cuidados; de su salud y del medio ambiente, le gustaría que la bebida tenga presentación en botella de vidrio?

SI NO

16. ¿En virtud a los beneficios saludables que presentaría la bebida, cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de 500 ml?

\$ 0,75: \$ 1,00: \$ 1,25:

17. Finalmente: Indique el motivo por el cual Ud. se motivaría a consumir los productos antes mencionados:

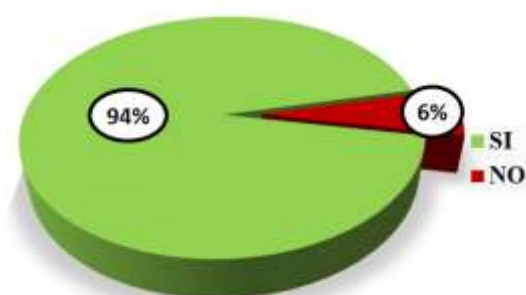
Calidad y Beneficio: Precio Accesible: Marca Atractiva:

Gracias por su Colaboración.

3.2. Análisis General de los Resultados.

Uno de los principales criterios a considerar en la presente investigación fue determinar si el mercado objetivo: *conoce acerca de las propiedades medicinales que poseen las plantas utilizadas en la infusión de Horchata*, el cual ha permitido establecer que el **94%** de potenciales consumidores están familiarizados con los atributos de la Horchata e indica una posible respuesta favorable para los productos.

Gráfico N° 18: Conocimiento de las Propiedades Medicinales de la Horchata.

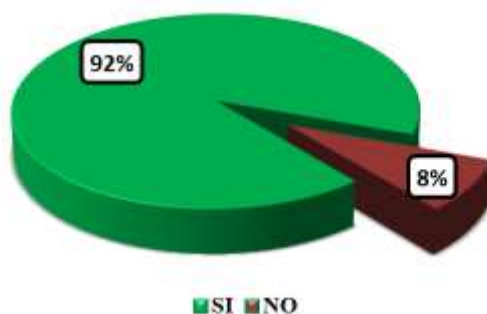


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Es necesario también conocer; *la proporción de consumidores de infusiones de Horchata que tendría el mercado objetivo*, siendo este positivo para los propósitos del proyecto ya que un **92%** consume el producto, no obstante, el **8%** restante no lo prefiere o podría optar por marcas importadas u otros.

Gráfico N° 19: Consumidores de Infusión de Horchata.



Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Conociendo el nivel de consumo de infusiones de Horchata, es indispensable identificar; *las formas en las que actualmente se consigue la Horchata*, cuyas proporciones se detallan en el Gráfico: 3.4.

Gráfico N° 20: Formas en las que Actualmente Compran Horchata.

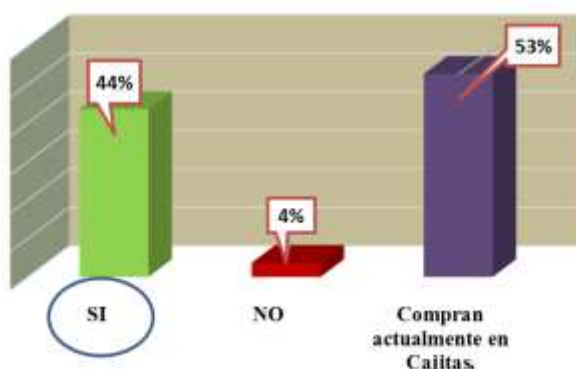


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

El **53%** de consumidores, ya compra la Horchata en presentaciones de cajas, sin embargo, queda el **38%** que consigue el producto enfundado y un **9%** que aún lo hace en atados de plantas verdes, siendo estas dos últimas proporciones las que buscaría cubrir el proyecto. Para esto, se puso en consideración del consumidor *si estaría de acuerdo en obtener un producto terminado que agilite su consumo*. El **53%** ya compran el producto en caja y el **44%** estaría dispuesto a hacerlo en esta modalidad lo que representaría la demanda inicial a cubrir.

Gráfico N° 21: Aceptación de la Horchata en Bolsitas de Té.



Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Para establecer los potenciales medios de distribución se indagó también, *los lugares en los que generalmente compran el producto*, siendo los más preferidos; los supermercados y tiendas, los cuales abarcan la distribución del **41%** y **38%** respectivamente.

Gráfico N° 22: Lugares Preferidos para Comprar.

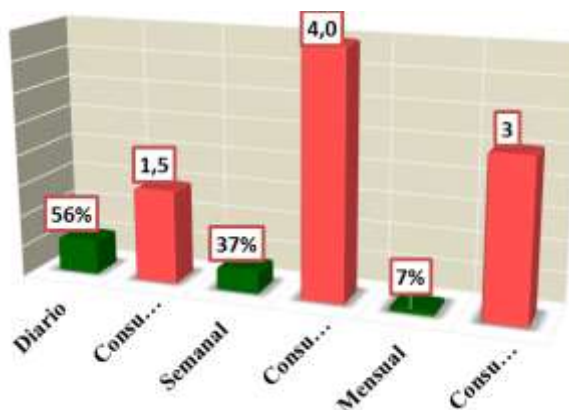


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Con el objetivo de determinar los posibles niveles de producción es importante *conocer la frecuencia y cantidad de consumo*, el **56%** consume todos los días con un promedio de **1,5** veces, el **37%** consumen semanalmente con un promedio de **4** veces, estas cantidades son positivo para los fines del negocio.

Gráfico N° 23: Frecuencia y Cantidad de Consumo de Infusiones de Horchata.

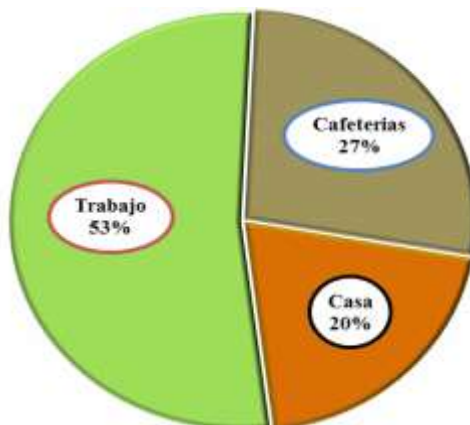


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Con fines de conocer el comportamiento del consumidor se ha investigado; *los lugares en los que las personas consumen infusiones*, los hallazgos muestran que el **53%** degustan del producto en sus lugares de trabajo, en tanto el **27%** lo hace en cafeterías o restaurantes y un **20%** prefieren hacerlo en sus hogares, esta información es vital ya que indica hacia donde se deberá llegar con los productos.

Gráfico N° 24: Lugares Preferidos para Consumir Infusiones.

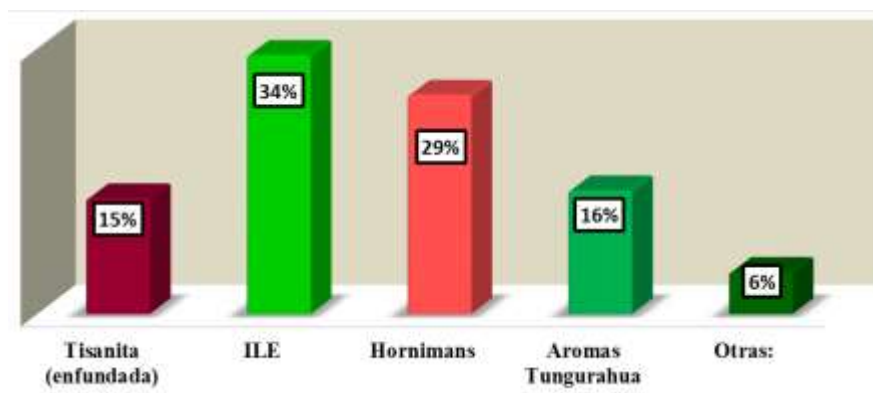


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Para identificar a los principales competidores es necesario conocer *las marcas mas preferidas por los clientes*, en cuyos resultados figuran ILE y Hornimans con el **34%** y **29%** respectivamente con la mayor participación.

Gráfico N° 25: Marcas Preferidas por los Consumidores.

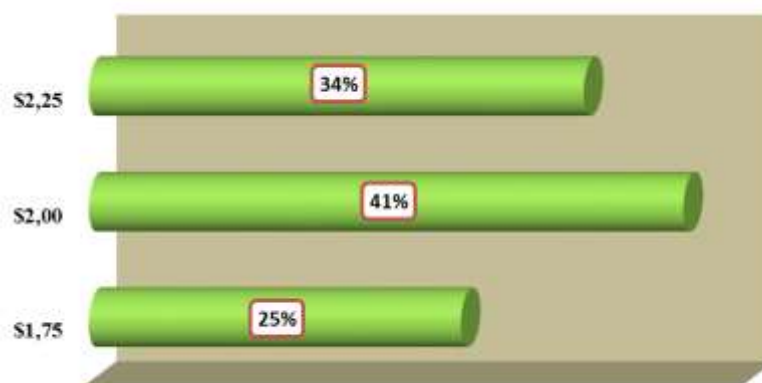


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Los precios del producto son fundamentales por ello se preguntó también *el valor que estarían dispuestos a pagar por un paquete de 20 unidades*, los consumidores aprecian el producto natural, por ende el **41%** pagaría el valor de **\$2,00** y un considerable **34%** cancelarían hasta **\$2,25** estos valores serán adaptados a los costos de producción con el fin de no perjudicar a la empresa ni al consumidor.

Gráfico N° 26: Precios que Pagarían los Consumidores.

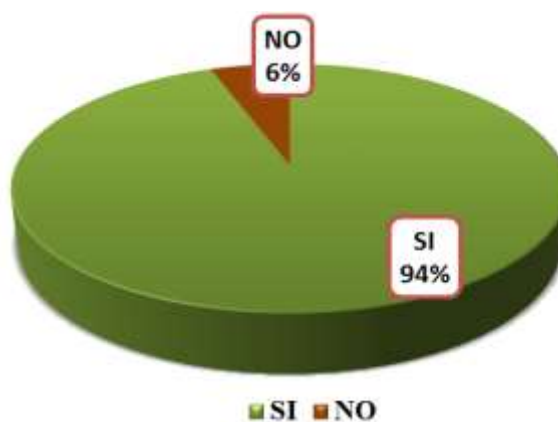


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

El objetivo del proyecto es también elaborar bebidas refrescantes, por eso se investigó *si consumirían el producto*, el **94%** estaría de acuerdo en hacerlo en virtud a las propiedades de la bebida y enmarca aspectos favorables para el presente plan.

Gráfico N° 27: Aceptación de la Bebida de Horchata.

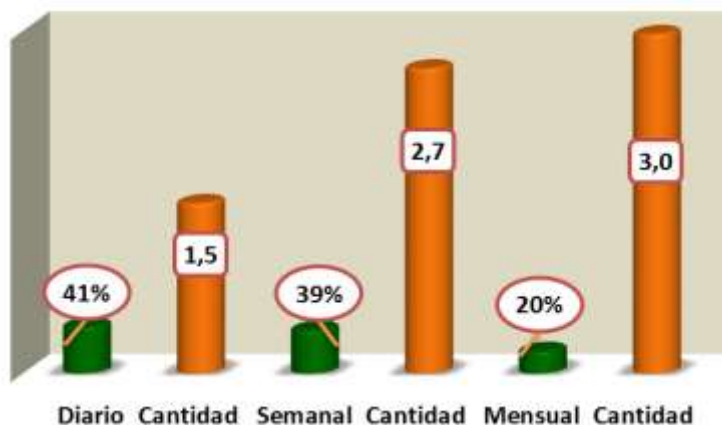


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Es importante *conocer también la frecuencia y cantidad con las que el cliente ingiere una bebida*, según la investigación el **41%** del mercado objetivo consume diariamente un promedio de 1,5 bebidas cada uno, otro **49%** lo hace semanalmente con un promedio de 2.7 bebidas. Es valores son optimistas para los niveles de producción.

Gráfico N° 28: Niveles de Consumo de Bebidas Naturales.

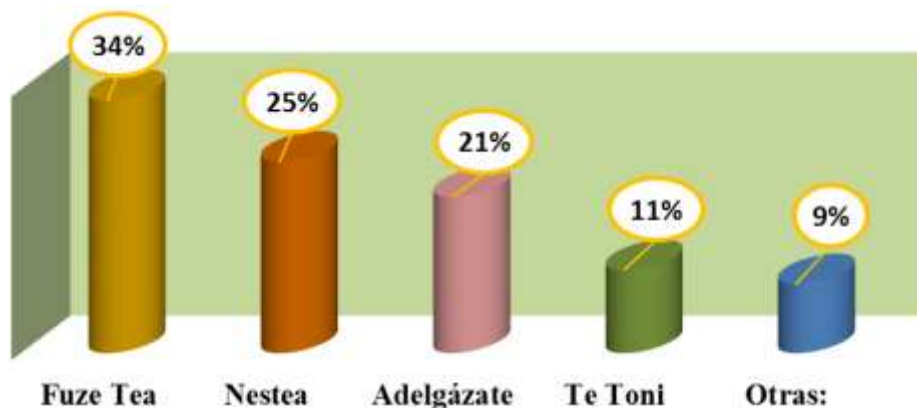


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Para identificar la potencial competencia, se investigó; *las marcas que generalmente compran*, siendo estas: Fuze Tea y Nestea las que ocupan el **34%** y **25%** respectivamente de participación en el mercado, esto implica a desarrollar estrategias de calidad y diferenciación ya que las anteriores son marcas ya posicionadas.

Gráfico N° 29: Potenciales Competidores en Bebidas

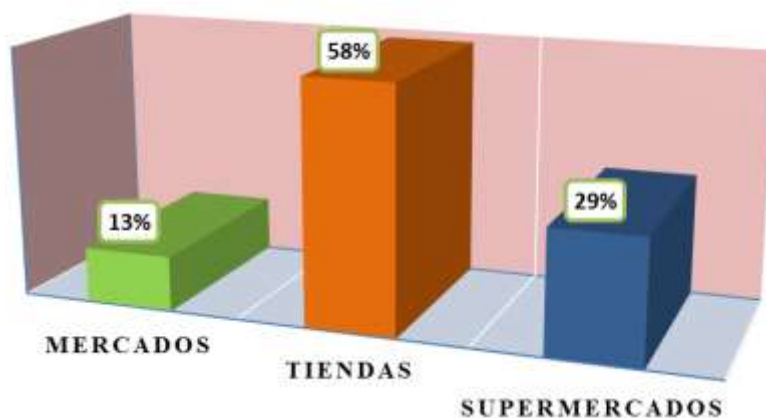


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Es indispensable conocer los *lugares en los que frecuentemente el consumidor adquiere una bebida* y así a futuro establecerlos como medios para llegar con el producto al cliente; los hallazgos muestran que el **58%** compra en tiendas y un **29%** en supermercados, siendo estos los potenciales medios de distribución.

Gráfico N° 30: Principales Medios de Distribución.

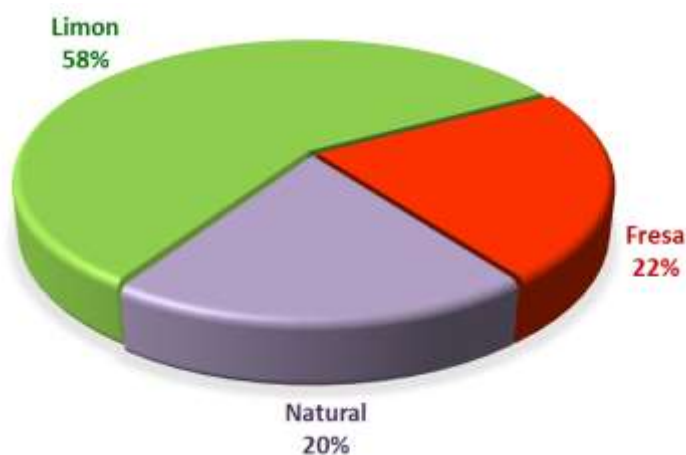


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Uno de los factores importantes para el valor y diferenciación del producto es; *conocer con que sabor preferirían la bebida*; el **58%** considera que debería ser sabor a limón, en tanto el **22%** se inclina por un sabor a fresa, sin descuidar también que el **20%** restante prefiere al producto sin ningún tipo de ingrediente.

Gráfico N° 31: Sabores Preferidos para la Bebida.

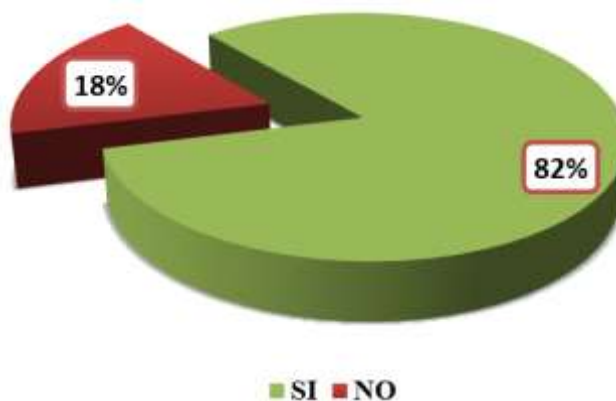


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Al ser una bebida saludable es necesario saber si al consumidor *le gustaría que tenga presentación en botella de vidrio*, los clientes han considerado la propuesta como positiva, pues el **82%** está de acuerdo con esta, mientras que un **18%** considera que la bebida debería ser botella plástica.

Gráfico N° 32: Aceptación de la Bebida en Botella de Vidrio.

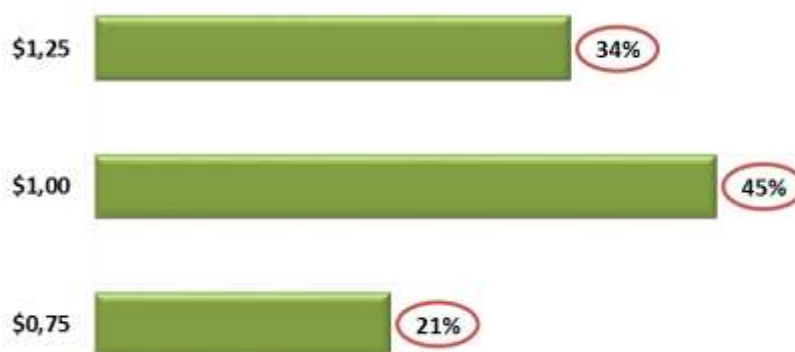


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Es importante *conocer lo que pagaría el consumidor por la bebida en botella de 500 ml* de esta manera analizarlo y adaptarlo al costo de producción, el **45%** de los encuestados pagaría \$1,00, un significativo **35%** gastaría un valor de hasta \$1,25, esto implicara a reducir costos de producción ya que los precios de la competencia y productos sustitutos no rebasan el valor de \$1,00.

Gráfico N° 33: Valores que Pagarían por la Bebida.

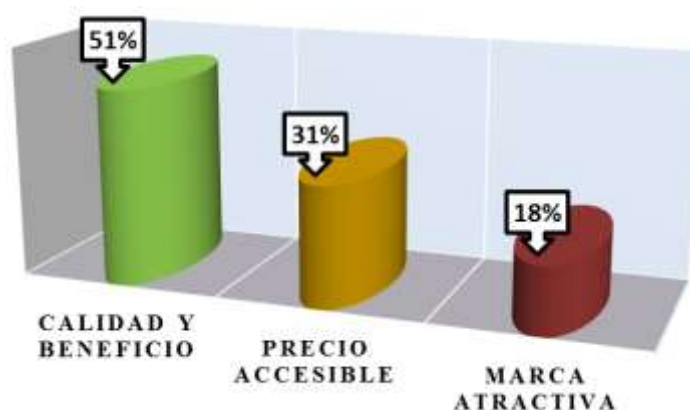


Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Se ha considerado imprescindible *conocer los motivos por los que el cliente compraría los productos que ofertará el proyecto*, pues estos brindan pautas necesarias para mejorarlos, los resultados afirman que el **51%** se motivarían por la calidad y beneficios que estos les darían.

Gráfico N° 34: Razón por la que Comprarían los Productos Expuestos.



Fuente: Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

3.2.1. Análisis de la Demanda Insatisfecha.

Los hallazgos obtenidos por la Investigación de Mercado demuestran que el consumo local de infusiones y bebidas es masivo, el **92%** del mercado seleccionado consume infusiones de Horchata, de este, el **44%** estaría dispuesto a cambiar la modalidad actual de compra (horchata enfundada y atados de plantas), y optar por presentaciones pequeñas en cartón.

Respecto a las bebidas de Horchata, el **94%** estaría dispuesto a consumirlo, de estos, el **82%** acogen la propuesta de obtener la bebida en botella de vidrio cuyo objetivo es conservar las propiedades naturales de la bebida y sobre todo el cuidado del medio ambiente.

El objetivo del proyecto es cubrir el 50% de la demanda insatisfecha en infusiones, y el 50% en bebidas, para esto en la siguiente tabla se detallará el número exacto de consumidores potenciales y el volumen de producción.

Tabla N° 23: Desagregación de la Demanda y Producción Potencial.

