



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA.

AUTOR: CESAR MARCELO FLORES SAAVEDRA

DIRECTOR: ING. COMERCIAL LUIS VASQUEZ REINA, MSC.

Ibarra, Abril, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto, es la creación y elaboración de una bebida hidratante que refresca y calma la sed, mantiene la salud de las personas, por ser elaborado a base de plantas aromáticas como: la manzanilla el cedrón y el toronjil, este producto se encuentra libre de colorantes, esencias procesadas, o artificiales, no contiene gas. El proyecto estará ubicado en la ciudadela Jacinto Collahuazo cuarta etapa perteneciente a la parroquia San Luis, de Otavalo, Imbabura; este sector cuenta con vías de acceso de primer orden, servicios básicos, transporte público cada 10 minutos y cercanía a las parroquias productoras de materia prima. La bebida puede ser consumida por personas de todas las edades, pero en el presente estudio se considera como potenciales consumidores a los habitantes Otavaleños mayores de 10 años, siendo el 78 % De la población que corresponde a 91.592 habitantes. Dentro del estudio de mercado se obtuvo una aceptación del 95% de personas dispuestas a consumir el producto que corresponden a 90.300 habitantes de Otavalo, quienes indican que consumen 2 unidades al día. Para establecer el precio de venta de la bebida hidratante se fija en base al promedio de la suma de los productos similares que se encuentran en el mercado, siendo 0,70 ctvs. De dólar costo que cubre todos los gastos y genera un margen de utilidad del 20%; este valor nos sirve para el cálculo de ingreso por ventas. El presupuesto referencial de la inversión inicial del proyecto asciende a **96.653,46 USD.**, de los cuales el 33,33 % es propio y el 66,67 % es financiada con un crédito otorgado por una institución financiera pública, quienes adicionalmente otorgan soporte técnico en la implementación de nuevos proyectos; los créditos tienen una tasa de interés que va desde el 6% hasta el 11% anual. El presente proyecto cuenta con exoneración del impuesto a la renta en los cinco primeros años. Al utilizar los indicadores financieros se obtiene una tasa interna de retorno del 43% y un periodo de recuperación de la inversión de 2 años 4 meses, demostrando que el presente proyecto es viable.

SUMMARY

This project is the creation and development of a sports drink that refreshes and quenches thirst, maintains the health of people, being made from herbs such as chamomile lemon verbena and lemon balm, this product is free on dyes, processed, or artificial flavors, contains gas. The project will be located in the citadel Jacinto Collahuazo fourth stage belonging to the parish San Luis, Otavalo, Imbabura; this sector has paths first order, basic services, public transport every 10 minutes and proximity to raw material producing parishes. The drink can be consumed by people of all ages, but in this study is considered as potential consumers Otavaleños older people of 10 years, with 78% of the population corresponding to 91 592 inhabitants. Within the study of market acceptance of 95% of people willing to consume the product corresponding to 90,300 inhabitants of Otavalo, who indicate they consume 2 units per day was obtained. To set the selling price of the sports drink is set based on the average of the sum of the similar products on the market, being 0.70 cents. Dollar cost covers all expenses and generate a profit margin of 20%; This value serves to calculate sales revenue. The reference budget of the initial investment of the project is \$ 96,653.46., Which is 33.33% and 66.67% own is financed with a credit from a financial institution public, who additionally provide technical support the implementation of new projects; loans have an interest rate ranging from 6% to 11% annually. This project has exemption from income tax in the first five years. By using financial indicators an internal rate of return of 43% and a payback period of investment of 2 years 4 months is obtained, showing that this project is viable.

AUTORÍA

Yo, Cesar Marcelo Flores Saavedra, portador de la cédula de ciudadanía N° 100280134-6, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO.” y que no ha sido previamente presentando para ningún grado, ni calificación profesional; además, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

(Firma).....
Nombre: Flores Saavedra Cesar Marcelo
Cédula: 100280134-6

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En, mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Cesar Marcelo Flores Saavedra, para optar por el Título de “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO.” considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra a los 20 días de febrero del 2016.

Atentamente,

Ing. Comercial Luis Vásquez Reina, MSC.