INFUSIONES:			
Mercado Objetivo		42.148	100%
Consumidores de Infusiones de Horchata	SI	38.777	92%
	NO	3.371	8%
Demanda Insatisfecha (<i>personas dispuestas a comprar el producto en cajitas pequeñas</i>).		Promedio de Consumo Per cápita / Semana	Cantidad a Producir y Vender / Semana
44%	17.062	4	68.248
BEBIDAS:			
Mercado Objetivo:		42.148	100%
Personas que consumirían la Bebida de Horchata.	SI	39.619	94%
	NO	2.529	6%
Personas que consumirían la bebida en botella de vidrio	SI	32.487	82%
	NO	7.132	18%
Demanda efectiva que cubrirá el proyecto.		Promedio de Consumo Per cápita / Semana	Cantidad a Producir y Vender / Semana
50%	16.244	2	32.488

Fuente: Análisis acorde al Estudio de Mercado (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor

El análisis de la demanda insatisfecha ha permitido establecer la cantidad real que requerirá la demanda efectiva, siendo esta, la cantidad que la empresa deberá producir y vender semanalmente. Un número de 17.062 potenciales compradores con promedio de consumo per cápita de 4 infusiones a la semana indica que se deberá producir 68.248 bolsitas de infusión en papel filtrante a la semana, cada caja contendrá 20 unidades, entonces se deberá producir 3.414 cajas a la semana.

Respecto a la producción de bebidas, 16.244 personas estarían dispuestas a consumir la bebida en botellas de vidrio, cada uno de estos consume un promedio de 2 botellas por semana entonces la producción semanal será de 32.488 botellas de bebidas.

3.2.2. Conclusión de la Investigación de Mercado.

Los resultados generales que arroja la investigación de mercado enmarcan un panorama favorable para la ejecución del proyecto y lanzar los productos al mercado, siendo las siguientes, las principales conclusiones:

- ✓ El consumo de bebidas saludables listas para tomar y bebidas calientes a base de hierbas naturales, tiene un crecimiento considerable en el mercado ecuatoriano, en base a que los consumidores consideran al producto como más saludable y funcional.
- ✓ La infusión de Horchata es un producto apetecido por los consumidores, es por eso, que se considera una gran oportunidad para darle valor agregado y obtener productos finales (infusiones y bebidas) que agiliten y promuevan su consumo frecuente.
- ✓ El 94% del mercado objetivo conocen las bondades medicinales de la Horchata, por ende el 92% es consumidor de infusiones a base de este producto, aunque el 53% ya compra presentaciones pequeñas, queda un 44% que compra el producto enfundado o en plantas y estaría dispuesto a cambiar esta modalidad de compra.
- ✓ El 94% de los consumidores estaría dispuesto a consumir la bebida refrescante a base de Horchata y un 82% lo haría en presentaciones de botella de vidrio, esto indica un nivel considerable de aceptación de los consumidores hacia el producto.
- ✓ Respecto a los precios; precios de los productos, el mercado estaría dispuesto a pagar por una infusión y bebidas entre \$ 2,00 y \$ 1,00 respectivamente y los medios de distribución más efectivos serían las tiendas y supermercados.

La mayoría de respuestas de las preguntas formuladas en el cuestionario, han sido positivas para las intenciones del presente emprendimiento, por lo que se considera al proyecto como viable y brinda las pautas para la continuación de la investigación.

CAPÍTULO

IV

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA DE FACTIBILIDAD.

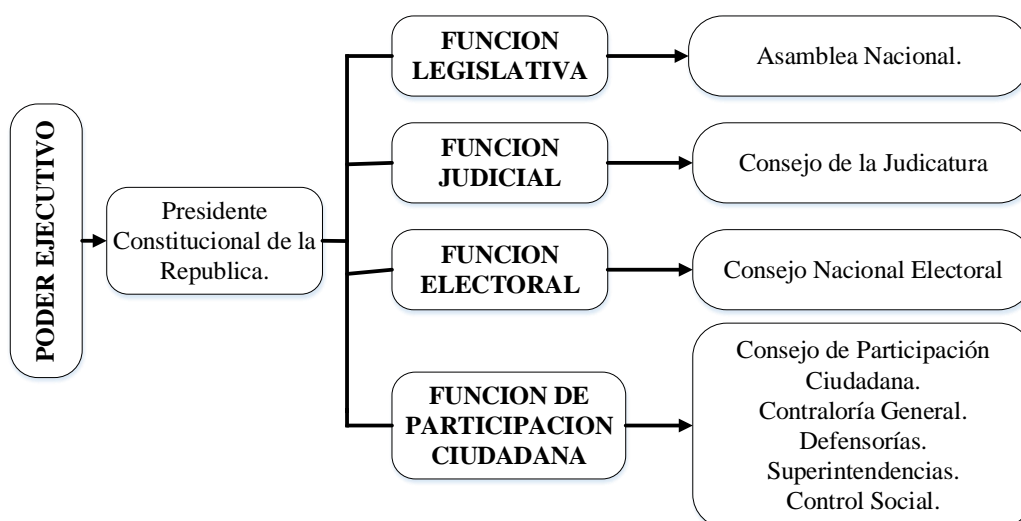
4.1. Factibilidad Legal.

Los factores políticos y legales, son aspectos importantes que inicialmente se deben considerar al momento de planificar un proyecto de inversión. En Ecuador es indispensable acogerse a las leyes y normativas resueltas por el Gobierno; el Plan Nacional para el Buen Vivir, el cambio de la Matriz Productiva, la generación de nuevos impuestos y requisitos para cada industria, destacan entre los principales parámetros que se analizarán en el desarrollo del presente capítulo.

4.1.1. Estudio Político Legal.

Ecuador llega al año 2015 con estabilidad política, situación que atraviesa desde hace siete años, su sistema político se basa en un poder ejecutivo y cuatro funciones.

Gráfico N° 35: Sistema Político actual del Ecuador.



Fuente: Análisis e Investigación de Campo.

Elaboración: El Autor.

Una de las principales propuestas del Presidente y la Asamblea Nacional, es la de defender la industria nacional, lo que trasmite confianza a los emprendedores para trabajar sabiendo que cuentan con el respaldo del Gobierno, frente a los potenciales competidores externos que podrían incurrir en nuestro mercado.

Es necesario destacar los lineamientos propuestos por el Gobierno, como es el caso del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el cual plantea el cambio de la matriz productiva, que impulse la producción con valor agregado, propone también que las sociedades que se constituyen a partir de la vigencia de este código, cuyo objeto sea realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de ciertas exoneraciones e incentivos tributarios en un determinado periodo.

Uno de los aspectos claves es el respaldo que se brinda a los emprendimientos con las características del presente proyecto, en general, el actual modelo político genera un entorno favorable para los emprendedores que acaten e impulsen las políticas de gobierno.

4.1.2. Plan Nacional Para el Buen Vivir.

Uno de los ejes centrales de la ideología política y económica del actual Gobierno es el Plan Nacional para el Buen Vivir, esto ha conllevado a que Ecuador este atravesando cambios y transformaciones políticas y sociales que van en beneficio de la ciudadanía, el Sumak Kawsay como también se lo define, ha propuesto importantes desafíos en innovación técnica y política para lograr un desarrollo socioeconómico sustentable.

Entre los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir que se ha tomado como referentes para el proyecto figuran el 8, 9 y 10 los cuales apuntan a; consolidar el sistema económico y solidario de forma sostenible, garantizar el trabajo digno en todas sus formas, e impulsar la transformación de la matriz productiva respectivamente.

4.1.3. El cambio de la Matriz Productiva.

Ecuador se ha caracterizado por ser exportador de materias primas hacia mercados internacionales y al mismo tiempo importador de bienes y servicios con valor agregado. Con el objetivo de sustituir las importaciones, ahorrar divisas y crear empleo el Gobierno Nacional ha planteado el cambio de la Matriz Productiva. Según la Senplades, la actual matriz productiva ha sido el principal limitante para que Ecuador alcance una Sociedad del Buen Vivir, por lo tanto se ha convertido en uno de los objetivos prioritarios del Gobierno Nacional.

En relación al proyecto se ha tomado como referencia unos de los principales ejes de la Matriz Productiva, en el que destaca el fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos, particularmente de la economía popular y solidaria que incluyan valor agregado como alimentos frescos y procesados.

Actualmente el sector las plantas aromáticas y medicinales, particularmente la Horchata se exportan como materia prima, dar valor agregado y obtener productos finales de este sector es el principal objetivo de este proyecto, aunque inicialmente no sea para exportación es importante iniciar con este proceso a nivel local para en un futuro buscar mercados externos.

4.1.4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

Es necesario resaltar el constante apoyo que tiene la economía popular y solidaria y el sector financiero popular y solidario, cuyos participantes son los sectores asociativos y comunitarios los cuales son los principales gestores en el cultivo de Horchata.

En relación al proyecto; las comunidades, productores y asociaciones que suministrarán la materia prima son regulados y financiados por la Economía Popular y Solidaria, por lo que la continuidad de la misma será importante para nuestro plan.

4.1.5. Marco Legal de las Leyes que afecten a la Constitución de la Empresa.

Para la constitución legal de la empresa será preciso alinearse a las normativas locales, las leyes que incumben a cada especie de compañía, el proceso de constitución y los requisitos que infiere la industria para su normal funcionamiento.

4.1.5.1. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Nabón.

El cantón Nabón está situado al extremo sur – este de la provincia del Azuay, en la subcuenca del Río León, perteneciente a la cuenca del Río Jubones. Se encuentra a 69 km de Cuenca e interconectado por la panamericana sur Cuenca – Loja.

Cuenta con una superficie de 668 Km², según el censo del 2010, su población es 15.892 habitantes de los cuales el 93,06% pertenece al área rural y el 6,94% se asienta en el área urbana.

Su territorio está conformado por cuatro parroquias: la zona urbana, (parroquia Nabón), y tres rurales: Cochapata, Las Nieves y El Progreso. La actividad económica es principalmente la agricultura y ganadería a pequeña escala, alineado a prácticas amigables con el medio ambiente.

Los principales lineamientos planteados por el actual PDOT, se basan en los principios y estrategias del Plan Nacional para el Buen Vivir, propone: el uso adecuado y responsable del suelo, un modelo de gestión productiva y participativa con desarrollo sustentable. Por lo tanto las actividades industriales deberán ubicarse en zonas asignadas como tal, a distancias considerables de las fuentes hídricas, centros poblados y dispersos, bosques, chaparros y zonas de pastoreo.

4.1.5.2. Constitución Legal de la Empresa.

La empresa a constituir es una Compañía Anónima, cuyas características y definiciones ya fueron detalladas en el Capítulo 1, en esta sección se detalla la base legal establecida, el proceso para su constitución de la misma y los requisitos para iniciar su normal funcionamiento.

4.1.5.3. Definición de la Base Legal.

- **Nombre:** la empresa tomará la siguiente denominación: **PROCESADORA DE PLANTAS AROMÁTICAS Y MEDICINALES COMPAÑÍA ANÓNIMA.**

Gráfico N° 36: Logo distintivo de la Compañía.



Fuente: Diseñado mediante, Microsoft Visio 2013.

Elaboración: El Autor.

- **Tipo de empresa:** la empresa productora y comercializadora de infusiones y bebidas naturales, pertenecerá al sector de; Ingredientes y Bebidas Naturales.
- **Domicilio:** el domicilio de la compañía está ubicado en el cantón Nabón, provincia del Azuay.
- **Objeto Social:** la empresa inicialmente se dedicará a la producción de infusiones y bebidas refrescantes a base de horchata con el fin de comercializarlos en la ciudad de Cuenca. Pudiendo más tarde ampliar su cadena de valor, creando sus propias plantaciones de cultivo e incrementar su portafolio, con productos derivados como; aceites, esencias, medicinas etc.

- **Duración:** el plazo de duración de la compañía inicialmente será de cinco años, contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, periodo que podría ampliarse o disminuirse con atacamiento a las disposiciones legales pertinentes y por acuerdo de la Junta General de Accionistas convocada previamente para el efecto.
- **Capital:** el capital social de la compañía será de: TRESCIENTOS MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD 300.000,00), dividido en MIL (1.000) acciones de TRESCIENTOS DÓLARES (USD 100,00) cada una, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla N° 24: Integración de Capital de la Compañía.

N°	ACCIONISTA	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	N° ACCIONES
1	A	USD 150.000,00	USD 55.000,00	500
2	B	USD 75.000,00	USD 25.000,00	250
3	C	USD 75.000,00	USD 25.000,00	250
TOTALES:		USD 300.000,00	USD 105.000,00	1.000

Fuente: Distribución de Capital de la Compañía.

Elaboración: El Autor.

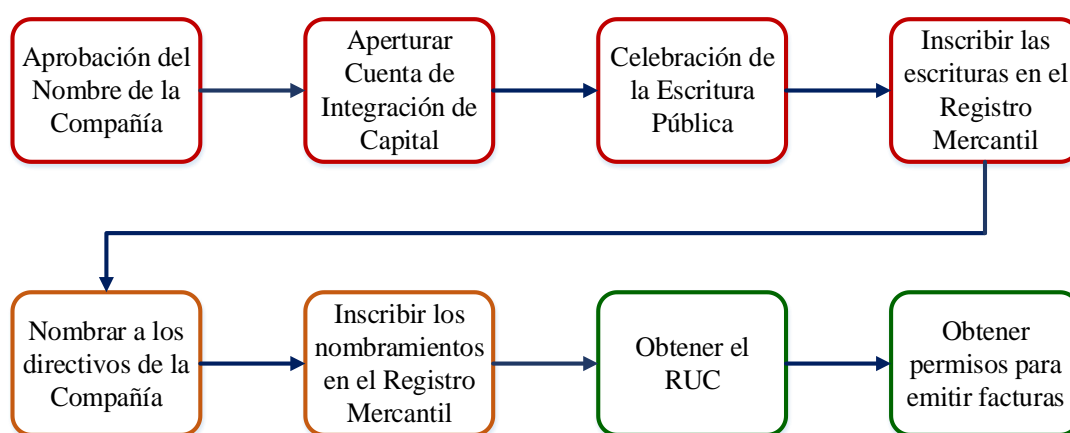
El capital social de la empresa es de USD 300.000,00 del cual USD 105.000,00 es con el aporte de los accionistas y los restantes USD 195.000,00 con financiamiento. No obstante cada uno de los accionistas asume la responsabilidad del mismo acorde al número de acciones.

Se entregará el comprobante bancario que certifique que el depósito del capital perteneciente a los accionistas, el mismo que podría ser incrementado posteriormente bajo resolución de la Junta General de Accionistas.

4.1.5.4. Pasos a seguir para Constituir la Empresa.

Para lograr la constitución legal de la Compañía se deberán cumplir con los siguientes procedimientos y requisitos los cuales acreditarán el desarrollo normal de sus funciones.

Gráfico N° 37: Procedimiento para Constituir la Empresa.

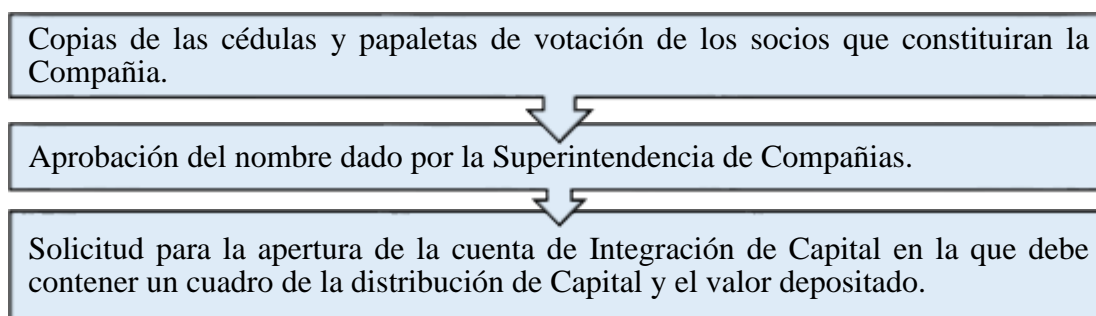


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaboración: El Autor.

- **Reservar un Nombre:** este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías, consiste en presentar las alternativas del nombre que se haya asignado a la compañía, el objetivo es que el nombre sea considerado como único en Ecuador y tenga la ***aprobación requerida***. Como requisito inicial se presenta únicamente la ***Cédula de Identidad*** del solicitante.
- **Aperturar una Cuenta para integrar el Capital:** este proceso se podrá realizar en cualquier banco del lugar donde este domiciliada la Compañía, cada uno de los accionistas hará su aporte para conformar el capital inicial de la Empresa. Los requisitos serán los siguientes:

Gráfico N° 38: Requisitos de Apertura de la Cuenta Integración de Capital.

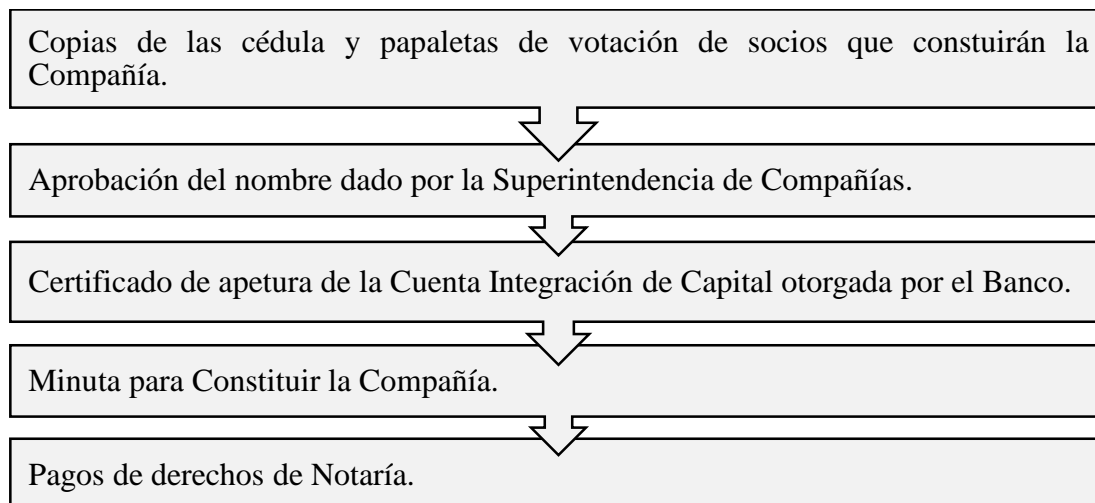


Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

- **Celebración de la Escritura Pública:** este paso tendrá asistencia legal de un Notario para el desarrollo de la Minuta. La empresa a constituir es una Compañía Anónima y desarrollará en la Notaría Quinta del Cantón Nabón, portando los requisitos del siguiente gráfico:

Gráfico N° 39: Requisitos para Elevar la Escritura Pública.



Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

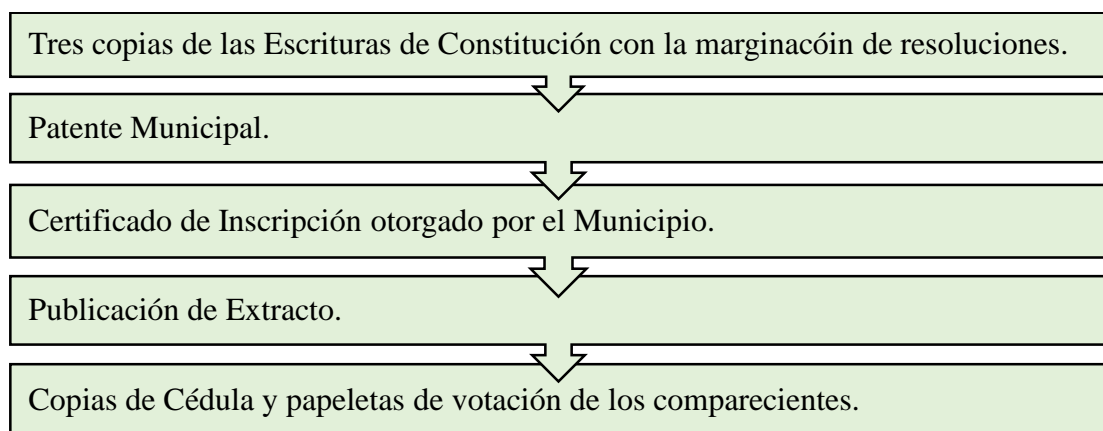
Elaboración: El Autor.

Una vez celebrada la escritura de constitución, se entregará para su revisión y aprobación en la Superintendencia de Compañías, cuya entidad concederá las escritura aprobadas, con el extracto y las resoluciones de aprobación, con estos se procederá a

publicar el extracto en el diario de mayor circulación de la ciudad (El Mercurio) y a solicitar la Patente y Certificado de Inscripción que otorgará el GAD Municipal Nabón.

- **Inscripción la Compañía:** cumpliendo con todos los requisitos anteriores y una vez aprobados los mismos, se procederá a inscribir la compañía en el Registro de Propiedad del Cantón Nabón, portando los requisitos siguientes:

Gráfico N° 40: Requisitos para Inscribir la Compañía.

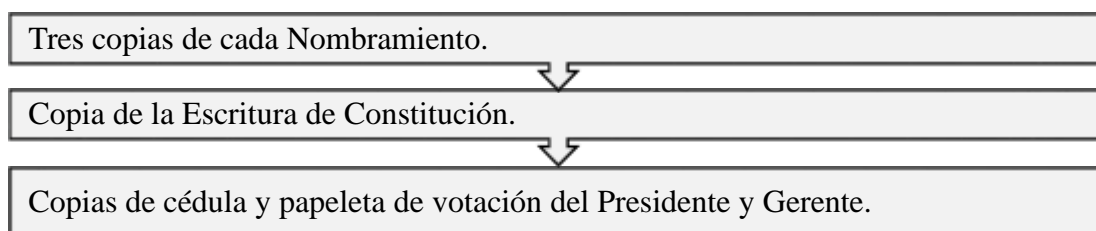


Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

- **Nombrar a los Representantes de la Empresa:** este proceso de desarrollará con la Junta General de Accionistas para realizar los nombramientos respectivos, principalmente del; Gerente y Presidente.
- **Inscribir el Nombramiento de los Representantes:** este trámite se desarrolla en Registro Mercantil presentando los siguientes requisitos:

Gráfico N° 41: Requisitos para la Inscripción de los Representantes Legales.

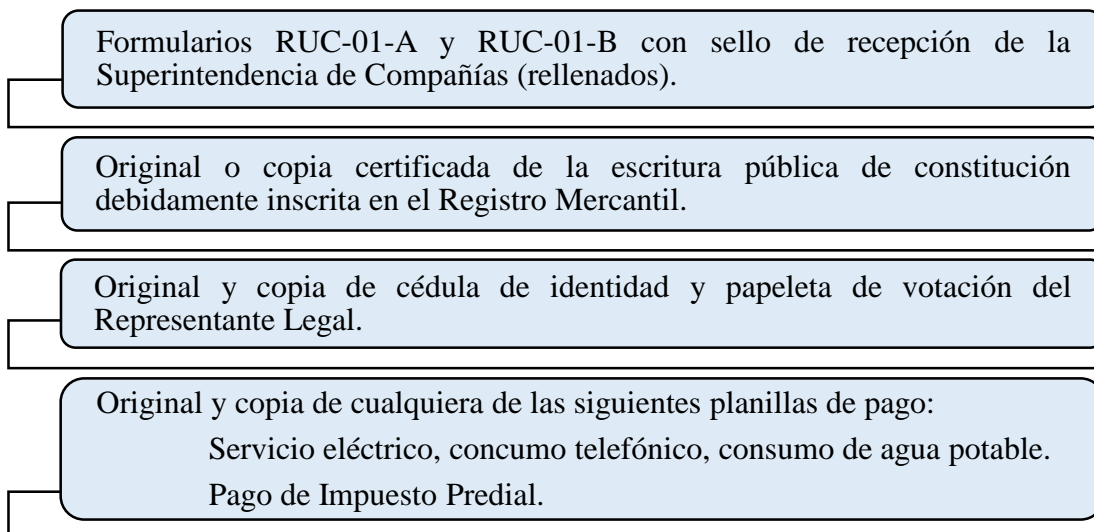


Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Elaboración: El Autor.

- o **Obtener el RUC:** los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se los realiza en el Servicio de Rentas Internas, en este se detalla la razón social o nombre de la empresa, el tipo de actividad y la dirección. Una vez realizado este trámite la empresa deberá cumplir con sus obligaciones tributarias.

Gráfico N° 42: Requisitos para obtención del RUC sociedades.



Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaboración: El Autor.

- o **Obtener permisos para emitir Facturas:** es el último paso, hacia el funcionamiento definitivo de la empresa, es concedido por el SRI, cuya entidad,

comprobará su existencia y emitirá el permiso respectivo, es preciso destacar que en este proceso también se necesitan requisitos complementarios y similares a los anteriores.

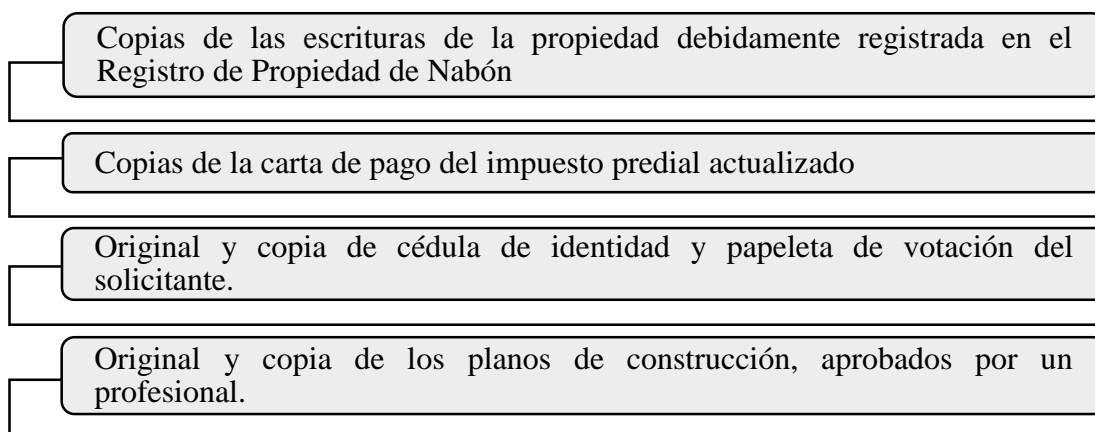
4.1.5.5. Patentes y Permisos Municipales.

Una vez que la empresa está legalmente constituida, se procederá a solicitar los permisos municipales, es decir, el permiso de uso del suelo, la aprobación de los planos para la construcción de la planta, registrar la patente municipal y el pago de la tasa de servicio del seguro contra incendios.

4.1.5.6. Permisos de Construcción de la Planta.

Para el inicio de la construcción de la Planta de Producción se deberá, obtener los permisos de construcción en el GAD Municipal Nabón, portando los siguientes requisitos:

Gráfico N° 43: Requisitos para el Permiso de Construcción.



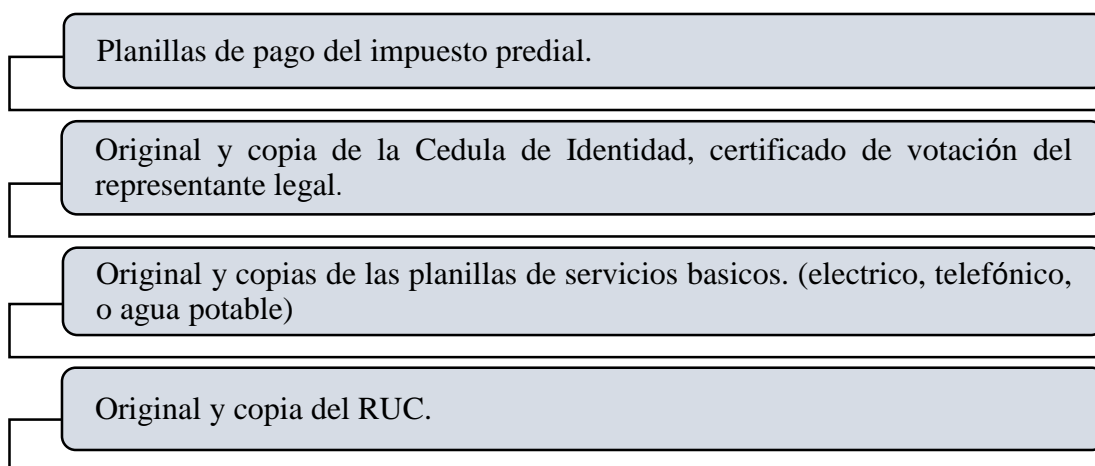
Fuente: Ventanilla de Servicios, GAD Municipal Nabón.

Elaboración: El Autor.

4.1.5.7. Obtención de la Patente Municipal.

El registro de la patente municipal, es un proceso obligatorio para ejercer una actividad industrial, particularmente en Nabón la declaración de este impuesto es anual. Los requisitos para registrarlo son:

Gráfico N° 44: Requisitos para registrar la Patente Municipal.



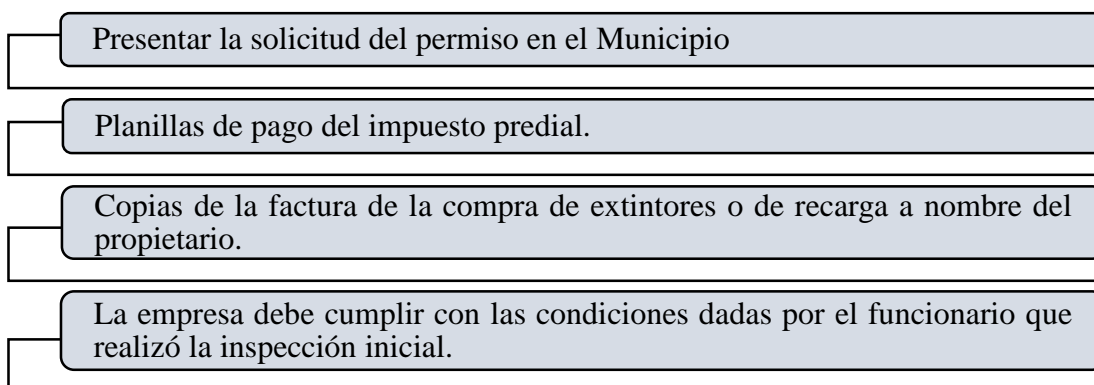
Fuente: Ventanilla de Servicios, GAD Municipal Nabón.

Elaboración: El Autor.

4.1.5.8. Solicitud y Aprobación del Permiso del Cuerpo de Bomberos del cantón Nabón.

Con el objetivo de garantizar la seguridad laboral e industrial de la planta de producción ante el riesgo de incendios, se deberá solicitar un permiso en el Cuerpo de Bomberos de Nabón, la obtención del permiso iniciará con una inspección previa y cumplir con las recomendaciones necesarias que estos dispongan, los requisitos se detallan en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 45: Requisitos para el Permiso de Bomberos.

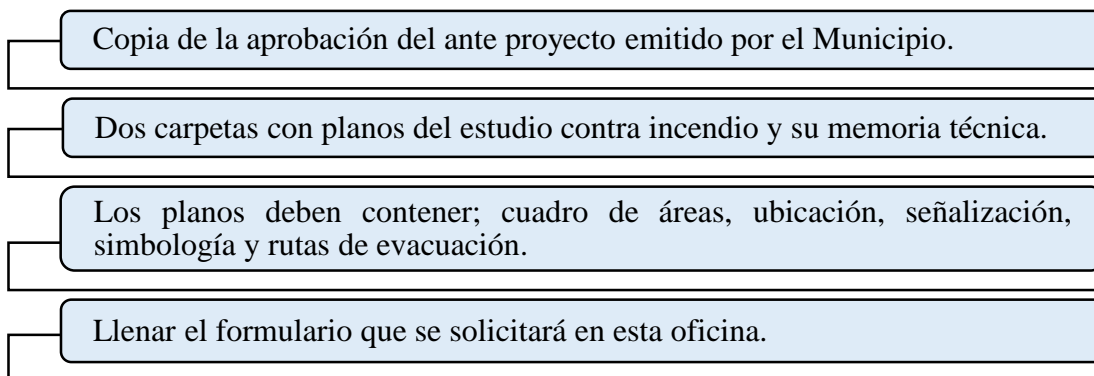


Fuente: Cuerpo de Bomberos de Nabón.

Elaboración: El Autor.

Luego de haber realizado la respectiva inspección, cumplir con las sugerencias y haber obtenido el visto bueno por parte de los inspectores se procede a solicitar la aprobación del Estudio contra incendios.

Gráfico N° 46: Requisitos para Aprobación de Estudio contra Incendios.



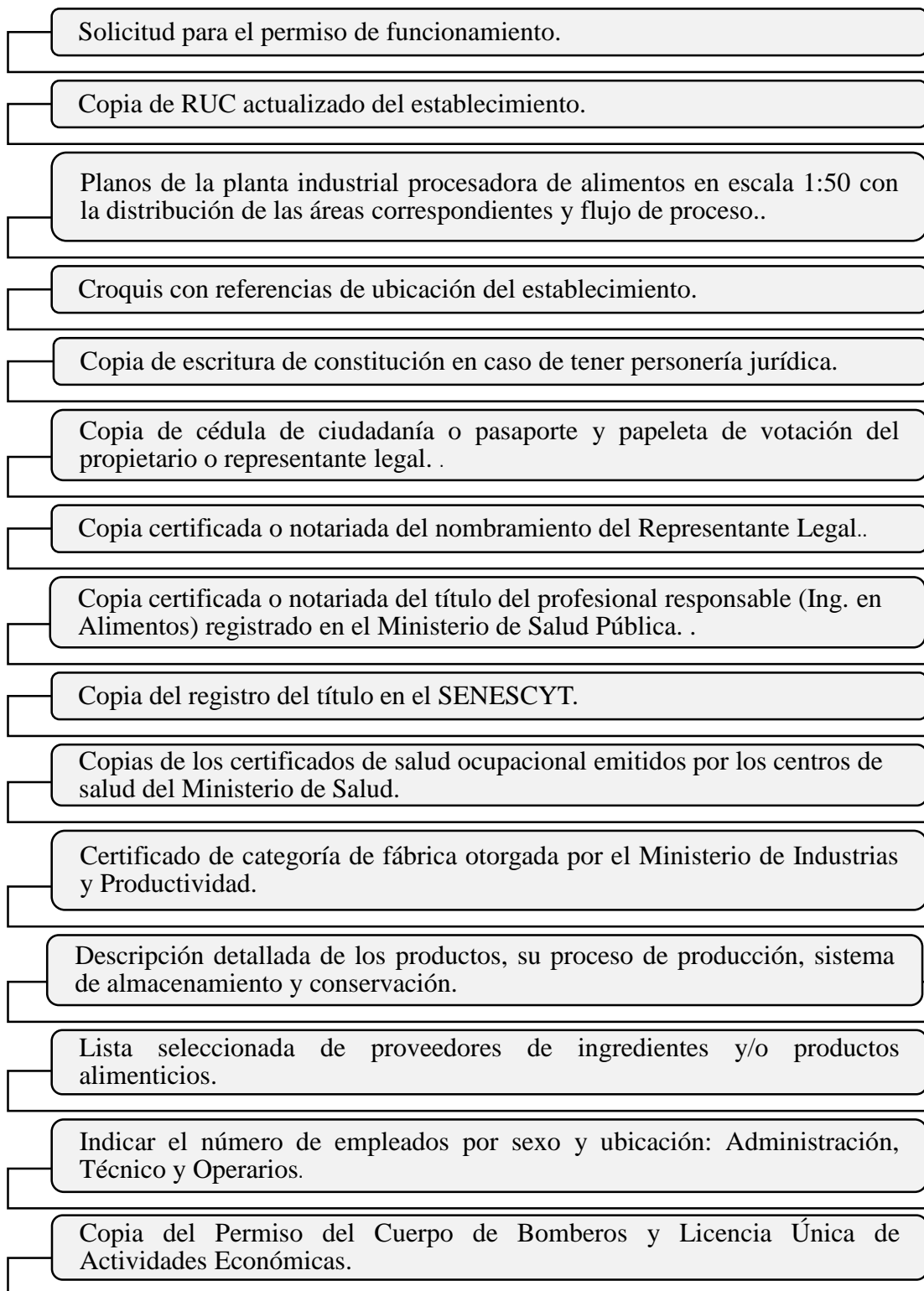
Fuente: Cuerpo de Bomberos de Nabón.

Elaboración: El Autor.

4.1.6. El Registro Sanitario.

Con el objetivo de garantizar el origen y procesos de fabricación de los productos, es necesario acatar la Normativa Sanitaria a la que se rigen las Plantas Procesadoras de Alimentos y Bebidas.

Gráfico N° 47: Requisitos para obtener Registro Sanitario.



Fuente: Ministerio de Salud Pública.

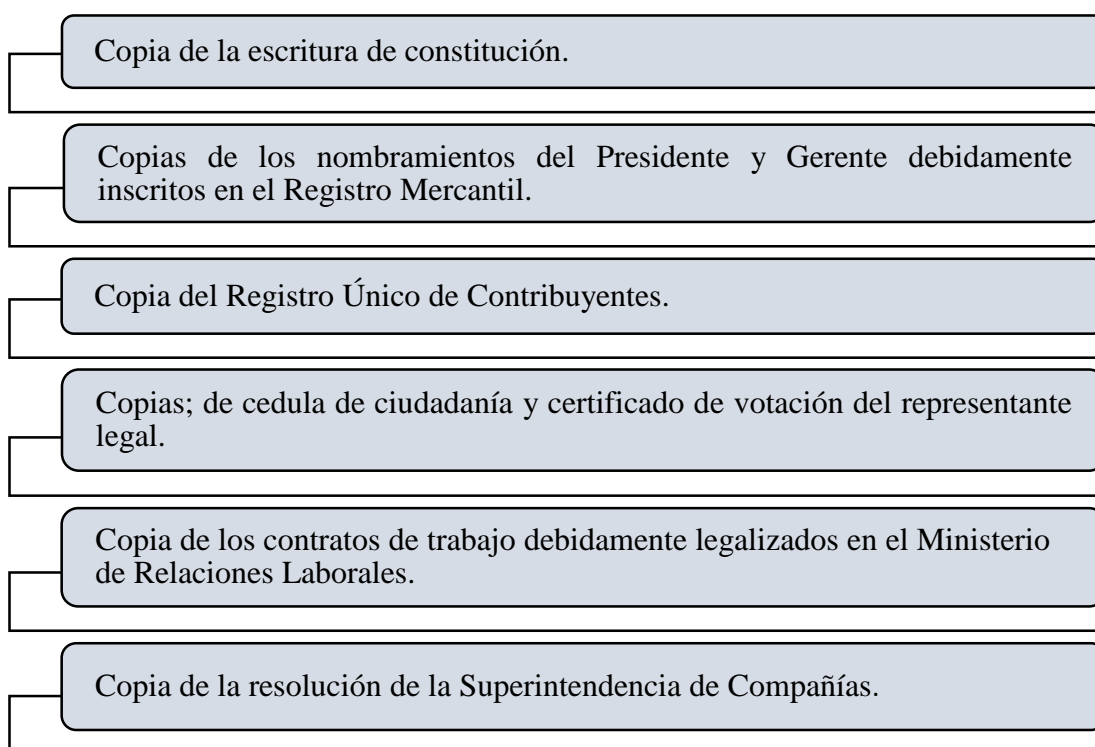
Elaboración: El Autor.

4.1.7. Obligaciones Sociales.

Una de las leyes que mayor énfasis ha tomado en la actualidad, son las Obligaciones Patronales, por ende la empresa deberá cumplir según dispone la Ley de Seguridad Social vigente en el país, como son: aporte mensual al IESS, pagos de; décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondos de reserva etc.

Para esto la empresa, mediante su representante legal debe solicitar la clave patronal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con los siguientes requisitos:

Gráfico N° 48: Requisitos para Obtener la Clave Patronal.



Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

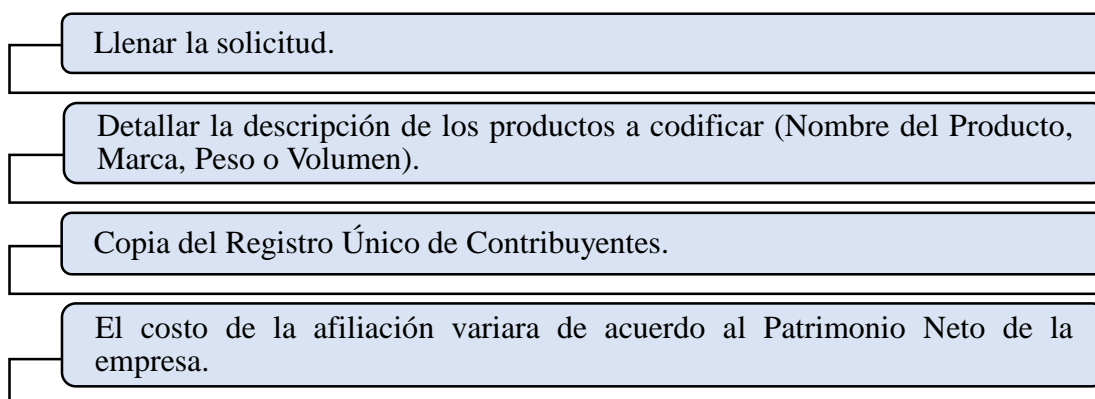
Elaboración: El Autor.

La obtención del número patronal servirá para proceder a afiliar a los empleados y realizar trámites respectivos en el IESS.

4.1.8. Obtención del Código de Barras.

Para distinguir a los productos de los demás, la empresa debe adquirir un Código de Barras, estos deben contener, el nombre del producto, peso, cantidad, lugar y fecha de fabricación. Para este trámite se deberá solicitar a la Agencia Ecuatoriana de Código de Producto (ECOP), cumpliendo con los siguientes requisitos:

Gráfico N° 49: Requisitos para solicitar un Código de Barras.



Fuente: Agencia Ecuatoriana de Código de Producto.

Elaboración: El Autor.

4.1.9. Desarrollo de la Propiedad Intelectual.

Al ser una empresa nueva en el mercado, con expectativas y oportunidades de crecimiento, será importante desarrollar una identidad propia para la empresa y sus productos, la que serviría como instrumento para obtener diferenciación y ventajas competitivas en el mercado. Para el registro de la marca se realizará en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (IEPI).

Proceso del Registro de la Marca.

En este proceso es necesario ingresar al portal web del IEPI, seleccionar Solicitudes en Línea y cumplir con los requisitos y procedimientos allí solicitados.

- **Búsqueda Fonética de Denominación:** se deberá solicitar la Búsqueda Fonética, consiste en enviar una carta detallando la denominación escogida para los productos o empresa.

- **Tramite del Registro de la Marca y/o nombre comercial:** si el resultado es positivo para la empresa se procederá al registro respectivo de la marca; aquí se deberá detallar la marca a registrar: (nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos, signo que acompaña al lema comercial).

Para el registro respectivo se debe solicitar un Registro de Signos Distintivos;

- ✓ **Solicitar el título del registro de marca / marca comercial:** cuando el IEPI conceda el registro a favor del solicitante, se solicitará en título de la emisión de la marca.

El pleno cumplimiento de todas las leyes y normativas detalladas en la sección anterior, permitirán que la empresa pueda desarrollar su normal funcionamiento y así evitar posibles sanciones de los organismos reguladores, de la misma manera el cumplimiento de los mismos, demostrará transparencia y confianza ante los clientes, proveedores y más grupos de interés.