DIRECTOR



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100280134-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Flores Saavedra Cesar Marcelo		
DIRECCIÓN:	Cantón Otavalo , Provincia de Imbabura		
EMAIL:	marceloflores1979@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062903283	TELÉFONO MÓVIL	0999442551

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO"
AUTOR (ES):	Flores Saavedra Cesar Marcelo
FECHA: AAAAMMDD	2016/09/20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, CPA .
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Comercial Luis Vásquez Reina MSC.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Flores Saavedra Cesar Marcelo , con cédula de Identidad Nro. 100280134-6, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de Septiembre del 2016

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Flores Saavedra Cesar Marcelo
c.c. 100280134-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Flores Saavedra Cesar Marcelo , con cédula de identidad Nro. 100280134-6 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO" Qué ha sido desarrollada para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA . en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 20 días del mes de Septiembre del 2016

(Firma).....
Nombre: Flores Saavedra Cesar Marcelo
Cédula: 100280134-6

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a dios padre celestial por ser guía en mi vida, a mi esposa y mi hija que me apoyaron para conseguir este objetivo que personalmente es un sueño hecho realidad, aquel sueño que empezó con mucha expectativa y fue creciendo con ahínco y firmeza, soy afortunado por estar vivo y llegar a cumplirlo; gracias dios por todas estas alegrías que son oportunidades para mejorar mi vida.

Marcelo Flores

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer con mucho amor a Dios padre celestial, por haberme dado la vida, a mis padres por haberme educado siempre en valores, y ser un ejemplo de superación, a mis suegros quienes cuidaron de mi hija mientras estaba fuera de casa por el trabajo y los estudios, a todos quienes de forma directa e indirecta me animaron en los momentos difíciles, y en especial a todos quienes dedican una vida de enseñanza para que personas como yo alcancen sus sueños.

De igual forma quiero agradecer a la Universidad Técnica Del Norte por brindarme un espacio en su regazo durante 5 años, en los cuales he aprendido a más de teoría y práctica a tener un sentido humanista, comprometido con la sociedad y con responsabilidad y ética, institución a la cual pongo todo mi conocimiento a su disposición.

Marcelo Flores.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado denominado estudio de factibilidad para la elaboración, comercialización y distribución de bebidas a base de plantas medicinales en la ciudad de Otavalo, está compuesto por los siguientes capítulos, detallados a continuación.

En el primer capítulo consiste en el estudio del diagnóstico situacional de Otavalo, el objetivo general y sus objetivos específicos, a más de la matriz de diagnóstico, con sus variables e indicadores, identificando cuáles son sus aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

En el segundo capítulo se presenta un marco teórico, que contiene conceptos y definiciones teóricas, las cuales son consultadas en libros, revistas, periódicos, páginas web., y nos ayudan a estructurar y analizar de forma técnica el presente proyecto.

En el tercer capítulo tenemos un estudio de mercado en el cual analizamos la oferta y la demanda del producto, para ello se ha utilizado encuestas y entrevistas, con el propósito de establecer si existe demanda insatisfecha en el mercado Otavaleño, adicional a ello se analiza los precios de nuestra competencia directa, y los canales de distribución.

En el cuarto capítulo, se refiere al estudio técnico, donde detallamos la ubicación óptima del proyecto, tales como la macro-localización, y la micro-localización, así como la correcta distribución del área en el diseño de la planta, identificación de la maquinaria y equipo, el personal requerido para poner en marcha la producción, una descripción del producto, amas de un diagrama de flujo del proceso productivo.

En el quinto capítulo, tratamos el estudio financiero, establecemos la inversión total del proyecto, su financiamiento, una proyección de ingresos y gastos, un estado de pérdidas y ganancias, además de la utilización de los métodos de análisis de valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), para determinar el flujo de efectivo anual, realizando una proyección de cinco años de vida del proyecto.

El sexto capítulo indica la estructura organizacional administrativa y legal de la empresa, el nombre, logotipo, su misión, visión, objetivos empresariales, así como su estructura organizacional, un manual de funciones, y los controles internos así como un análisis legal de su conformación y los permisos previos a la etapa de producción y comercialización.

En el séptimo capítulo contiene el análisis de los impactos que produce el proyecto sean positivos o negativos, y para esto se utilizará indicadores de valoración de afectación en los ámbitos sociales, culturales, ambientales y económicos. El análisis de los mismos aportará a tomar medidas encaminadas a mitigarlos con el propósito de tener acciones bien definidas encaminadas al beneficio del medio ambiente.

En el presente proyecto se incluirá las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CONSTANCIA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
JUSTIFICACION.....	23
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
OBJETIVOS DEL PROYECTO	25
OBJETIVO GENERAL.....	25
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	25
CAPÍTULO I.....	24
1.1. ANTECEDENTES	24
1.2. Objetivo general.....	25
1.2.1. Objetivos específicos	25
1.3. Matriz de relación diagnóstico.....	26
1.4. ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	26