4.2. FACTIBILIDAD TÉCNICA - OPERATIVA.

4.2.1. Estudio Técnico.

Esta sección tiene como objetivo contemplar los aspectos técnicos operativos necesarios para el proyecto y con ello determinar la viabilidad técnica y operativa del mismo. El estudio de las condiciones idóneas para la materia prima, la localización óptima, los procesos de fabricación, la capacidad de producción, las instalaciones de la planta, el estudio organizacional, entre otros, son temas que se abordarán a continuación.

4.2.2. Condiciones para la Producción de Plantas Medicinales.

Con el objetivo de garantizar la calidad de las plantas medicinales con las que se elaborarán los productos, surge la necesidad de ciertos requerimientos que se deberán exigir a los proveedores de esta materia prima, siendo los principales; que sus parcelas sean certificadas por la marca de calidad territorial: “Nabón Productos Limpios,” así como también, los productores deberán estar calificados por las Escuelas de Producción Orgánica que actualmente promueve la Administración del cantón Nabón.

Gráfico N° 50: Sistema de Cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

o **Parámetros:**

La producción agroecológica de plantas medicinales involucra la implementación de buenas prácticas agrícolas por parte los agricultores, esto consiste; que se deberá eliminar por completo el uso de componentes químicos (fungicidas, acelerantes) y aplicar únicamente abonos verdes y provenientes de animales.

o **Objetivos:**

El principal fin de los requisitos anteriores, es garantizar que los productos se elaboren con materia prima orgánica y con ello la obtención de productos naturales que respondan las exigencias actuales del mercado.

o **Porcentajes de Producción:**

Para un aprovisionamiento efectivo de la materia prima, el volumen de cultivo de cada una de las especies de plantas que se utilizarán para la elaboración de los productos será acorde al porcentaje utilizado y al número de cosechas periódicas que se generan en el año, por ejemplo; la hierba luisa y el cedrón se emplean en mayor porcentaje para los productos y su número de cosechas en el año son de 2 a 3 veces, por ende el volumen de producción estas, será mayor.

Tabla N° 25: Porcentajes de Cultivo de la Materia Prima.

Especie de Planta	% de Producción	N° de Cosechas al Año.
Hierba luisa	20%	2 a 3
Cedrón	18%	2 a 3
Toronjil	14%	3
Amaranto	13%	2 a 3
Menta	10%	3 a 4
Orégano	7%	3
Otras	18%	1 a 4

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

4.2.3. Ubicación de la Empresa Productora de Infusiones y Bebidas.

La disponibilidad y cercanía hacia las principales materias primas, la proximidad al mercado que se pretende cubrir, la disposición de terrenos, entre otros, son factores que han incidido en la decisión de establecer la siguiente localización para el presente proyecto.

4.2.3.1. Macro localización.

La provincia del Azuay es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, pertenece a la región Sierra, ubicada en la zona del austro al sur del país. Su capital es Cuenca, la cual es su urbe más poblada. Su territorio limita con las siguientes provincias; al norte con Cañar, al sur con Loja y Zamora Chinchipe, al este con Morona Santiago y al oeste con Guayas y El Oro. Cuenta con 15 cantones de los cuales para efectos del proyecto se ha tomado a Nabón como ubicación estratégica.

Gráfico N° 51: Macro localización del Proyecto.



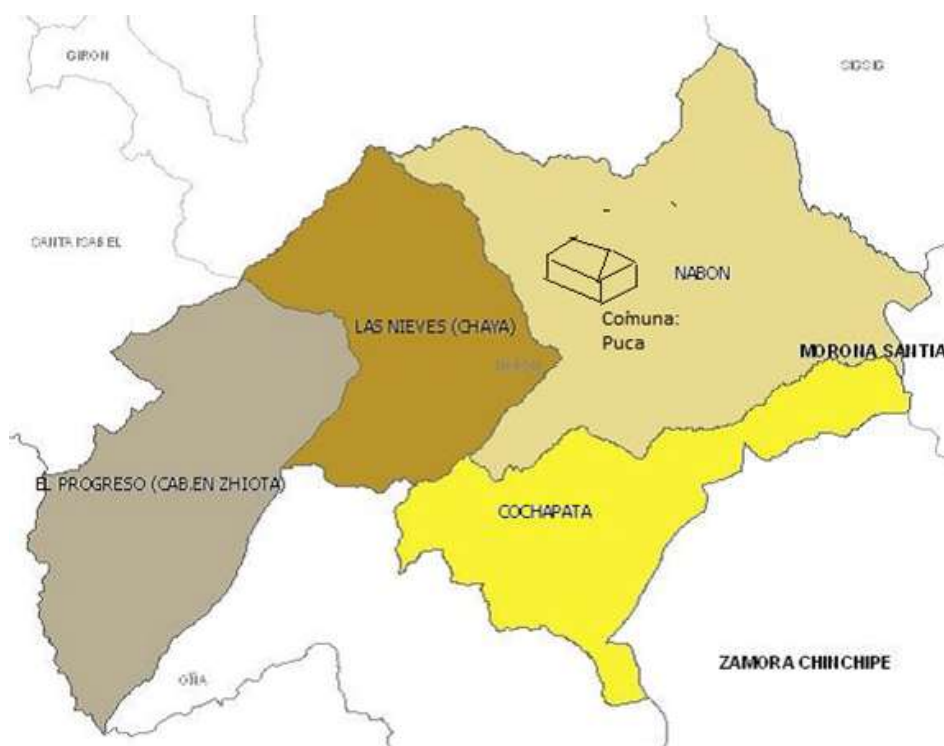
Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

4.2.3.2. Micro localización.

La empresa productora y comercializadora de infusiones y bebidas estará ubicada en el Cantón Nabón, situado al sureste de la provincia del Azuay, con una superficie de 63.328,18 Hectáreas. Su territorio limita al norte con los cantones: Girón y Sigsig, al sur el cantón Oña, al este con el cantón Gualaquiza de Morona Santiago y Yacuambi de Zamora Chinchipe y al oeste con el cantón Saraguro de la provincia de Loja y los cantones; Girón y Santa Isabel.

Gráfico N° 52: Micro localización del Proyecto.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Nabón.

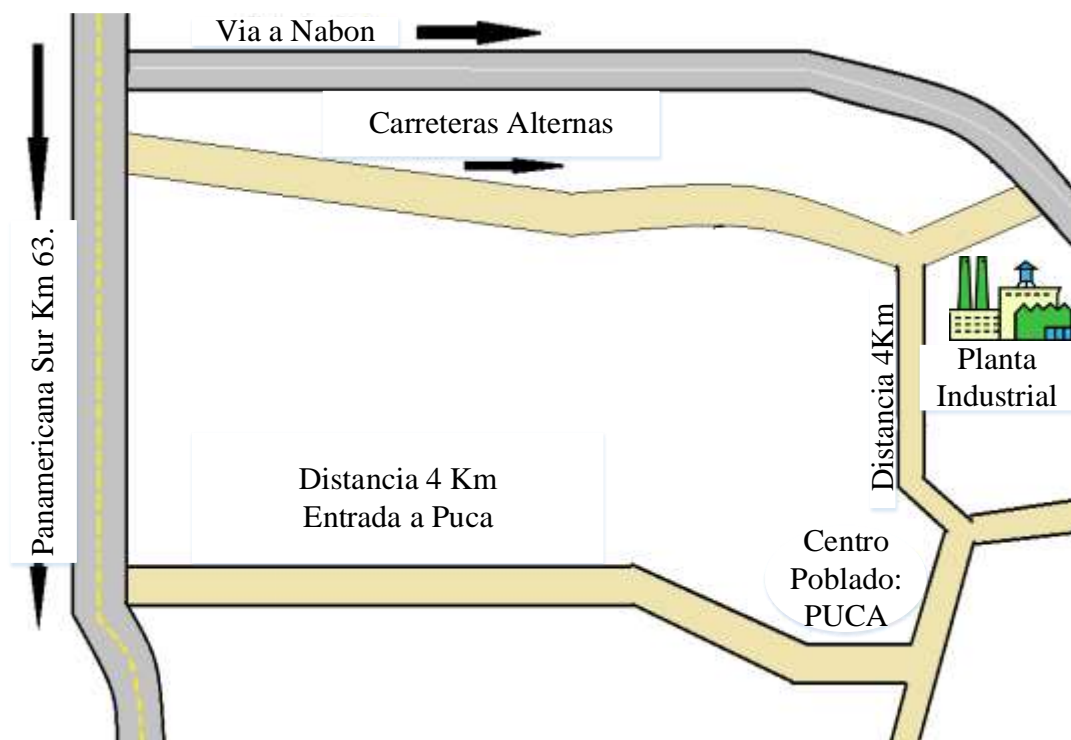
Elaboración: El Autor.

Nabón está ubicado a 69 Km. de la ciudad de Cuenca, intercomunicado por la Panamericana Sur Cuenca – Loja, con un tiempo de recorrido de 1 hora con 15 minutos aproximadamente.

4.2.3.3. Croquis de la Ubicación de la Empresa.

La comuna Puca es una comunidad que pertenece a la zona urbana del cantón Nabón, ha sido escogida para la construcción de la planta procesadora, en base a sus características estratégicas: zona rodeada de cultivos de la principal materia prima a utilizar, lugar asignado para la construcción de plantas industriales, diversas vías para el acceso con materias primas y salida con los productos terminados, además se dispone de terrenos propios en dicho lugar.

Gráfico N° 53: Ubicación Específica de la Empresa.



Fuente: Diseñado mediante Microsoft Visio 2013.

Elaboración: El Autor.

La comunidad de Puca está situada, 8 Km. antes del centro urbano de Nabón, está rodeada de otras comunidades en las que se encuentran los cultivos de plantas aromáticas y medicinales lo que agiliza el fácil traslado de estas, a la planta procesadora.

4.2.4. Materia Prima, Insumos, Maquinaria y Equipos Necesarios.

Para la producción de una caja de infusiones con 20 unidades en bolsitas de papel filtrante y una bebida en botella de vidrio de 500 ml se necesita lo siguiente:

Tabla N° 26: Materia Prima e Insumos para la Elaboración de los Productos.

INFUSIONES:		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD
Plantas Medicinales	0,5	Kilo
Papel Filtrante (7cm x 6cm)	20	Unidades
Hilo de Algodón (32cm)	20	Unidades
Papel Sobreprotector (8cm x 7cm)	20	Unidades
Etiqueta (6cm x 5cm)	20	Unidades
Caja de Cartón (15cm x 12cm)	1	Unidad
Lamina de Plástico (30cm x 25cm)	1	Unidad
BEBIDAS:		
Plantas Medicinales	0,2	Kilo
Agua	0,5	Litro
Botella (500 ml)	1	Unidad
Tapa	1	Unidad
Conservantes	1	Unidad
Etiqueta (8 cm x 6cm)	1	Unidad
Otros Ingredientes	1	Unidad

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

La maquinaria y equipos necesarios para la producción de infusiones y bebidas se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 27: Maquinaria y Equipos Necesarios para la Producción.

DESCRIPCIÓN	FINALIDAD
Camión	Trasladar la materia prima hasta la planta de producción y repartición de productos desde la bodega hasta los detallistas.
Patín Hidráulico	Recepción de la materia prima y despacho de productos terminados.
Balanza Industrial	Pesado de la materia prima.
Deshidratador	Secado a temperatura acelerada de la materia prima.
Trituradora	Cortar, enrollar y machacar y preseleccionar la materia prima.
Bandas Transportadoras	Asistencia en el traslado del producto en sus diferentes procesos de producción.
MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN DE INFUSIONES:	
Molino Pulverizador	Pulverizar completamente la materia prima hasta obtener un polvo en partículas semi finas.
Envasador de Té	Llenar el polvo en las bolsitas de papel filtrante.
Etiquetadora	Sellado y etiquetado del papel sobre protector de la bolsita de infusión.
Selladora Continua	Sellado y etiquetado final de la caja de infusión.
MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS:	
Purificadora de Agua	Tratamiento, purificación y eliminación de microbios del agua.
Caldero	Mesclar las materias primas y preparación del jarabe.
Máquina de Filtración	Filtración del jarabe para eliminar microorganismos.
Pasteurizadora	Enfriar el jarabe de manera acelerada.
Enjuagador de envases	Pre enjuagado y lavado de los envases.
Envasadora	Embotellado de la bebida.
Tapadora	Tapado y sellado del producto.
Etiquetadora Circular	Etiquetado de la botella.
Mesa Acumulación	Acumular las botellas para inspección final.
Transportadores	Traslado de del producto desde el acumulador hasta bodega.

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

4.2.5. Ingeniería del Producto.

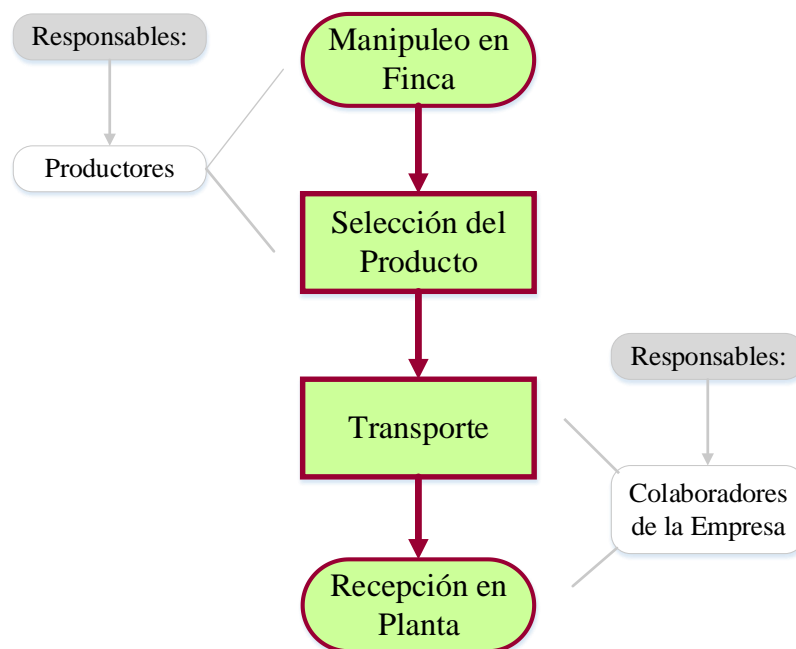
Una vez que las plantas medicinales estén en condiciones óptimas para la cosecha, los productores procederán a recogerlas para entregar al camión recolector de la empresa, iniciando así la pre producción con el manejo de la post cosecha y la recepción en planta.

La materia prima deberá ser entregada a la empresa el mismo día de su cosecha, cuyos fines serán evitar la pérdida de su aroma, que se dañen o que se marchiten a causa de los rayos solares.

4.2.5.1. Manejo Post – Cosecha.

El proceso de post cosecha inicia con la recolección, selección, traslado y la recepción del producto en la planta, tal como se detalla a continuación:

Gráfico N° 54: Sistema de Manejo Post-Cosecha.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

MANIPULEO EN FINCA:

Las plantas, sus hojas, flores u otras partes a utilizar, deberán ser recolectadas en envases limpios, de preferencia en canastas artesanales y ser colocadas bajo sombra, sin contacto con el piso o la humedad para posteriormente ser seleccionadas según su especie.

SELECCIÓN DEL PRODUCTO:

El producto cosechado deberá ser previamente pre seleccionado en cada finca, según su clasificación, así por ejemplo; la hierba luisa u otra deberán ser transportadas en recipientes distintos, se las malezas, partes secas, ramas, partes dañadas o picadas por insectos y separar cualquier otra planta distinta a las requeridas.

TRANSPORTE:

El traslado de la materia prima desde las parcelas hasta la planta de procesamiento tendrá que ser en furgón del camión, limpio, a temperaturas frescas y separado de cualquier otro material contaminante y sobre todo en tempranas horas de la mañana o tarde para evitar que los rayos solares recalienten y marchiten el producto.

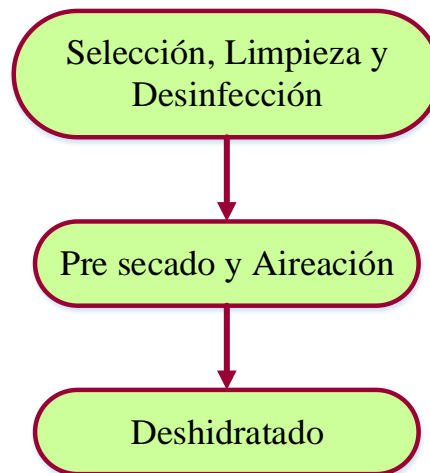
RECEPCIÓN EN PLANTA:

El producto deberá ser receptado en la planta de acuerdo a las normas técnicas para cada especie, las plantas o sus partes que se hayan quemado por largas horas de envasado luego de la cosecha, que contengan olores diferentes al producto o que no reúnan las condiciones técnicas requeridas, deberán ser rechazadas.

4.2.5.2. Proceso en Planta.

Una vez aceptada la materia prima, pasa a un proceso de control interno que consiste en la selección definitiva, limpieza y desinfección, como se detalla a continuación.

Gráfico N° 55: Proceso de la Materia Prima en Planta.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

SELECCIÓN, LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN.

Consiste en separar las especies de hojas, flores u otras partes a utilizar, debido a que no todas requieren las mismas condiciones ni tiempo para los procesos siguientes, en la limpieza o lavado se examina minuciosamente con fin de eliminar impurezas tales como; tierra, insectos u otros. En este proceso se utiliza agua, cepillo suave o paño, para no dañarlas, de ser necesario se utilizará desinfectante (producto alimenticio certificado), luego de esto, la materia prima seleccionada pasará automáticamente por las bandas transportadoras hasta el siguiente proceso.

PRE SECADO Y AIREACIÓN.

Una vez culminado el lavado y limpieza es necesario colocar la materia prima en perchas y mallas de acero inoxidable, el ambiente deberá ser a luz natural y aire fresco con fin de escurrir ligeramente el agua y mantener el aroma de las plantas.

DESHIDRATADO.

El siguiente gráfico ilustra las condiciones del cómo se deshidrata la materia prima, antes de ser triturada para los procedimientos finales.

Gráfico N° 56: Proceso de Deshidratado de la Materia Prima.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

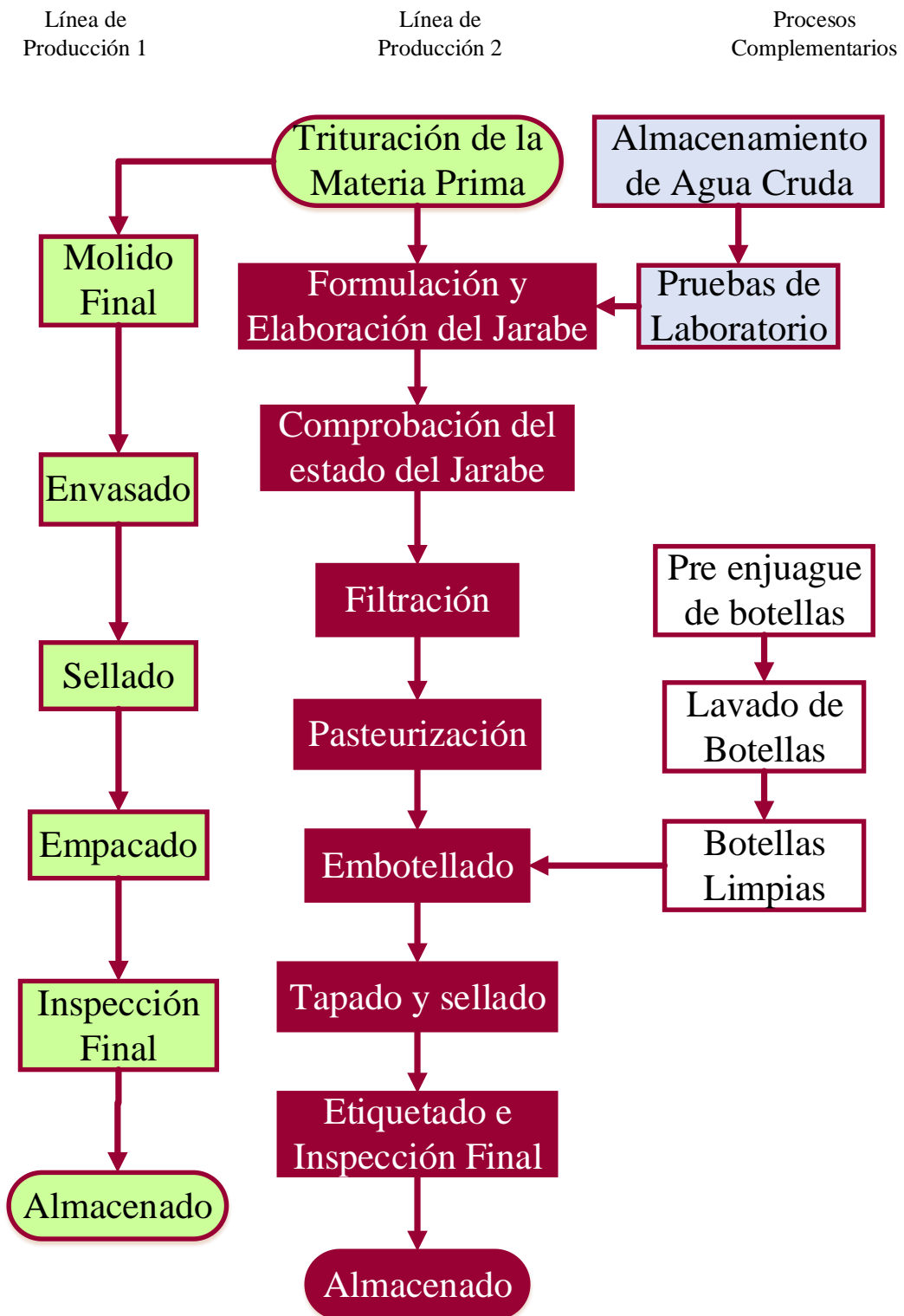
En este paso se coloca la materia prima en el cuarto de secado, cuya temperatura promedio será de 45° C dependiendo de cada especie y la temperatura momentánea del clima, será importante verificar que las hojas y tallos estén colocadas adecuadamente y sin presión alguna con el fin de obtener un secado uniforme e intacto para disminuir desperdicios en los procesos finales.

4.2.6. Los Procesos de Producción.

El objetivo del proyecto es elaborar dos productos; infusiones y bebidas, cuya materia prima principal es la misma, es por eso que se ha considerado diseñar un flujograma de procesos general en base a que la producción de ambos parten de un mismo proceso inicial como es la **Trituración** de la materia prima.

De izquierda a derecha tenemos la línea de producción 1 que hace referencia al producto; infusiones, la línea de producción 2 refiere a la producción de bebidas, mientras que los procesos complementarios son los que contribuyen específicamente a la elaboración de las bebidas.

Gráfico N° 57: Flujo de los Procesos de Producción.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

4.2.6.1. Descripción de los Procesos.

PROCESO INICIAL PARA AMBOS PRODUCTOS:

- a) **Trituración:** este proceso consiste en tomar la materia prima seca y colocarla en la máquina de enrollamiento, esta rotará horizontalmente hasta crear una forma de hilo enrollado, cuyos objetivos serán romper y machacar las hojas y tallos para luego expulsarlos hacia la plancha trituradora dejándola semi pulverizada, pre seleccionada y lista para los procesos siguientes.

Gráfico N° 58: Proceso de Trituración de la Materia Prima.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

PROCESO DE PRODUCCIÓN INFUSIONES:

- b) **Molido Final:** se toma la materia prima triturada, procedente del proceso inicial a) y se introduce en el molino con la finalidad de obtener un polvo en partículas bien finas. En este proceso se deberá controlar que cumpla con las normas técnicas de calidad preestablecidas y así el producto pase al siguiente proceso.
- c) **Envasado:** cuando el producto este bien molido y haya cumplido los requerimientos técnicos de calidad se procede al envasado, el cual consiste en introducir el polvo en las bolsitas de papel filtrante con un peso de 2 gramos cada una.

- d) Sellado:** en este paso se tomará las bolsitas con polvo serán selladas con hilo de algodón y luego cubiertas por con papel sobre protector.
- e) Empacado:** es el penúltimo paso en la producción de infusiones, aquí se toma la bolsita de infusión cubierta por el papel sobre protector y se coloca en las cajitas de cartón pequeñas con 20 bolsitas cada una, estas cajas serán introducidas en un cartón más grande de 30 cajas cada uno.
- f) Inspección Final:** antes del sellado final, un nuevo control es muy necesario para garantizar que el producto no presente ningún desperfecto.
- g) Almacenado:** consiste en tomar los cartones sellados y llevarlos hasta la bodega de productos terminados; esta deberá estar en ambiente fresco y seco, los cartones serán colocados sobre pallets con una altura máxima de 10 cartones sobrepuestos donde permanecerán almacenados hasta ser enviados hacia los distribuidores o detallistas.

Gráfico N° 59: Cuarto de Almacenamiento del Producto Terminado.



Fuente: Almacenamiento, 21/01/2015, <http://organizar.galeon.com/>

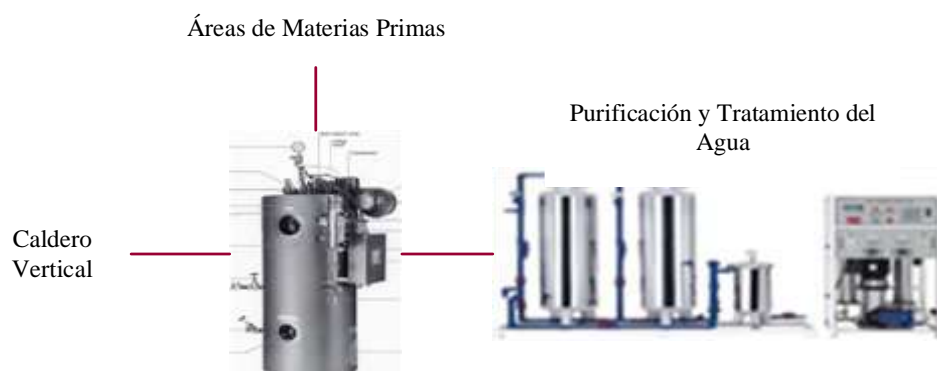
Elaboración: El Autor.

PRODUCCIÓN DE LAS BEBIDAS:

Para la elaboración de la bebida se envía la materia prima triturada y seleccionada mediante las bandas transportadoras desde el proceso inicial **a) Trituración** hasta el área de unificación de las materias primas a utilizarse para la bebida.

a) Formulación y Elaboración del Jarabe: es el proceso inicial de la elaboración de la bebida, en este se unifican las materias primas e ingredientes en las cantidades preestablecidas. Consiste calentar el agua en el caldero a una temperatura de 100° C, luego se coloca la materia prima triturada en el eje central del caldero (malla cernidora) dejándolo diluir por un lapso de 10 minutos conjuntamente con los demás ingredientes.

Gráfico N° 60: Formulación y Elaboración del Jarabe.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

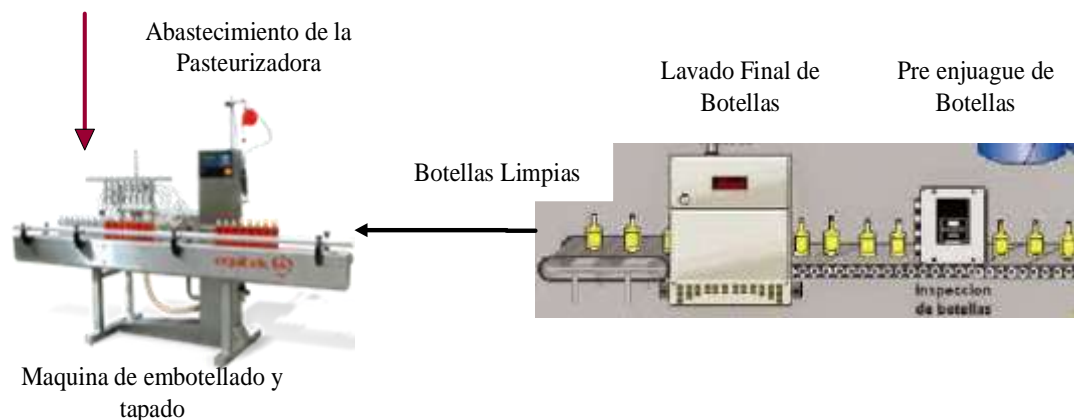
Este paso necesita de los procesos complementarios como son; el tratamiento del agua y las pruebas de laboratorio de la misma, posterior a esto será expulsado hacia el caldero vertical.

b) Comprobación del Estado del Jarabe: en este proceso se controla las condiciones óptimas del jarabe, los encargados del control de calidad tomarán indicadores como PH, nivel de acidez y salubridad del jarabe. También se controlarán las propiedades organolépticas como el olor, aroma y sabor y las condiciones microbiológicas.

- c) **Filtración:** se envía el jarabe desde el caldero hacia la máquina de filtración, en esta se utiliza sistemas de escurrimiento como; filtros de arena, mallas para cernido de polvos con fin de obtener un líquido en estado puro y libre de sustancias para el consumidor.
- d) **Pasteurización:** en este proceso consiste en someter el jarabe a bajas temperaturas inferiores a 2° C, por un tiempo considerable con fin de enfriarlo, esto se realiza en la maquina pasteurizadora con el objetivo de eliminar agentes microbiológicos y así obtener un mayor tiempo de duración de la bebida.

Para el proceso siguiente también son necesario los pasos complementarios, el enjuague previo y el lavado de botellas las que se deberán estar listas las botellas para no demorar la cadena de producción.

Gráfico N° 61: Formulación y Elaboración del Jarabe.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

- e) **Embotellado:** una vez que el jarabe se encuentre completamente enfriado, la pasteurizadora expulsa el jarabe hacia la llenadora de líquidos y mediante las boquillas de abastecimiento se envasará en las botellas de vidrio de 500 mililitros con rosca en la parte superior para el tapado respectivo.

- f) **Tapado y sellado:** mediante las bandas transportadoras se envían los envases con el líquido para ser tapados y sellados con tapa rosca y láminas de plástico adhesivo en la tapa.

Gráfico N° 62: Embotellado y Tapado de la Bebida.



Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015).



Elaboración: El Autor.

- g) **Etiquetado e Inspección Final:** en este proceso se envían las botellas tapadas mediante las bandas transportadoras hacia la etiquetadora automática circular, en esta se coloca la etiqueta en cada una de las botellas y se las agrupa para hacer los controles finales (tapado correcto, etiqueta bien colocada etc.) y posterior a ello se los empaca y sella en cartones de 35 unidades cada uno.
- h) **Almacenado:** se traslada los cartones sellados hasta la bodega, la cual deberá ser un ambiente a temperatura inferior a los 10° C, se colocarán bajo clasificación por orden de ingreso y con altura máxima de 10 cartones sobrepuestos.

4.2.7. Descripción y Características de la Maquinaria.

Es preciso conocer las características y capacidad productiva de cada una de las máquinas y equipos a utilizar en los procesos de fabricación y con ello determinar si podrían cubrir el volumen de producción ideal para satisfacer a la demanda.

Tabla N° 28: Maquinaria para el Proceso de Producción Inicial.

Deshidratador.

<p>El Deshidratador de hojas verdes, es adaptable hasta 30 bandejas inoxidables, con capacidad rápida de secado, permite secar hasta 4000 Kilos de materia prima por día.</p>
Máquina Trituradora.

Descripción:
<p>La Trituradora CTC; es una maquina ideal para el cortado, machacado, triturado y seleccionado de hojas deshidratadas. Su capacidad sobrepasa las necesidades del proyecto ya que tritura hasta 5.000 Kilos de hojas secas al día.</p>

Fuente: MAGAP – Cuenca (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Las dos maquinarias anteriores cuya capacidad es estándar, sobrepasan las necesidades de producción del proyecto por lo que son factores favorables para el mismo.

Tabla N° 29: Maquinaria para la Producción de Infusiones.

Molino Pulverizador Motor 2HP de Alta Velocidad.	
	<p>Equipo ideal para maíz, cebada, hojas deshidratadas etc. Posee mallas de acero inoxidable y malla de tela de lino en la boca de salida para la recolección del producto o expulsión hacia la maquina envasadora.</p> <p>Capacidad: hasta 1.500 Gramos / Hora</p>
Envasadora Automática para Bolsas de Te EAT-125.	
	<p>Sistema volumétrico utilizado para el envasado de té, café, hiervas chinas entre otras. Desarrolla todo el proceso de dosificación. Su capacidad de llenado es de 25 bolsitas por minuto.</p>
Etiquetador y Sellador de Papel Sobre Exterior de Bolsas.	
	
<p>El etiquetador y sellador, toma papel y cubre la bolsita de infusión para posteriormente sellador por su alrededor y etiquetar el papel sobre protector. Su capacidad es de 28 unidades por minuto.</p>	
Selladora Continúa Multipropósito SCH-810	
	
<p>Es conveniente para sellar pequeños embalajes de hasta 5 Kg, puede sellar películas de plástico sobre las cajas automáticamente y de manera continua. Su capacidad de producción es de hasta 2 cajas por minuto.</p>	

Fuente: EMPRESA ECUAPACK, (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.




Tabla N° 30: Maquinaria para Preparación de Jarabe de la Bebida.




Purificadora de Agua.	
	<p>Equipo Purificador de Agua INDEINOX, con capacidad de tratamiento y purificación de 400 litros de agua por hora para un total de 800 botellas de 500ml.</p>
Caldero.	
	<p>CALDERO INDEINOX, permite subir la temperatura del agua, combinar con los demás ingredientes y con ello la preparación del jarabe de la bebida.</p> <p>Permite la preparación de 450 litros de jarabe por hora para un total de 900 botellas de 500 ml.</p>
Máquina para Filtración.	
	<p>FILTRADOR INDEINOX, permite la filtración del jarabe para eliminar cualquier tipo de microorganismo y dejar la bebida completamente apta para el consumo.</p> <p>Su capacidad de filtración es de 1.000 litros por hora para un total de 2.000 botellas de 500 ml.</p>
Pasteurizadora.	
	<p>PASTEURIZADOR INDEINOX, Permite el enfriamiento de 1.000 litros de jarabe por hora para un total de 2.000 botellas de 500 ml.</p>

Fuente: EMPRESA INDEINOX, (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

Tabla N° 31: Maquinaria para el Envasado de la Bebida.

Lavadora de Botellas	
	Serie EER; Sistema de Enjuagado de Envases Automático Rotativo.
	Aplicación: Enjuagado y lavado de envases desde 100 ml hasta 1.5 litros.
	Capacidad: 30 envases por minuto
Descripción:	
Equipos automáticos en formato rotativo, ofrecen desde 12 hasta 32 boquillas de enjuagado para envases de vidrio con volúmenes desde 100 ml hasta 1.500 ml.	
Envasadora.	
	Serie DNL; Equipo para Envasado de Productos Líquidos por Nivel, Lineal
	Aplicación: Envasado de productos como agua, bebidas o jugos.
	Capacidad: 21 envases por minuto.
Descripción:	
Envasadoras automáticas lineales ideal para envasado de productos de baja viscosidad, ofrecen desde 6 a 12 boquillas para el envasado automático.	
Tapadora.	
	Serie ERM; Sistema Enroscado Manual de Tapas
	Aplicación: Enroscado y sellado de tapas desde 18 hasta 50 mm de diámetro.
	Capacidad: 18 envases por minuto.
Descripción:	
Consta de un cabezal con operación neumática para el enroscado y sellado del envase, ofrece sistema de montaje giratorio el cual se acopla al pedestal del equipo de envasado.	

Etiquetadora	
	Serie ESZ; Etiquetado para Envases Ovalados
	Aplicación: Etiquetas auto-adheribles para envases ovalados o cilíndricos con alta precisión de aplicación de etiqueta.
	Capacidad: 30 envases por minuto.
Descripción:	
Sistema ideal para etiquetado a envases ovalados, cilíndricos o en la parte superior, se ofrecen dos tamaños de cabezales; para etiquetas desde 12.5 cm hasta 20 cm de alto.	
Mesa Acumulación	
	Serie MS; Mesa de Acumulación de Envases
	Aplicación: Para el manejo y acumulación de envases de cualquier forma desde 100 ml hasta 1.5 litros.
	Capacidad: 25 envases por minuto.
Descripción:	
Se acoplan a los transportadores de salida de cualquier equipo de envasado tapado y etiquetado de la misma manera hacia transportadores de hacia el almacenamiento.	
Transportadores	
	Serie TML/TMC; Sistemas de Transportadores Modulares
	Aplicación: Para el transporte de envases con peso no mayor a 20 Kg.
	Capacidad: 25 envases por minuto.
Descripción:	
Cubren la línea de transportadores de cadena de tablillas lineales o con capacidad de manejos de curvas.	

Fuente: EMPRESA EQUITEK, (Enero, 2015).

Elaboración: El Autor.

4.2.8. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto.

Las características de la maquinaria detallada en el punto anterior brindan un horizonte positivo para las aspiraciones del proyecto, en esta parte, es preciso comparar con el volumen de producción necesario para satisfacer la demanda.

Tabla N° 32: Tamaño del Proyecto.

Capacidad Disponible del Talento Humano			
N° Empleados (Producción)	Jornada Laboral; Horas/Día	Días Laborables / semana (Lun-Sáb)	Días Laborables / Mes
20	8	6	24
Unidades a Producir en Bolsitas de Infusión			
Demanda Insatisfecha	Consumo Per cápita/Semana	Unidades a Producir/ Semana	Unidades a Producir/ Mes
17.062	4	68.248	272.992
Unidades a Producir/ Día	Unidades a Producir/ Hora	Unidades a Producir/ Minuto	
11.375	1.422	24	
Numero de Cajas a Empacar (20 unidades C/U)			
Numero de Cajas/Mes	Unidades a Empacar/ Día	Unidades a Empacar/ Hora	Unidades a Empacar/ Minuto
13.650	569	71	1,2
Numero de Bebidas en Botella a Producir			
Demanda Insatisfecha	Consumo Per cápita/Semana	Unidades a Producir/ Semana	Unidades a Producir/ Mes
16.244	2	32.488	129.952
Unidades a Producir/ Día	Unidades a Producir/ Hora	Unidades a Producir/ Minuto	
5.415	677	11	

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

Con un total de 20 empleados destinados al área de producción se trabajará la jornada de 8 horas diarias, de lunes a sábado.

El número de bolsitas de infusión a producir en el día es de **11.375** unidades, las cuales se agruparan en cajas de 20 unidades c/u para elaborar un total de **569** cajas diarias. La cantidad de bebidas a producir en el día es de **5.415** unidades lo cual implica **677** bebidas por hora.

En las tablas siguientes se detalla el porcentaje utilizado en cada una de la maquinas empleadas en el procesos de los productos.

Tabla N° 33: Capacidad Utilizada en la Maquinaria de Infusiones.

Maquinaria con Capacidad Mínima para la Producción de Infusiones					
Activo	Detalle	Producción/ Minuto	Producción/ Hora	Producción/ Día	Capacidad Utilizada
Molino Pulverizador	Molino Pulverizador de Alta Velocidad	25	1.500	12.000	95%
Envasadora de Te	Envasadora Automática para Bolsitas de Te EBT-6	25	1.500	12.000	95%
Etiquetadora	Selladora de Sobre Protector de Bolsas de Infusión.	28	1.680	13.440	85%
Selladora Continua (cajas)	Selladora Continua de Cajas SC-810HV	2	120	960	59%

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

El molino pulverizador producirá 50 gramos de infusión por minuto, tomando en cuenta que cada bolsita contiene 2 gramos entonces abastece para 25 unidades, la misma capacidad tiene la envasadora ya que las actividades de estas son dependientes y ambas ocupan el 95 % de sus capacidades de producción. En cuanto a la etiquetadora de papel sobreprotector y selladora de cajas ocupan el 85% y 59% de capacidad instalada respectivamente.

Tabla N° 34: Capacidad Utilizada en la Maquinaria de Infusiones.

Maquinaria con Capacidad Mínima para la Producción de Bebidas					
Activo	Detalle	Producción/ Minuto	Producción/ Hora	Producción /Día	Capacidad Utilizada
Purificadora de Agua.	Equipo Purificador de Agua INDEINOX,	13	800	6400	85%
Caldero.	CALDERO INDEINOX,	15	900	7200	75%
Máquina para Filtración.	FILTRADOR INDEINOX,	33	2000	16000	34%
Pasteurizadora.	PASTEURIZADOR INDEINOX,	33	2000	16000	34%
Lavadora Botellas	Serie EER; Sistema de Enjuagado de Envases Automático Rotativo	30	1800	14400	38%
Envasadora	Serie DNL; Equipo para Envasado de Productos Líquidos por Nivel, Lineal	21	1.260	10.080	54%
Tapadora	Serie ERM; Sistema Enroscado	18	1.080	8.640	63%
Etiquetadora	Serie ESZ; Etiquetado para Envases	30	1.800	14.400	38%
Mesa Acumulación	Serie MS; Mesa de Acumulación de Envases	25	1.500	12.000	45%
Transportadores	Serie TML/TMC; Sistemas de Transportadores Modulares	30	1.800	14.400	38%

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

El purificador de agua cuenta con una capacidad de 400 litros por hora lo que significa 800 botellas de 500 ml, se ocupará el 85 % de la capacidad, de similar forma el caldero, cuya capacidad es de 450 litros de jarabe por hora lo que representa 900 bebidas de 500 ml ocupando el 75% de su capacidad.

El resto de maquinaria tiene porcentajes distantes al total de su capacidad productiva, es preciso sustentar que la capacidad de la maquinaria detallada es la mínima, aunque es factible adaptar a las necesidades del proyecto implicaría costos muy elevados, al tratarse también de una industria con expectativas de crecimiento se ha considerado optar por la misma ya que si en el mediano plazo se decide incrementar la producción tocaría cambiar o adaptar la capacidad de la maquinaria lo que nuevamente implicaría inversiones para la empresa.

Tabla N° 35: Abastecimiento de Suministros.