1.5.	Aspectos demográficos.....	28
1.6.	FINANCIAMIENTO.....	30
1.6.1	Instituciones Financieras Gubernamental.....	30
1.6.2	Apoyo municipal a las PIMES.....	32
1.6.3	Instituciones Financieras Privadas.....	32
1.7.	Registro sanitario.....	33
1.7.1	Normativa y procedimientos.....	33
1.7.2	Requisitos.....	33
1.7.3	Requisitos para la obtención de registro sanitario.....	34
1.7.3.1	Solicitud (formulario específico).....	34
1.7.3.2	Certificado de control de calidad del producto.....	37
1.8.	DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	39
CAPÍTULO II.....		40
2.1.	MARCO TEÓRICO.....	40
2.2.	EMPRESA.....	40
2.3.	Microempresa.....	40
2.4.	NORMATIVA AMBIENTAL.....	40
2.5.	PROYECTO DE INVERSIÓN.....	41
2.6.	ESTUDIO DE MERCADO.....	41
2.7.	Mercado Meta.....	41
2.8.	Segmentación de Mercado.....	42
2.9.	Competencia.....	42
2.10.	Marketing.....	43
2.11.	Ingeniería del proyecto.....	43
2.12.	Macro- localización.....	43
2.13.	Micro-localización.....	43
2.14.	Distribución de planta.....	44
2.15.	Capacidad instalada.....	44
2.16.	ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS.....	44
2.16.1.	Contabilidad.....	44
2.16.2.	Inversiones Fijas.....	44
2.16.3.	Inversiones Diferidas.....	45
2.16.4.	Estados Financieros.....	45
2.16.5.	Estado de Situación Inicial.....	46
2.16.6.	Estado de Resultados.....	46
2.16.7.	Estado de Flujo de Efectivo.....	46
2.16.8.	Capital de Trabajo.....	46
2.17.	INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	47
2.17.1.	Valor Actual Neto.....	47
2.17.2.	Tasa Interno de Retorno.....	47
2.17.3.	Punto de Equilibrio.....	47
2.17.4.	Costo Beneficio.....	47
2.17.5.	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	47
2.18.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	48
2.18.1.	Planificación Estratégica.....	48
2.19.	Misión.....	48
2.20.	Visión.....	48
2.21.	Cultura corporativa.....	49
2.22.	Valores corporativos.....	49
2.23.	Plan Estratégico.....	49
2.24.	Estructura Organizacional.....	50

2.25.	Organigramas	50
CAPITULO III.....		51
3.1.	Estudio de mercado	51
3.1.1.	Presentación	51
3.2.	Objetivo general del estudio de mercado.....	52
3.2.1.	Objetivos específicos	52
3.3.	MATRIZ VARIABLE DE MERCADO	53
3.4.	SEGMENTO DE MERCADO.....	54
3.4.1.	Población de la ciudad de Otavalo por edades.....	55
3.4.2.	Identificación del mercado meta	55
3.4.3.	Tamaño de la Muestra	55
3.4.4.	Determinación de la demanda del mercado Otavaleño.....	56
3.5.	Análisis de la oferta de bebidas hidratantes	59
3.5.1.	Análisis de la competencia.....	59
3.5.2.	Oferta del producto	61
3.6.	Análisis de los precios	64
3.7.	Mercado y ventajas competitivas	65
3.7.1.	Producto	65
3.7.2.	Distribución.....	65
3.8.	Distribución del producto	66
3.9.	Conclusiones del estudio mercado	67
CAPÍTULO IV		68
4.1.	Estudio técnico.....	68
4.1.1.	Localización optima de la planta.....	68
4.1.1.1.	Macrolocalización.....	69
4.1.2.	Micro localización	70
4.1.3.	Ingeniería del proyecto	73
4.1.4.	Distribución de la planta	74
4.1.4.1.	Cálculo del área total de la planta.....	74
4.1.4.2.	Diagrama de la planta	76
4.1.4.3.	Normas para la distribución de las instalaciones.....	77
4.2.	Presupuesto técnico.....	78
4.2.1.	Terreno	78
4.6.	Infraestructura – edificación	79
4.2.2.	Infraestructura	79
4.2.3.	Maquinaria y Equipo.....	80
4.2.4.	Materiales y suministros de producción.....	80
4.2.5.	Materiales y Enceres.....	81
4.2.6.	Equipo de computación	81
4.2.7.	Suministros de Oficina	82
4.2.8.	Requerimientos de materia Prima.....	82
4.2.9.	Requerimiento de Talento Humano	83
4.2.10.	Capital de trabajo e inversión diferida.....	83
4.3.	Descripción del Producto.....	83
4.4.	Ingeniería del proyecto	86
4.4.1.	Tecnología.....	86
4.4.2.	Proceso de producción.....	87
4.4.2.1.	DIAGRAMA DE FLUJO.....	87