Suministros para Infusiones		
Materia Prima	Kilos/Día	Kilos/Mes
Plantas Medicinales	569	13.650
Insumos		
Papel Filtrante	11.375	272.992
Hilo de algodón	11.375	272.992
Etiqueta	11.375	272.992
Papel Sobre envoltura	11.375	272.992
Caja de infusiones (20 U)	569	13.652
Láminas de Plástico	569	13.652
Suministros para Bebidas		
Materia Prima	Kilos/Día	Kilos/Mes
Plantas Medicinales	902	21.659
	Litros/Día	Litros/Día
Agua	2.707	5.415
Insumos		
Botella	5.415	129.952
Tapa	5.415	129.952
Etiqueta	5.415	129.952
Conservantes	5.415	129.952
Otros Ingredientes:	5.415	129.952

Fuente: Análisis e Investigación Técnica (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

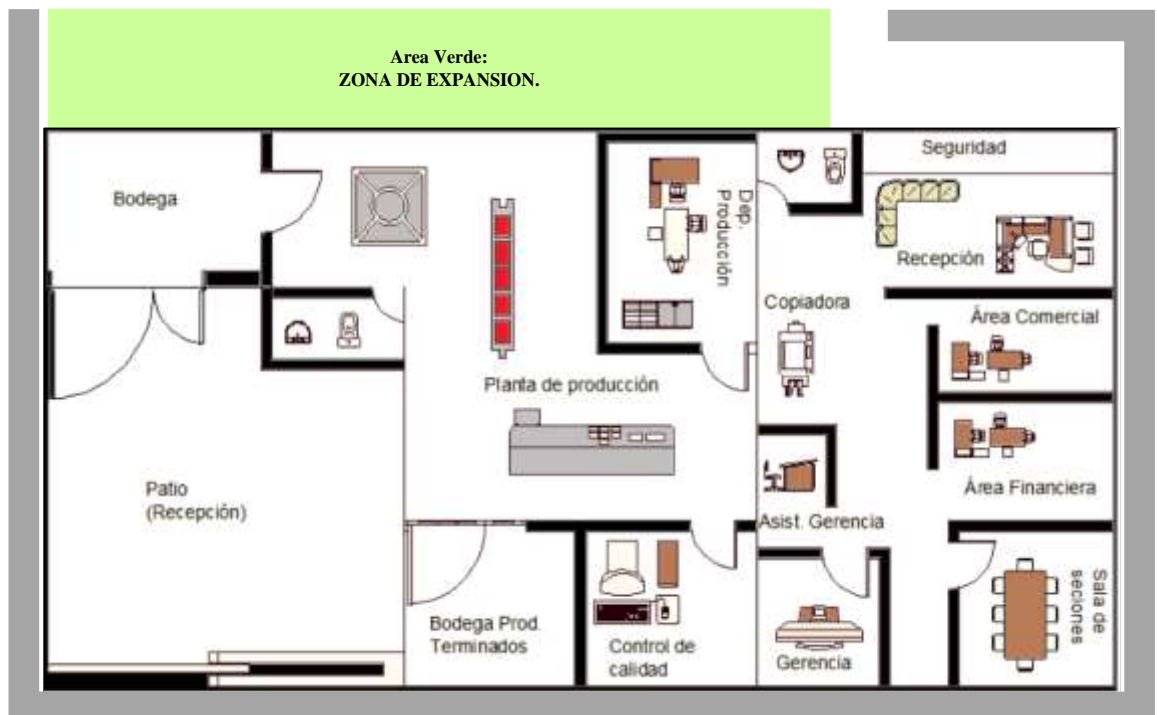
En el grafico anterior se detalla la cantidad diaria y mensual del abastecimiento necesario de suministros para la fabricación de los productos, en este destaca la materia prima principal sumando 1.471 kilos de plantas medicinales que deberán ser abastecidos diariamente.

En cuanto al resto de insumos pueden ser compadrados y almacenados en volumen ya que no son perecibles en el tiempo y no ocupan espacios considerables.

4.2.9. Distribución de la Planta de Producción.

Para cumplir a cabalidad cada una de las actividades operativas y administrativas de la empresa, se detalla a continuación la forma en la que se distribuirá la planta de procesamiento.

Gráfico N° 63: Distribución de la Planta.



Fuente: Diseñado mediante Microsoft Visio 2013.

Elaboración: El Autor.

La distribución de la planta de producción, contará con un área de construcción de 4.000 m.²

4.2.10. Planeación Estratégica y Estructura Organizacional.

Es indispensable trazar las estrategias empresariales que marquen el horizonte de la empresa, basándose en propósitos y objetivos así como también adaptar la estructura de la organización que conlleven a la consecución de los fines empresariales.

Tabla N° 36: Marco Estratégico de la Empresa.

Misión:
“Ser una compañía solvente, que transforma las plantas medicinales en productos terminados, aplicando estándares de calidad y seguridad alimentaria, que responda las exigencias actuales del mercado, brindando calidad, salud, seguridad y confianza a nuestros consumidores”.
Visión:
“Convertirse en una empresa líder en la elaboración y comercialización de productos derivados de las plantas medicinales, ser reconocida a nivel nacional e internacional como pionera en innovación, calidad, seguridad alimentaria y prácticas empresariales sustentables”.
Objetivos:
✓ Lograr un ligero posicionamiento y satisfacción en el mercado objetivo, desarrollando productos que superen sus expectativas y permitan la obtención máxima de beneficios económicos y desarrollo sustentable.
✓ Incrementar la capacidad productiva y generación de empleo en el corto plazo con un control adecuado de los recursos financieros para garantizar la rentabilidad y crecimiento sostenido.
✓ Captar un 5% en el sector de infusiones y bebidas naturales del mercado cuencano en el corto plazo.

Fuente: Análisis e Investigación Organizacional (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

Tabla N° 37: Políticas y Valores.

Sostenibilidad:
Centrados en la ética empresarial, el cual indica que los procesos de fabricación y las demás actividades se enfoquen en crear valor para la comunidad y desarrollo sustentable.
Innovación:
Mejorar e innovar de manera constante para desarrollar productos que logren satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
Productividad:
Desarrollar prácticas de calidad, basadas en el mejoramiento continuo que permitan maximizar la producción usando eficientemente los recursos. Ofertar productos de calidad, a precios accesibles forjando beneficios para los grupos de interés.
Liderazgo:
Promover el liderazgo en nuestros colaboradores que les permitan crecer; personalmente y profesionalmente, logrando así la máxima satisfacción en nuestros clientes.
Bienestar Humano:
Generar desarrollo en la comunidad y todas las personas involucradas en las actividades empresariales permitiéndoles crecer equitativamente.

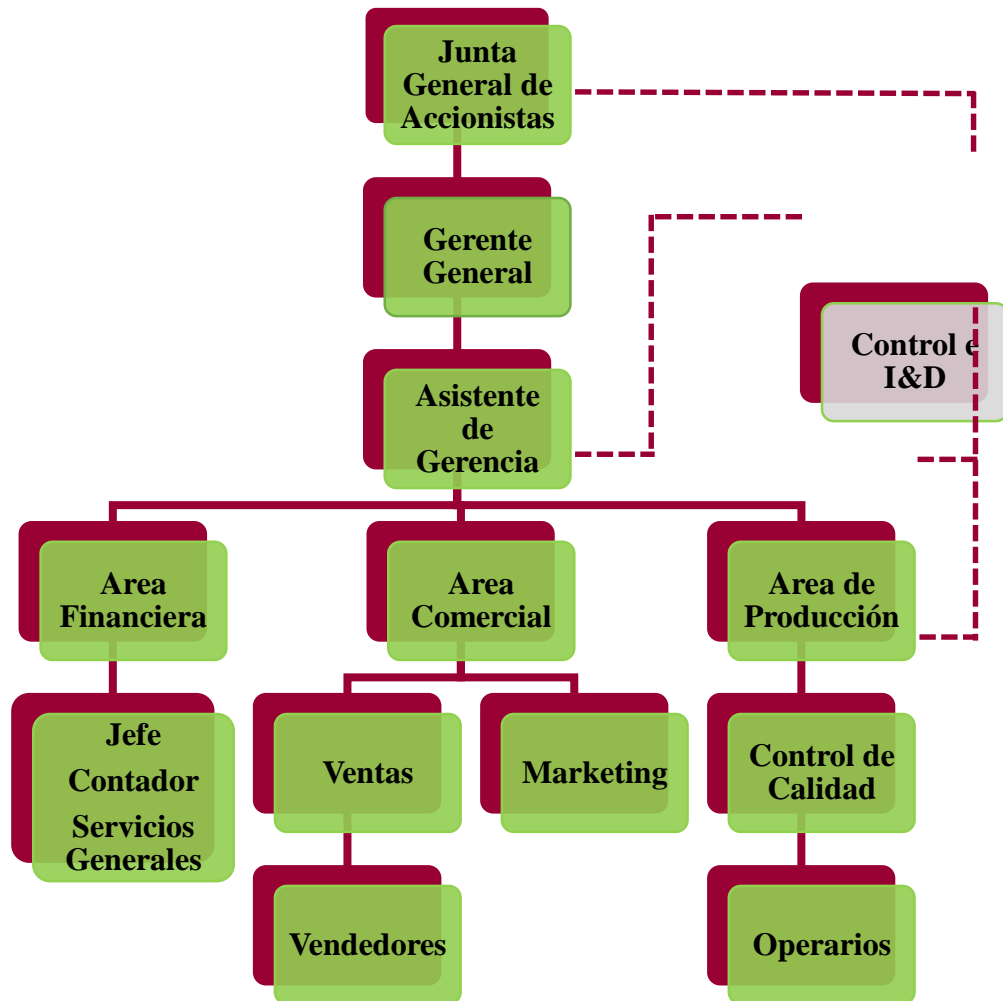
Fuente: Análisis e Investigación Organizacional (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

4.2.11. Organigrama Institucional.

La adecuada integración del talento humano, permite un desarrollo óptimo en cada una de las actividades empresariales, así como también, los niveles jerárquicos para cada una de sus áreas funcionales.

Gráfico N° 64: Estructura Organizacional.



Fuente: Análisis e Investigación Organizacional (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

4.2.12. Perfiles del Cargo.

Las competencias que deberá poseer cada uno de los colaboradores se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N° 38: Perfiles del Personal Requerido.

CARGOS	HABILIDADES, ACTIVIDADES
Gerente General	✓ Liderazgo, capacidades para motivar, comprender, imponer órdenes, integrar el equipo de trabajo. Capacidades analíticas para la toma de decisiones, desarrollo de estrategias etc.
Asistente de Gerencia	✓ Habilidades comunicacionales con las áreas funcionales, capacidad de atención al cliente, proveedores, distribuidores. Capacidad para asistir, apoyar en cualquier área de trabajo.
Gerente Financiero	✓ Determinar y planificar eficazmente los gastos e inversiones de la empresa, habilidades y conocimientos micro y macro económicas, coordinar presupuestos etc.
Gerente Comercial	✓ Ser creativos, perseverantes y persuasivos, conocimientos generales del mercado, estrategias y habilidades de negociación.
Jefe de Producción	✓ Habilidades operativas; planificación, dirección y control del talento humano, materias primas, suministros, etc.
Control de Calidad.	✓ Pensamiento analítico, innovador gestor de procesos, diseñar y mejorar la producción.

Fuente: Análisis e Investigación Organizacional (Enero, 2015)



Elaboración: El Autor.

4.2.13. Identidad de la Empresa y sus Productos.

Para distinguir a la empresa y sus productos de sus competidores se plantea los siguientes distintivos:

Tabla N° 39: Logotipos de la Empresa sus Productos.

EMPRESA

INFUSIÓN

BEBIDA


Fuente: Diseñado mediante Microsoft Visio 2013.

Elaboración: El Autor.

La empresa tomará el nombre: PROPAMCA que responde a su razón social; Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima.

El primer producto tomará el nombre; Infusiones Naturales, denominación fácil de recordar y relacionada directamente con la esencia del producto.

El mensaje; “*emociones que traspasan generaciones*” busca incentivar el consumo del producto recalcando la tradición con la que se ha venido consumiendo el mismo a lo largo del tiempo.

El segundo producto, se denominará, Heal Tea, el mismo que traducido al idioma español significa infusión que cura, se ha considerado esta denominación, en base al posicionamiento rápido que obtienen en el consumidor las marcas relacionadas con bebidas naturales como el Té u otras, el mensaje; “*ama lo natural*” pretende impactar positivamente en el consumidor e impulsar su compra basándose en las características naturales y medicinales.

Los colores Utilizados:

El color verde representa la tonalidad que poseen la variedad de plantas aromáticas y medicinales con las que se elaborarán los productos, el color rojo y morado significan la coloración que toman los productos cuando son preparados para el consumo, el color blanco simboliza la pureza, la naturalidad con la que son elaborados y las ventajas de bienestar y salud que generan al consumirlos.

4.3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

En esta sección se sincronizan los costos de cada uno de los estudios desarrollados anteriormente, se desglosan los flujos de ingresos y egresos que tendría el proyecto y por medio de estos se determinará la rentabilidad del mismo.

4.3.1. Presupuesto de Inversión.

El Plan Inicial de Inversiones necesarias para iniciar el proyecto, suma la cantidad de USD 300.000,00 que se distribuyen de la siguiente manera:


Para ejecutar el proyecto se dispone de un terreno valorado en USD 12.000,00 según la plusvalía del sector, por esta razón se ha considerado idóneo construir la planta producción que tendrá un valor de USD 32.000,00 acorde a los tanteos presupuestarios desarrollados con algunos constructores.

El costo de la maquinaria y equipos para ambos productos bordea los USD 229.450,00 para esto se ha ejecutado contactos con empresas fabricantes e importadoras de maquinaria afines a las necesidades del proyecto. El valor de muebles, enseres y equipos de computación que complementan el desarrollo de las actividades es de USD 7.050,00, se ha tomado en cuenta también los gastos de constitución que incumben; a permisos legales, asesoría y trámites legales entre otros con un total de USD 3.500,00.

La mayoría de los costos anteriores podrían variar hasta el momento de ejecutar el proyecto por lo que es preciso registrar imprevistos financieros generales con un total de USD 6.000,00 los que asistirán si los precios incrementan hasta el momento de su adquisición. Los costos del plan piloto consisten en las instalaciones, las pruebas de maquinaria y la fabricación de productos de prueba, tienen un presupuesto de USD 10.000,00.

En la siguiente tabla se detallan cada uno de los activos necesarios, sus respectivos costos y la depreciación que generan con el transcurso del tiempo.

Tabla N° 40: Detalle y Presupuesto de Inversión.

		PLAN INICIAL DE INVERSIONES			
		<i>Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima</i>			
Can	Descripción	P. Unitario	P.Total	Dep. Anual	Dep. Mensual
1	Terreno	12.000	12.000,00	-	-
1	Construcción Planta Ind.	32.000	32.000,00	1.600	133,33
Maquinaria y Equipos:					
1	Camión	19.500	19.500,00	3.900	325,00
2	Patín Hidráulico	1.100	2.200,00	220	18,33
1	Balanza Industrial	4.750	4.750,00	475	39,58
3	Deshidratador	11.200	33.600,00	3.360	280,00
3	Bandas Transportadoras	2.000	6.000,00	600	50,00
1	Trituradora	11.950	11.950,00	1.195	99,58
1	Molino Pulverizador	5.400	5.400,00	540	45,00
1	Envasadora de Te	16.500	16.500,00	1.650	137,50
1	Etiquetadora	3.900	3.900,00	390	32,50
1	Selladora Continua (cajas)	4.000	4.000,00	400	33,33
1	Purificadora de Agua	10.200	10.200,00	1.020	85,00
1	Caldero	15.000	15.000,00	1.500	125,00
1	Maquina de Filtración	7.000	7.000,00	700	58,33
1	Pasteurizadora	9.800	9.800,00	980	81,67
3	Vasos de Precipitación	150	450,00	45	3,75
1	Enjuagadora de Botellas	14.000	14.000,00	1.400	116,67
1	Cadena de Embotellado	22.000	22.000,00	2.200	183,33
1	Etiquetadora Circular	9.000	9.000,00	900	75,00
1	Tapado / Orientado	8.000	8.000,00	800	66,67
2	Mesas de Acumulación	3.600	7.200,00	720	60,00
2	Transportadores	6.500	13.000,00	1.300	108,33
1	Equipos Complementarios	6.000	6.000,00	600	50,00
Muebles y Enseres					
6	Escritorio	100	600,00	60,00	5,00
6	Sillas	25	150,00	15,00	1,25
3	Archivadores	100	300,00	30,00	2,50
1	Mostrador	400	400,00	40,00	3,33
1	Mueble para Reuniones	800	800,00	80,00	6,67
1	Juego de Sala	1.000	1.000,00	100,00	8,33
Equipos de Computación					
4	Computador de Escritorio	550	2.200,00	726,00	60,50
1	Impresora Multifunción	350	350,00	115,50	9,63
1	Infocus	350	350,00	115,50	9,63
1	Copiadora	200	200,00	66,00	5,50
1	Software de Facturación	500	500,00	165,00	13,75
1	Teléfono Convencional	200	200,00	66,00	5,50
Imprevistos Generales		6.000	6.000,00	-	-
Gastos de Constitución		3.500	3.500,00	-	-
Costos de Plan Piloto		10.000	10.000,00	-	-
TOTALES:			300.000,00	28.074,00	2.339,50

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

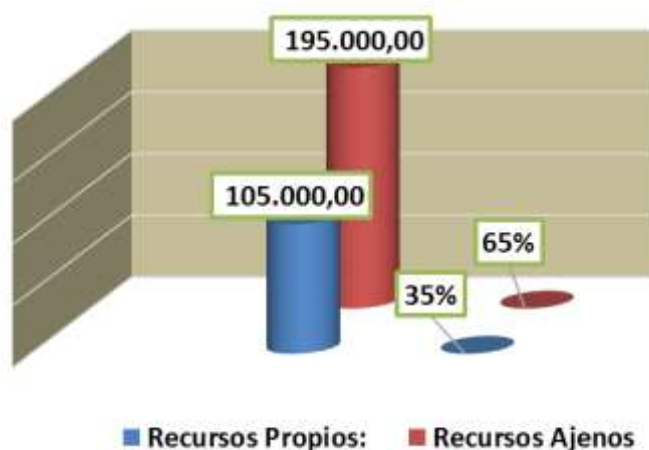
Elaboración: El Autor.

La depreciación anual que generarían los activos fijos suma USD 28.074,00 considerando los siguientes porcentajes: 5%, 20%, 10% y 33% para la planta industrial, camión, maquinaria, enseres y equipos de computación respectivamente.

4.3.2. Estructura del Financiamiento.

Para poner en marcha la empresa PROPAMCA se necesita un capital inicial de USD 300.000,00 el cual se financiará de la siguiente manera:

Gráfico N° 65: Origen del Financiamiento del Proyecto.



Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

El 35% de la inversión se financiará con recursos propios, cuya totalidad; USD 105.000,00 provendrá del capital aportado por los accionistas de PROPAMCA y para cubrir el 65% restante se acudirá a la Corporación Financiera Nacional para acceder a un financiamiento de USD 195.000,00.

La tasa referencial de interés de dicha institución es de 10.8500% anual, cuyos créditos están enfocados hacia el segmento productivo de las Pymes siempre y cuando el plazo máximo sea un periodo desde 3 a 5 años y su monto sea desde USD 20.000,00 hasta USD 200.000,00.

Tabla N° 41: Tasas de Interés Vigentes Febrero del 2015.

**MATRIZ DE TASAS DE INTERÉS
DEL 01 AL 28 FEBRERO 2015**



**CRÉDITO DIRECTO
SEGMENTO: PYMES**

TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA)	0-1	1-2	3-5	6	7-10
TASA BASE DE REAJUSTE	5.32%	5.32%	5.32%	5.32%	5.32%
TASA ANUAL	9.7500%	10.5000%	10.8500%	11.1500%	11.6500%
NOMINAL SEMESTRAL	9.5233%	10.2380%	10.5707%	10.8554%	11.3291%
NOMINAL TRIMESTRAL	9.4125%	10.1102%	10.4348%	10.7120%	11.1731%
NOMINAL MENSUAL	9.3396%	10.0282%	10.3451%	10.6177%	11.0706%

Fuente: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1656&Itemid=407

Elaboración: El Autor.

4.3.3. Tabla de Amortización.

El crédito obtenido se pagará dentro del plazo de 5 años, con cuotas fijas de USD 4.225,20 pagadas de forma mensual.

Tabla N° 42: Tabla de Amortización.

		<i>Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima</i>			
CALCULO DE LA TABLA DE AMORTIZACION					
CAPITAL:	195.000,00	N° PAGOS POR AÑO		12	
PLAZO EN AÑOS:	5	N° CUOTAS		60	
TASA INTERES ANUAL	10,85%	VALOR DE LA CUOTA		4.225,20	
TASA MENSUAL	0,904%	FRECUENCIA DE PAGO		Mensual	
N°	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0	195.000,00	0	0	0	195.000,00
1	195.000,00	1.763,13	4.225,20	2.462,07	192.537,93
2	192.537,93	1.740,86	4.225,20	2.484,34	190.053,59
3	190.053,59	1.718,40	4.225,20	2.506,80	187.546,79
4	187.546,79	1.695,74	4.225,20	2.529,46	185.017,33
5	185.017,33	1.672,86	4.225,20	2.552,33	182.464,99
6	182.464,99	1.649,79	4.225,20	2.575,41	179.889,58
7	179.889,58	1.626,50	4.225,20	2.598,70	177.290,88
8	177.290,88	1.603,01	4.225,20	2.622,19	174.668,69
9	174.668,69	1.579,30	4.225,20	2.645,90	172.022,78
10	172.022,78	1.555,37	4.225,20	2.669,83	169.352,95
11	169.352,95	1.531,23	4.225,20	2.693,97	166.658,99
12	166.658,99	1.506,88	4.225,20	2.718,32	163.940,66
13	163.940,66	1.482,30	4.225,20	2.742,90	161.197,76
14	161.197,76	1.457,50	4.225,20	2.767,70	158.430,06
15	158.430,06	1.432,47	4.225,20	2.792,73	155.637,33

16	155.637,33	1.407,22	4.225,20	2.817,98	152.819,35
17	152.819,35	1.381,74	4.225,20	2.843,46	149.975,89
18	149.975,89	1.356,03	4.225,20	2.869,17	147.106,72
19	147.106,72	1.330,09	4.225,20	2.895,11	144.211,61
20	144.211,61	1.303,91	4.225,20	2.921,29	141.290,33
21	141.290,33	1.277,50	4.225,20	2.947,70	138.342,63
22	138.342,63	1.250,85	4.225,20	2.974,35	135.368,28
23	135.368,28	1.223,95	4.225,20	3.001,25	132.367,03
24	132.367,03	1.196,82	4.225,20	3.028,38	129.338,65
25	129.338,65	1.169,44	4.225,20	3.055,76	126.282,89
26	126.282,89	1.141,81	4.225,20	3.083,39	123.199,49
27	123.199,49	1.113,93	4.225,20	3.111,27	120.088,22
28	120.088,22	1.085,80	4.225,20	3.139,40	116.948,82
29	116.948,82	1.057,41	4.225,20	3.167,79	113.781,03
30	113.781,03	1.028,77	4.225,20	3.196,43	110.584,60
31	110.584,60	999,87	4.225,20	3.225,33	107.359,27
32	107.359,27	970,71	4.225,20	3.254,49	104.104,78
33	104.104,78	941,28	4.225,20	3.283,92	100.820,86
34	100.820,86	911,59	4.225,20	3.313,61	97.507,25
35	97.507,25	881,63	4.225,20	3.343,57	94.163,68
36	94.163,68	851,40	4.225,20	3.373,80	90.789,87
37	90.789,87	820,89	4.225,20	3.404,31	87.385,57
38	87.385,57	790,11	4.225,20	3.435,09	83.950,48
39	83.950,48	759,05	4.225,20	3.466,15	80.484,33
40	80.484,33	727,71	4.225,20	3.497,49	76.986,84
41	76.986,84	696,09	4.225,20	3.529,11	73.457,73
42	73.457,73	664,18	4.225,20	3.561,02	69.896,71
43	69.896,71	631,98	4.225,20	3.593,22	66.303,50
44	66.303,50	599,49	4.225,20	3.625,71	62.677,79
45	62.677,79	566,71	4.225,20	3.658,49	59.019,30
46	59.019,30	533,63	4.225,20	3.691,57	55.327,73
47	55.327,73	500,25	4.225,20	3.724,94	51.602,79
48	51.602,79	466,58	4.225,20	3.758,62	47.844,17
49	47.844,17	432,59	4.225,20	3.792,61	44.051,56
50	44.051,56	398,30	4.225,20	3.826,90	40.224,66
51	40.224,66	363,70	4.225,20	3.861,50	36.363,15
52	36.363,15	328,78	4.225,20	3.896,42	32.466,74
53	32.466,74	293,55	4.225,20	3.931,65	28.535,09
54	28.535,09	258,00	4.225,20	3.967,20	24.567,90
55	24.567,90	222,13	4.225,20	4.003,07	20.564,83
56	20.564,83	185,94	4.225,20	4.039,26	16.525,57
57	16.525,57	149,42	4.225,20	4.075,78	12.449,79
58	12.449,79	112,57	4.225,20	4.112,63	8.337,16
59	8.337,16	75,38	4.225,20	4.149,82	4.187,34
60	4.187,34	37,86	4.225,20	4.187,34	0,00
TOTALES:		58.511,99		195.000,00	
TOTAL A PAGAR EN 5 AÑOS: CAPITAL + INT.				253.511,99	
AMORTIZACION ANUAL DEL CREDITO					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
31.059,34	34.602,01	38.548,77	42.945,71	47.844,17	

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.


4.3.4. Determinación de los Costos, Gastos e Ingresos del Proyecto.

Una vez definida la estructura de financiamiento, el crédito y su forma de pago, es necesario analizar cada uno de los costos, gastos e ingresos que tendría el proyecto los cuales permitan proyectar el flujo de caja y los respectivos indicadores financieros.

4.3.4.1. Costos de Producción.

Mano de Obra:

Tabla N° 43: Rol de Pagos Proyectado.


			ROL DE PAGOS MENSUAL					
			<i>Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima</i>					
N°	Nombre	Cargo	Salario	F. Reserva 8,33%	Total Ingresos	IESS 9,45%	Total Pagar Mensual	Total Anual
1	S/N	Gerente	1100,00	91,63	1.191,63	112,61	1.079,02	12.948,25
1	S/N	Asistente	660,00	54,98	714,98	67,57	647,41	7.768,95
2	S/N	Secretaria	420,00	34,99	454,99	43,00	823,98	9.887,76
2	S/N	Vendedor	360,00	29,99	389,99	36,85	706,27	8.475,22
1	S/N	Jefe Producción	770,00	64,14	834,14	78,83	755,31	9.063,78
1	S/N	Laboratorista	750,00	62,48	812,48	76,78	735,70	8.828,35
14	S/N	Operarios	420,00	34,99	454,99	43,00	5.767,86	69.214,29
2	S/N	Bodeguero	420,00	34,99	454,99	43,00	823,98	9.887,76
1	S/N	Chofer	420,00	34,99	454,99	43,00	411,99	4.943,88
1	S/N	Seguridad	420,00	34,99	454,99	43,00	411,99	4.943,88
1	S/N	Mantenimiento	420,00	34,99	454,99	43,00	411,99	4.943,88
TOTALES:			6160,00	513,13	6.673,13	630,61	12.575,50	150.905,99

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

Con un total de 27 empleados; 20 son asignados específicamente hacia el área de producción, por lo que sus costos se convierten en mano de obra directa, el personal de seguridad se registra como costos indirectos y los valores de estos recae en el precio de los productos. Los restantes 6 colaboradores son del área administrativa, es por eso que sus costos se integran en los gastos administrativos, la suma total es de USD 12.575,50 cantidad que se deberá pagar mensualmente.

Tabla N° 44: Rol de Provisiones Proyectado.

			ROL DE PROVISIONES					
			<i>Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima</i>					
N°	Cargo	Salario	XII	XIV	Vacaciones	Aporte P. 12.15%	Total Mensual:	Total Anual:
1	Gerente	1.100,00	91,67	91,67	45,83	133,65	362,82	4.353,80
1	Asistente	660,00	55,00	55,00	27,50	80,19	217,69	2.612,28
2	Secretaria	840,00	70,00	70,00	35,00	102,06	277,06	3.324,72
2	Vendedor	720,00	60,00	60,00	30,00	87,48	237,48	2.849,76
1	Jefe Producción	770,00	64,17	64,17	32,08	93,56	253,97	3.047,66
1	Laboratorista	750,00	62,50	62,50	31,25	91,13	247,38	2.968,50
14	Operarios	5.880,00	490,00	490,00	245,00	714,42	1939,42	23.273,04
2	Bodeguero	840,00	70,00	70,00	35,00	102,06	277,06	3.324,72
1	Chofer	420,00	35,00	35,00	17,50	51,03	138,53	1.662,36
1	Seguridad	420,00	35,00	35,00	17,50	51,03	138,53	1.662,36
1	Mantenimiento	420,00	35,00	35,00	17,50	51,03	138,53	1.662,36
TOTALES:		12.820,00	1.068,33	1.068,33	534,17	1.557,63	4.228,46	50.741,56

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.


El total a pagar al mes por concepto de provisiones sociales suma un monto de USD 4.228,46 los cuales son distribuidos de la misma forma que en el proceso anterior acorde a la función y área de cada uno de los colaboradores.

4.3.4.2. Costos Generales de Producción, Mano de Obra Directa y Gastos Administrativos.

Para determinar el costo de cada producto es necesario distribuir porcentualmente los costos generales de producción acorde a la utilización de los recursos en cada uno de los procesos de fabricación, así por ejemplo, la maquinaria para el elaborar las infusiones no utilizan la misma cantidad de energía u otro suministro que si utiliza una máquina para producir las bebidas.

De tal forma que el 30% del total de los costos generales de producción se han asignado para las infusiones y el 70% para las bebidas. La siguiente tabla detalla cada uno de los costos, su valor mensual y anual los que permitirán determinar el costo unitario de cada producto y los valores para el flujo de egresos respectivo.

Tabla N° 45: Hoja Anual de Costos Generales de Fabricación.

		HOJA DE COSTOS	
% DE COSTOS PARA CADA PRODUCTO			
Infusiones		30%	
Bebidas		70%	
COSTOS GENERALES DE FABRICACION			
Detalle:	Mensual	Anual	
Servicios Básicos:			
Energía Eléctrica	2.500,00	30.000,00	
Agua Potable	400,00	4.800,00	
Servicio Telefónico	25,00	300,00	
Internet	35,00	420,00	
Costos Operativos:			
Combustible	900,00	10.800,00	
Mantenimiento	400,00	4.800,00	
Suministros Oficina	130,00	1.560,00	
Otros:	300,00	3.600,00	
TOTAL:	4.690,00	56.280,00	
MANO DE OBRA DIRECTA			
Detalle:	Mensual	Anual	
Sueldos y Salarios	9.318,82	111.825,81	
Beneficios Sociales:	3.133,42	37.601,00	
TOTAL:	12.452,23	149.426,81	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Gastos Personal Administrativo:			
Detalle:	Mensual	Anual	
Sueldos y Salarios	3.256,68	39.080,18	
Beneficios Sociales:	1.095,05	13.140,56	
Total Personal Administrativo:	4.351,73	52.220,74	
Comisiones por Ventas	1.500,00	18.000,00	
Publicidad, Marketing, Otros.	7.000,00	84.000,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	12.851,73	154.220,74	

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)


Elaboración: El Autor.

La empresa PROPAMCA necesitará USD 359.927,55 para cubrir el total de sus costos anuales, la obtención de dicha cantidad se obtiene de las totalidades del total de; los costos generales de fabricación, la mano de obra directa y el total de los gastos administrativos.

4.3.4.3. Costos de Producción para las Infusiones.

A continuación se detalla los costos que incurren en la fabricación de infusiones.

Tabla N° 46: Hoja de Costos para las Infusiones.

		HOJA DE COSTOS		
Unidades a Producción/Mensual	272.992	PRODUCTO:		
Cajas 20 Unidades a Producir /Mes	13.650			
Costo del Kg de Materia Prima	0,30	INFUSION		
Unidades Obtenidas por cada Kg	20			
Kilogramos Necesarios	13.650			
COSTOS DE MATERIA PRIMA				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
Plantas Medicinales	0,015	272.992	4.094,88	49.138,56
Papel Filtrante	0,010	272.992	2.729,92	32.759,04
Hilo de algodón	0,010	272.992	2.729,92	32.759,04
Etiqueta	0,010	272.992	2.729,92	32.759,04
Papel Sobre envoltura	0,010	272.992	2.729,92	32.759,04
Costo Bolsita Infusión	0,055			
Costo 20 Unidades	1,10			
Caja de infusiones (20 U)	0,13	13.650	1.774,50	21.294,00
Laminas de Plástico	0,02	13.650	273,00	3.276,00
COSTO MP	1,25		17.062,06	204.744,72
COSTOS GENERALES DE FABRICACION				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
CGF	0,10	13.650	1.407	16.884
MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
MOD	0,27	13.650	3.735,67	44.828,04
COSTO PRODUCCION DE CAJA				
COSTO MP	1,25			
CGF	0,10			
MOD	0,27			
TOTAL:	1,63			
UTIL. FABRICANTE 14%	0,23			
P. TOTAL	1,85			
UTIL. DETALLISTA 8%	0,15			
P.V.P	2,00			


Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

Producir una caja de infusiones de 20 unidades cuesta USD 1,63, la utilidad por cada una será del 14% sobre el costo de producción, obteniendo un precio de USD 1,85 para el detallista, este tendrá un 8% de ganancia sobre el precio de fábrica quedando finalmente en un P.V.P de USD 2,00 valor que cumple con la información obtenida en la investigación de mercado.

4.3.4.4. Costos de Producción para las Bebidas.

Tabla N° 47: Hoja de Costos de las Bebidas.

		HOJA DE COSTOS		
Unidades a Producción/Mensual	129.952	PRODUCTO:		
Costo del Kg de Materia Prima	0,30			
Unidades Obtenidas por cada Kg	6	BEBIDAS		
Kilogramos Necesarios	21.659			
COSTOS DE MATERIA PRIMA				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	0,01	129.952	1.300	15.594
Plantas Medicinales	0,050	129.952	6.498	77.971
Botella	0,25	129.952	32.488	389.856
Tapa	0,09	129.952	11.696	140.348
Etiqueta	0,05	129.952	6.498	77.971
Conservantes	0,06	129.952	7.797	93.565
Otros Ingredientes:	0,05	129.952	6.498	77.971
COSTO MP	0,56		72.773	873.277
COSTOS GENERALES DE FABRICACION				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
CGF	0,03	129.952	3.283	39.396
MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	C. Unitario	Und. Pro. Mes	Costo Mensual	Costo Anual
MOD	0,03	129.952	3.735,67	104.598,77
COSTO PRODUCCION DE BEBIDA				
COSTO MP	0,56			
CGF	0,03			
MOD	0,03			
COSTO TOTAL:	0,61			
UTIL. FABRICANTE 38%	0,23			
PRECIO TOTAL	0,85			
UTIL. DETALLISTA 18%	0,15			
P.V.P	1,00			


Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

El costo de producción de una bebida es USD 0,61 la utilidad por el producto será del 38% sobre el costo de producción lo cual daría un precio de venta de USD 0,85 al detallista, este tendrá el 18% de utilidad sobre el precio del fabricante quedando finalmente en un P.V.P de USD 1,00.

4.3.4.5. Costos Anuales de Producción.

Tabla N° 48: Hoja Anual de Costos para Infusiones y Bebidas.

		COSTOS ANUALES
COSTOS ANUALES DE SUMINISTROS		
Infusiones:		
Descripción:	Monto Anual	
Plantas Medicinales	49.139	
Papel Filtrante	32.759	
Hilo de algodón	32.759	
Etiqueta	32.759,04	
Papel Sobre envoltura	32.759,04	
Caja de infusiones (20 U)	21.294,00	
Laminas de Plástico	3.276,00	
TOTAL:	204.745	
Bebidas:		
Agua	15.594	
Plantas Medicinales	77.971	
Botella	389.856	
Tapa	140.348	
Etiqueta	77.971	
Conservantes	93.565	
Otros Ingredientes:	77.971	
TOTAL:	873.277	
TOTAL SUMINISTROS:	1.078.022	
MANO DE OBRA DIRECTA		
Sueldos y Salarios	111.825,81	
Beneficios Sociales:	37.601,00	
TOTAL MOD:	149.426,81	
CASTOS GENERALES DE FABRICACION		
Costos Generales Fabricación	56.280,00	
TOTAL CGF:	56.280,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	154.220,74	

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)


Elaboración: El Autor.

La tabla anterior resume los costos anuales que incurren en la producción de los dos productos, entre la materia prima y suministros, los costos de mano de obra directa, los costos generales de fabricación y los gastos administrativos totalizan USD 1.437.949,55 que tendría que desembolsar la empresa para cubrir sus costos.

4.3.4.6. Ingresos Anuales por Concepto de Ventas.

Los ingresos mensuales y anuales que se obtendrá por concepto de ventas de cada producto se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N° 49: Ingresos Anuales por Ventas.

		INGRESOS POR VENTAS ANUALES			
		Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima			
PRODUCTO	PRODUCCION/ MES	PRODUCCION/ ANUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
Infusiones:	13.650	163.800	1,85	25.314	303.767
Bebidas:	129.952	1.559.424	0,85	110.113	1.321.352
TOTALES:				135.427	1.625.119

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)


Elaboración: El Autor.

La empresa obtendrá USD 1.625.119 de ingresos por la venta de los dos productos de los cuales USD 303.767 corresponden al producto infusiones y USD 1.321.352 serán por la venta de las bebidas.

4.3.5. Flujo Anual de Ingresos y Egresos.

La proyección del flujo de caja refleja cada uno de los ingresos y egresos que tendrá duran los primeros cinco años la empresa, es preciso indicar que a partir del segundo año se ha tomado como referencia la tasa de inflación correspondiente al 4,05% según el BCE cuyos pronósticos no tendrían mayor variación en los años siguientes.

Tabla N° 50: Flujo de Caja Proyectado.

	FLUJO DE CAJA PROYECTADO <i>Procesadora de Plantas Aromáticas y Medicinales Compañía Anónima</i>					
	AÑOS					
RUBROS:	0	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS:	-	1.625.119	1.690.936	1.759.419	1.830.675	1.904.818
VENTAS	-	1.625.119	1.690.936	1.759.419	1.830.675	1.904.818
TOTAL INVERSIONES Y COSTOS	300.000	1.497.083	1.558.863	1.623.405	1.690.852	1.761.353
<i>TOTAL INVERSIONES</i>	286.500					
Terreno	12.000					
Construcción Planta Ind.	32.000					
Maquinaria y Equipos:	229.450					
Muebles y Enseres	3.250					
Equipos de Computación	3.800					
Imprevistos Generales	6.000					
TOTAL COSTOS Y GASTOS	13.500	1.497.083	1.558.863	1.623.405	1.690.852	1.761.353
GASTOS DE CONSTITUCION	3.500					
COSTOS DE MATERIA PRIMA	-	1.078.022	1.121.682	1.167.110	1.214.378	1.263.560
COSTOS DE MANO DE OBRA	-	149.427	155.479	161.775	168.327	175.145
COSTOS G. FABRICACION	-	56.280	58.559	60.931	63.399	65.966
GASTOS POR DEPRECIACION	-	28.074	28.074	28.074	28.074	28.074
AMORTIZACION	-	31.059	34.602	38.549	42.946	47.844
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	154.221	160.467	166.966	173.728	180.764
COSTOS DE PLAN PILOTO	10.000					
SALDO ANTES SERVICIO DEUDA	300.000	128.036	132.073	136.014	139.824	143.465
SALDO ANTES PAR. EMPLEADOS		128.036	132.073	136.014	139.824	143.465
15% PARTICIPACION EMPLEADOS		19.205	19.811	20.402	20.974	21.520
SALDO ANTES IMPUESTO RENTA		108.830	112.262	115.612	118.850	121.945
22% IMPUESTO RENTA		23.943	24.698	25.435	26.147	26.828
SALDO DESPUES IMPUESTOS		84.888	87.565	90.177	92.703	95.117
DEPRECIACION		28.074	28.074	28.074	28.074	28.074
FLUJO NETO EFECTIVO	- 300.000	112.962	115.639	118.251	120.777	123.191

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

El flujo de neto de efectivo en el año 0 es de USD -300.000,00 que corresponde a la inversión inicial del proyecto, para el año 1 el flujo neto de efectivo será de USD 112.962, este valor va incrementando considerablemente hasta el quinto año, esta situación mejorará significativamente para el sexto año, cuya razón se sustenta en que en el quinto año finalizará el pago del crédito, por lo que se espera que para el sexto año el flujo de efectivo sea mucho mayor al de los años anteriores, lo que hará también que incremente la rentabilidad del proyecto.

4.3.6. Evaluación Financiera del Proyecto.

Para determinar la rentabilidad del proyecto se tomaron en cuenta las siguientes variables:

La estructura del financiamiento del proyecto que contemplan entre recursos propios y ajenos con porcentajes del 35% y 65% respectivamente, la tasa de interés del crédito correspondiente al 10,85%, la inflación, que según el Banco Central de Ecuador es 4,05% y no tendría mayor incremento en los próximos años, el riesgo país con el 5,69% y el plazo por el crédito correspondiente a 5 años.

Tabla N° 51: Indicadores Financieros.

INDICADORES FINANCIEROS: 	
RECURSOS PROPIOS:	35%
RECURSOS AJENOS:	65%
TASA DE INTERES: (Crédito)	10,85%
INFLACION: (Feb - 2015)	4,05%
RIESGO PAIS: (Feb - 2015)	5,69%
NUMERO DE PERIODOS	5
INDICADORES DE RENTABILIDAD:	
TMAR:	10,54%
VAN:	139.886
TIR:	27%

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Febrero, 2015)

Elaboración: El Autor.

Para la obtención de los indicadores de rentabilidad, de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) se ha considerado el siguiente modelo, el mismo que se sustenta en la situación actual del país y a las necesidades del proyecto:

$$\text{TMAR} = (\% \text{recursos ajenos} * \text{tasa interés del crédito}) + \% \text{recursos propios} * (\% \text{ riesgo país} + \% \text{ inflación} * \% \text{ riesgo país} * \text{inflación})$$

4.3.7. Análisis de Rentabilidad.

La TMAR que deberán aceptar los inversionistas es del 10,54% la misma que supera la tasa pasiva que actualmente oferta el sector financiero privado lo cual implica a que inversionista decida invertir en la empresa en lugar de colocar sus recursos en alguna institución financiera.

El Valor Actual Neto es de USD 139.886 el cual es positivo y por ende el proyecto es ejecutable. La Tasa Interna de Retorno (TIR) que se obtendrá por invertir en el proyecto es del 27 % enmarcando así un horizonte positivo para ejecutar el proyecto.

4.3.8. Recuperación de la Inversión.

Acorde a los indicadores antes mencionados, la recuperación de la inversión en el proyecto sería a partir del tercer año, esto demuestra que el presente proyecto; financieramente es ejecutable puesto que invertir USD 300.000 en una industria con amplias oportunidades de crecimiento y obtener una TIR del 27% resulta atractivo para cualquier inversor.

Tabla N° 52: Recuperación de la Inversión.

RECUPERACION DE LA INVERSION		
AÑO	FNE	SALDO
0	- 300.000	- 300.000
1	112.962	- 187.038
2	115.639	- 71.400
3	118.251	46.852
4	120.777	Inversión Recuperada
5	123.191	

Fuente: Análisis e Investigación Financiera, (Enero, 2015)

Elaboración: El Autor.

4.4. CONCLUSIONES.

Al concluir la investigación del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización de Infusiones y Bebidas de Horchata Agroecológica, se puede establecer las siguientes conclusiones:

- ✓ En el diagnóstico enfocado hacia el sector de las plantas aromáticas y medicinales se ha podido conocer que dicho sector tiene tendencias de crecimiento constante, en base a lo anterior la industria de infusiones y productos derivados de las plantas medicinales tienen fuertes expectativas de crecimiento, se pudo conocer también que actualmente las plantas medicinales, en su gran mayoría se exportan como materia prima hacia el exterior, por tal razón se cree conveniente dar valor agregado al producto, ofertarlo en el mercado local en primera instancia y a futuro aprovechar la acogida que tiene el producto en el exterior y tratar de internacionalizarlo.
- ✓ Acorde al análisis situacional se ha podido determinar que el comportamiento del macro ambiente es estable y no presenta posibles incrementos a futuro; se dispone de tasas de interés accesibles para el sector productivo, el poder adquisitivo del consumidor incrementa anualmente y no se pronostica aumentos en la inflación en el corto plazo. En el micro ambiente se pudo determinar que no existe fuerte competencia en el sector de las infusiones, más favorable aun, no existen empresas en el mercado cuencano que oferten bebidas a base de horchata.
- ✓ Referente al estudio de factibilidad de mercado, mediante la investigación de mercado se logró conocer los gustos, preferencias, comportamiento de compra las perspectivas y aceptación que tienen los consumidores hacia los productos, siendo estas positivas para el proyecto; en la encuesta realizada al segmento seleccionado se determinó que las infusiones de horchata tienen el 92% de aceptación, de igual forma las bebidas a base de horchata tienen el 94% de aceptabilidad, esto determina que los productos tendrán gran aceptabilidad en el mercado cuencano.

- ✓ En relación al análisis político legal, se cumple con el objetivo principal del estudio; partiendo de la actual situación política, la cual promueve y apoya las inversiones con las características del proyecto, los requisitos de constitución y permisos legales de funcionamiento son accesibles, por tal razón se ha determinado que no existe ningún impedimento para emprender y poner en marcha el proyecto en el cantón Nabón.

- ✓ Concerniente al análisis de factibilidad técnica operativa, el abastecimiento de materia prima es accesible y provendrá de la gran cantidad de productores de la zona, la adquisición de la maquinaria es viable ya que el mercado local cuenta con empresas fabricantes e importadoras de maquinaria y sobre todo su capacidad de producción abastece las necesidades de la demanda, se cuenta con un espacio amplio para la construcción y adecuación de la planta de producción y la integración de la estructura organizacional es viable.

- ✓ En el estudio de factibilidad financiera se logró determinar que para ejecutar el proyecto se requiere una inversión de USD 300.000,00 dólares, dando como resultado un Valor Actual Neto (VAN) USD 139.886 dólares el cual es mayor a cero y es aceptable, y se obtendrá una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 27% por lo tanto los indicadores afirman que el proyecto es viable.

- ✓ Una vez concluido cada uno de los análisis de factibilidad, cuyos resultados son favorables para la ejecución del proyecto, se ha considerado que realizar la inversión en el mismo, es viable en base a que cada uno de los estudios han demostrado que es rentable y sostenible en el tiempo, existiendo riesgos mínimos de que el proyecto genere pérdidas para los inversionistas.

4.5. RECOMENDACIONES.

- ✓ Desarrollar programas de capacitación técnica, productiva y de buenas prácticas agrícolas para los productores de horchata agroecológica de Nabón, cuyos objetivos serán garantizar la calidad absoluta de la materia prima.
- ✓ Realizar planes de contingencia para prevenir posibles cambios en los aspectos legales y tributarios y así evitar sanciones por parte de los organismos reguladores, de la misma manera establecer contingentes a futuro en el caso de alteraciones en la economía nacional los que permitirán evitar pérdidas económicas a los inversionistas.
- ✓ Implementar programas de marketing y estrategias empresariales que permitan un ligero posicionamiento de los productos en la mente del consumidor y la obtención de ventaja competitiva de la empresa sobre sus competidoras y que conlleven a ser una empresa sostenible a largo plazo.
- ✓ Desarrollar procedimientos minuciosos en el control de calidad de la materia prima y procesos de fabricación de tal manera que se garantice la calidad de los productos, así como también, realizar programas de investigación y desarrollo que permitan la mejora continua en la empresa e innovación en los productos.
- ✓ Aplicar programas de gestión estratégica de suministros, de manera que la empresa genere estrechas relaciones y fidelice a sus; proveedores, empleados, distribuidores, consumidores y a todos quienes estén involucrados directa o indirectamente en los proceso desde la fabricación hasta la venta de sus productos.
- ✓ Gestionar esquemas de responsabilidad social empresarial, los cuales beneficien a sus partes interesadas; (comunidad, proveedores, medio ambiente, empleados) y respondan a las expectativas y exigencias que actualmente tienen los consumidores hacia las empresas, de tal manera que la empresa genere impacto positivo en la sociedad y obtenga ventajas competitivas.

4.6. BIBLIOGRAFÍA.

- ANGULO, Luis, *Gestión de Proyectos*, Editorial Macro E.I.R.L, Lima-Perú, 2010.
- ARAUJO, David, *Proyectos de Inversión*, Editorial Trillas, México, 2012.
- BACA, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, 7^{MA} Edición, Mc Graw Hill, México D.F, 2013.
- BELLO, Carlos, *Producción y operaciones aplicada a las pymes*, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia, 2013.
- BUREAU, Veritas, *Logística Integral*, 2^{DA} Edición, Fundación Confemetal, España, 2011.
- BUITRAGO, Jorge, *Flujo de Caja; Planeación financiera de corto plazo*, Ediciones Universidad de Boyacá, Tunja-Boyacá-Colombia, 2012.
- CANO, Abel, *Contabilidad Gerencial y presupuestaria*, 1^{RA} Edición, Ediciones de la U, Bogotá-Colombia, 2013.
- CÁRDENAS, Raúl, *Costos 1*, 2^{DA} Edición, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, México D.F, 2013.
- CHASE, Richard, *Administración de Operaciones, Producción y Cadenas de Suministros*, 13^{VA} Edición, Mc Graw Hill, México D.F, 2014.
- CÓRDOVA, Marcial, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ecoe Ediciones, 2^{DA} Edición, Bogotá, 2011.
- DAVID, Fred, *Administración Estratégica*, 14^{VA} Edición, Pearson Educación, México, 2013.
- DURAN, Felipe, *La Biblia de las Recetas Industriales*, Grupo Latino Editores, 2013.
- DURAN, Felipe, *Plantas Aromáticas y Medicinales*, 1^{RA} Edición, Colombia, 2009.
- FLÓREZ, Javier, *Agricultura Ecológica*, Ediciones Mundi Prensa, Madrid, 2012.
- FLÓREZ, Juan, *Proyectos de inversión para las PYME*, 2^{DA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá- Colombia, 2010.
- GALINDO, Carlos, *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*, 1^{RA} Edición, Ediciones de la U, Bogotá-Colombia, 2011.

- KOONTZ, Harold, otros, *Administración una perspectiva global y empresarial*, 14^{VA} Edición, Mc Graw Hill, México DF, 2012.
- KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary, *Fundamentos de Marketing*, 11^{VA} Edición, Pearson Educación, México, 2013.
- LAMPKIN, Nicolás, *Agricultura Ecológica*, Ediciones Mundi Prensa, Madrid, 2001.
- MÉNDEZ, José, *La Economía en la Empresa*, 4^{TA} Edición, Mc Graw Hill, México, D.F, 2012.
- MESA, Mario, *Fundamentos de Marketing*, 1^{RA} Edición, Eco Ediciones, Bogotá, 2012.
- MEZA, Jhonny, *Evaluación Financiera de Proyectos*, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2010.
- Plantas Medicinales*, Alba Libros, SL, Madrid-España, 2000.
- ROJAS, Miguel, *Administración para ingenieros*, 3^{RA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2006.
- RINCON, Carlos, *Contabilidad Siglo XXI*, 2^{DA} Edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2012.
- SANCHEZ, Teresa, *Proceso de Elaboración de Alimentos y Bebidas*, Ediciones Madrid Vicente, 2003.
- SAPAG, Nassir, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, 5^{TA} Edición, Mc Graw Hill, Bogotá-Colombia 2008.
- SCHNARCH, Alejandro, *Marketing para Pymes*, 1^{RA} Edición, Alfaomega, México, 2013.
- SCHROEDER, Roger, otros, *Administración de Operaciones*, 5^{TA} Edición, McGraw-Hill Educación, México DF, 2011.
- SUNIL, Chopra, *Administración de la Cadena de Suministro*, 5^{TA} Edición, Pearson Educación, Juárez-México, 2013.
- THOMPSON, Arthur, otros, *Administración estratégica*, 18^{VA} Edición, Mc Graw Hill, México DF, 2012.

4.7. BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA.

Banco Central del Ecuador. / Indicadores Económicos, (Revisado, 15/02/2015)

<http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

BIO COMERCIO ECUADOR. / Perfil de Ingredientes Naturales, (Revisado, 25, 01/2015)

http://biocomercioecuador.ec/remos_downloads/Perfil%20de%20ingredientes%20naturales%202009.pdf

Estructura de la Producción / (Revisado, 10/01/2014)

http://www.adeudima.com/?page_id=367

Euromonitor internacional. / Tendencia en Bebidas, (Revisado, 13/01/2015)

<http://go.euromonitor.com/las-cinco-principales-tendencias-en-bebidas-por-pais-en-norte-y-sudamerica.html>

Facultad de Economía; UNAM / Estudio Técnico, (Revisado, 22/10/2014)

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Industria de las Bebidas / (Revisado, 05/01/2015)

<http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/65.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. / Población de Cuenca, (Revisado, 20/12/2014)

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. / Participación de alimentos y bebidas, (Revisado, 11/01/2015)

<http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/infoe.pdf>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca / Producción de Horchata en Ecuador (Revisado, 10/11/2014)

<http://www.agricultura.gob.ec/>

Refrescarse Saludablemente, UTPL / Definición de Horchata, (Revisado, 08/11/2014)

<http://www.utpl.edu.ec/comunicacion/refrescarse-saludablemente/>

Superintendencia de Compañías del Ecuador / Ley de Compañías. (Revisado, 11/12/2014)

http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

4.8. ANEXOS

ANEXO N°: 1.

FORMATO DE SOLICITUD DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA				
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA				
				
SOLICITUD DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO				
Formulario No. PF-ARCSA-2013-001				
Fecha de solicitud:				
Nombre o razón social del establecimiento:				
Nombre del propietario o representante legal:				
Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC):	Cédula de ciudadanía del propietario del establecimiento:			
(Ubicación del establecimiento)				
Zona:	Provincia:	Cantón:	Parroquia:	Sector:
Tipo de Establecimiento:				
Categoría:				
Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento:				
Número de permiso de funcionamiento (en caso de renovación):				
Dirección:				
Calle principal:				
Número:				
Calle alterna:				
Teléfono:				
Fax:				
Correo electrónico:				

Fuente: <http://www.salud.gob.ec/tramites-requisitos-reglamentos-y-directrices-para-la-obtencion-del-registro-sanitario-arcsa/>

Elaboración: El Autor.

ANEXO N°: 2.



INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS



1	2
Nº. de Solicitud	Fecha de Presentación
3 Denominación del Signo	
4 Naturaleza del signo	5 Tipo de signo
Denominativo <input type="checkbox"/>	Marca de Producto <input type="checkbox"/>
Figurativo <input type="checkbox"/>	Marca de Servicios <input type="checkbox"/>
Mixto <input type="checkbox"/>	Nombre Comercial <input type="checkbox"/>
Tridimensional <input type="checkbox"/>	Lema Comercial <input type="checkbox"/>
Sonoro <input type="checkbox"/>	Índica Geog./denominación origen <input type="checkbox"/>
Olfativo <input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva <input type="checkbox"/>
Táctil <input type="checkbox"/>	Marca Colectiva <input type="checkbox"/>
	Marca de Certificación <input type="checkbox"/>
	Rótulo Enseña <input type="checkbox"/>
6 Identificación del(os) solicitante(s)	
Nombre(s):	
Dirección:	
Ciudad:	E-mail:
Teléfonos:	Fax:
Nacionalidad del Signo:	
Nacionalidad del Solicitante:	
7 Quien(es) actúa(n) a través de	
Representante <input type="checkbox"/>	O
	Apoderado <input type="checkbox"/>
Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	E-mail:
Registro de poder Nº:	Fax:
8 Interés real para oposición Andina Art. - 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)	
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente N°.	
9	10
E espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)	Descripción clara y completa del signo
*Clasificación del elemento figurativo	
11 Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades	
12 Clasificación Internacional N°.	
13 Signo que acompaña al lema comercial	
Denominación	
Registro N°	Año h Vigente hasta
Solicitud N°	Fecha y Año
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial	
14 Prioridad	
Solicitud N°:	Fecha: / / País:
15 Abogado patrocinador	
Nombre:	
Casillero IEPI:	Quito Guayaquil Cuenca Casillero Judicial:
16 Anexos	
<input type="checkbox"/> Comprobante pago tasa N° _____ <input type="checkbox"/> 6 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)	
17	18
Firma Solicitante (s)	Abogado patrocinador
	Matrícula:
	E-mail:

Fuente: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/formularios-2/>

Elaboración: El Autor.

ANEXO N°: 3.

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p style="margin-left: 10px;"><i>República del Ecuador Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI- Dirección de Documentación y Estadística</i></p> 	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>	
<p>Solicitante:</p> <p>Abogado patrocinador : Matrícula N°:</p>	
<p>Tipo de signo</p>	
<p>Marca de fábrica []</p> <p>Nombre Comercial []</p>	<p>Marca de servicios []</p> <p>Lema Comercial []</p>
<p>Registrada []</p> <p>Clase Internacional N°:</p>	<p>En trámite de registro []</p> <p>y sus clases relacionadas según el caso</p>
<p>Denominación:</p>	
<p>Recaudos anexos:</p> <p>[] Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro si:</p>	<p align="center">_____</p> <p align="center">Firma solicitante</p> <p align="center">_____</p> <p align="center">Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI :</p> <p>Casillero judicial :</p> <p>Estudio jurídico :</p> <p>Teléfonos :</p> <p>Correo electrónico:</p>

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

*** Para uso IEPI**

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI

Fuente: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/formularios-2/>

Elaboración: El Autor.

ANEXO N°: 4.

MODELO DE SOLICITUD PARA OBTENER EL CÓDIGO DE PRODUCTO.

ECOP **Ecuatoriana de Código de Producto** GSI-ECUADOR **Solicitud de Afiliación de Empresa**

Por el presente documento solicitamos a la ECUATORIANA DE CODIGO DE PRODUCTO - ECOP-, la afiliación como Miembro Activo con todos los beneficios, deberes y obligaciones que consten en sus estatutos.

Tengo pleno conocimiento que la Empresa que represento podrá utilizar el Código a ser asignado, siempre que cumpla con los Estatutos y Reglamentos de la ECOP y perderá tal condición o el derecho a usar el código a nivel nacional y mundial por la falta de pago de cualquiera de sus cuotas.

DATOS EMPRESARIALES

Empresa _____ **RUC:** _____
Dirección: _____
Ciudad: _____ Provincia _____
Teléfono _____ Fax: _____ www. _____
Representante Legal: _____
Responsable de _____

PATRIMONIO AJUSTADO

(Adjuntamos los siguientes documentos)

- * Certificado de Superintendencia de Compañías
- * Balance del último año presentado a la Superintendencia de Compañías

Toda la información contenida en esta solicitud de afiliación, es verdadera y autorizo a ECOP para que realice la respectiva verificación.

CATEGORIA:

- * FABRICANTE (Requiere codificar sus productos)

Tipo de

Ejemplo: Alimentos, Lácteos, Plásticos, Limpieza, Conservas, Medicina, Ropa, Cosméticos,...etc.

NOTA: Detalle al reverso los productos a ser codificados.

- * COMERCIANTE DETALLISTA (AUTOSERVICIO) o DISTRIBUIDOR
PROVEEDOR DE EQUIPOS, MATERIALES o SERVICIOS
IMPRESOR

Representante Legal

Lugar y Fecha

PARA SER LLENADO POR ECOP

SOLICITUD: Aprobada <input type="checkbox"/> Negada <input type="checkbox"/>	Código Asignado a la Empresa:
CLASIFICACION: Grupo A B C D	<input type="text" value="7"/> <input type="text" value="8"/> <input type="text" value="6"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
_____ Firma	_____ Firma
_____ Fecha	_____ Fecha

**PRODUCTOS A SER CODIFICADOS
DESCRIPCION Y MARCA COMERCIAL**

Ejemplo:	ACEITE VEGETAL marca "ABC"	1 litro
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

2010

CLASIFICACION DE EMPRESAS AFILIADAS

GRUPO	PATRIMONIO NETO
A	Hasta 200 000 dólares USA
B	De 200 001 a 500 000 dólares
C	De 500 001 a 1 000 000 dólares
D	Superior a 1 000 000 dólares

**TABLA DE CUOTAS: Empresas COMERCIANTES, DETALLISTAS,
Proveedores de EQUIPOS y/o SUMINISTROS, IMPRESORES,
Fabricantes de envases y embalajes, Consultores etc.**

GRUPO	Cuota de AFILIACION	Mantenimiento ANUAL
A	190 dólares	165 dólares
B	375 dólares	325 dólares
C	750 dólares	650 dólares
D	1 500 dólares	1 300 dólares

TABLA DE CUOTAS PARA EMPRESAS INDUSTRIALES

(Requieren codificar sus productos)

(dólares USA)	1-25 product.	26-50 product.	51-100 prod.	101 o más
GRUPO A	A-1	A-2	A-3	A-4
AFILIACIÓN	150	150	150	150
Asignación Prefijo/GS1 Empresa	150	300	450	525
Mantenimiento anual	130	130	195	195
GRUPO B	B-1	B-2	B-3	B-4
AFILIACIÓN	300	300	300	300
Asignación Prefijo/GS1 Empresa	525	640	825	1050
Mantenimiento anual	230	260	325	455
GRUPO C	C-1	C-2	C-3	C-4
AFILIACIÓN	600	600	600	600
Asignación Prefijo/GS1 Empresa	1200	1350	1 500	1 800
Mantenimiento anual	520	520	650	780
GRUPO D	D-1	D-2	D-3	D-4
AFILIACIÓN	900	900	900	900
Asignación Prefijo/GS1 Empresa	2 100	2 400	2 700	3 000
Mantenimiento anual	910	1 040	1 170	1 300

**Nota: Las cuotas de AFILIACION Y ASIGNACION Prefijo GS1 de Empresa son UNICAS
Los pagos se realizan con cheque a nombre de ECOP**

Fuente: <http://gs1ec.org/contenido/biblioteca/SEmpresas.pdf>

Elaboración: El Autor.

ANEXO N° 5.

MODELO DE SOLICITUD PARA OBTENCION DE NORMAS DE CALIDAD INEN.



INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION
DIRECCION TECNICA DE VALIDACION Y CERTIFICACION

SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN

NÚMERO DE INGRESO:*	FECHA DE INGRESO:*
---------------------	--------------------

* Para uso exclusivo del INEN

La información proporcionada en este documento es tratada bajo estrictos criterios de confidencialidad.

1. IDENTIFICACIÓN DEL SOLICITANTE

Razón Social:

Dirección oficinas:

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail:

Dirección de la planta:

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail:

Nombre del Representante Legal

Cargo:

Representante autorizado ante el INEN:

Cargo que desempeña:

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail:

2. IDENTIFICACIÓN DEL FABRICANTE (si difiere del Solicitante)

Razón Social:

Dirección oficinas:

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail:

Dirección de la planta:

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail:

Nombre del Representante Legal

Cargo:

Representante autorizado ante el INEN:

Cargo que desempeña:

Teléfonos: Fax: E-mail:

3. ALCANCE DE LA CERTIFICACIÓN SOLICITADA

Producto:

Marca comercial:

Modelo, tipo o serie (Cuando corresponda):

Tamaño de comercialización:

Reg. San. No. (Cuando corresponda):

Norma Técnica de Referencia del producto:

4. INFORMACION DEL FABRICANTE

1. Número total de personas:

2. ¿En cuántos turnos se trabaja?

Uno

Dos

Tres

Especifique los Horarios:

3. ¿Quiénes son sus principales clientes?

4. ¿La fábrica en la que se produce el producto para el que se solicita la certificación tiene certificado su sistema de gestión de la calidad de conformidad a la Norma ISO 9001?

Si

No

Si la respuesta es Si especifique el nombre del organismo certificador:

Si la respuesta es NO, especifique si desarrollan actualmente algunas de estas actividades?

- | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| Evaluación de proveedores | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| Control estadístico de procesos | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| Calibración de equipos | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| Inspección y ensayos al producto | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
| Implementación de un sistema de gestión de la calidad | <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |

5. ¿La organización cuenta con sus propios laboratorios de ensayo?

- Si No

6. ¿Utiliza laboratorios externos?

- Si No

Si la respuesta es SI especifique el nombre (s) del laboratorio (s).....

7. ¿Dispone de catálogos que contengan las especificaciones técnicas del producto para el que se solicita la Certificación?

- Si No

Si la respuesta es SI, anexar el catálogo

5. COMPROMISO DEL FABRICANTE

1. Me comprometo a recibir y prestar la colaboración a los auditores del INEN y proporcionar la información necesaria para la evaluación de los productos a ser certificados.
2. Declaro estar de acuerdo en cumplir los requisitos establecidos en el Procedimiento para la certificación de conformidad con Sello de Calidad INEN y tener conocimiento de derechos y obligaciones que tienen las empresas fabricantes de productos certificados.

Lugar:

Fecha:

.....
Nombre del Representante Legal

.....
Firma del Representante Legal