CAPÍTULO V	93
5.1. ESTUDIO FINANCIERO	93
5.1.1. Inversión del proyecto	93
5.1.2. Financiamiento de la inversión.....	94
5.1.3. Inversión fija.	94
5.1.3.1. Terreno.	94
5.1.3.2. Edificación.....	95
5.1.3.3. Maquinaria y equipo.....	95
5.1.3.4. Muebles y enseres.	96
5.1.3.5. Equipo de computación.....	96
5.1.3.6. Equipos de oficina.....	97
5.1.4. Inversión diferida.....	98
5.1.5. Capital de trabajo.	99
5.1.6. Ingresos.....	99
5.1.6.1. Proyección de los Ingresos.....	99
5.1.7. Egresos.....	101
5.1.7.1. Costos de producción.	102
5.1.7.2. Materia Prima.	102
5.1.7.3. Mano de Obra Directa.	103
5.1.7.4. Costos generales de producción.....	103
5.1.7.5. Resumen de costos de producción.....	104
5.1.7.6. Gastos Administrativos.....	104
5.1.7.7. Sueldo y salarios.....	105
5.1.7.8. Resumen de Gastos Administrativos.....	106
5.1.7.9. Publicidad.....	106
5.1.7.10. Depreciación.....	107
5.1.7.11. Financiamiento.....	107
5.1.7.12. Método del capital constante.....	110
5.1.7.13. Balance general.	111
5.1.7.14. Flujo de efectivo proyectado.....	112
5.1.7.15. Evaluación Financiera.....	112
5.1.7.16. Determinación del costo de capital.....	113
5.1.7.17. Valor Actual Neto.....	113
5.1.7.18. Tasa Interna de Retorno.....	114
5.1.7.19. Costo Beneficio.....	115
5.1.7.20. Periodo de recuperación.....	115
5.1.7.21. Punto de Equilibrio del proyecto.....	116
CAPITULO VI	118
6.1. Organización de la empresa.....	118
6.1.1. Análisis interno de la microempresa.....	118
6.1.1.1. Nombre.....	118
6.1.1.2. Logotipo.....	118
6.1.1.3. Misión.....	119
6.1.1.4. Visión.....	119
6.1.1.5. Objetivos empresariales.....	120
6.1.2. Principios y valores.....	120
6.1.2.1. Principios.....	120
6.1.2.2. Valores.....	121
6.1.3. Estructura Orgánica de la empresa.....	122
6.1.3.1. Organigrama de la empresa.....	122
6.1.3.2. Niveles administrativos.....	122

6.1.3.3.	Orgánico funcional.....	124
6.1.3.4.	Matriz de competencias	125
6.1.4.	Controles internos de la empresa.....	130
6.1.4.1.	Control interno financiero	130
6.1.4.2.	Control de inventarios	130
6.1.5.	Análisis legal.....	131
6.1.5.1.	Determinación de la forma jurídica	131
CAPITULO VII		142
7.1.	Estudio de impactos.....	142
7.1.1.	Análisis de impactos	142
7.1.2.	Matriz de impacto económico.....	143
7.1.3.	Matriz de Impacto comercial	144
7.1.4.	Matriz de Impactos de salud.....	145
7.1.5.	Matriz de impacto ambiental	146
CONCLUSIONES		148
RECOMENDACIONES		149
BIBLIOGRAFÍA		150
LINKOGRAFÍA.....		152
ANEXOS		153
ANEXO A: ENCUESTA REALIZADA A HABITANTES DE OTAVALO.....		154
ANEXO B: ENTREVISTA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....		155
ANEXO C: ELABORACIÓN DEL LA ETIQUETA BEBIDA MEDICINAL JHONA.....		159
ANEXO D: EXHIBICIÓN DE LA BEBIDA.....		162
ANEXO E: PROFORMA.....		165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de relación diagnóstico.....	26
Tabla 2. Población de la ciudad de Otavalo.....	28
Tabla 3. PEA de la ciudad de Otavalo.	29
Tabla 4. Población de la ciudad de Otavalo por edades.	30
Tabla 5. Ejemplo de fórmula cuali-cuantitativa.....	35
Tabla 6. Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).....	38
Tabla 7. Matriz variable de mercado	53
Tabla 8. Población de la ciudad de Otavalo.....	55
Tabla 9. Población mayor a diez años.	55
Tabla 10. Cálculo de la Muestra	56
Tabla 11. Frecuencia de compra de bebidas	56
Tabla 12. Aceptación del producto	57
Tabla 13. Proyección de la demanda	58
Tabla 14. Proyección de la oferta	62
Tabla 15. Proyección de la demanda	63
Tabla 16. Precios de la competencia directa.....	64
Tabla 17. Matriz de elección.....	70
Tabla 18. Terreno.....	79
Tabla 19. Edificación.	79
Tabla 20. Maquinaria y Equipo	80
Tabla 21. Materiales y Suministros de producción.....	80
Tabla 22. Materiales y enceres.....	81
Tabla 23. Equipo de computación	81
Tabla 24. Suministros de oficina	82
Tabla 25. Requerimiento de Materia Prima.....	82
Tabla 26. Requerimiento de talento humano	83
Tabla 27. Inversión a diferir.....	83
Tabla 28. Requerimientos para el rotulado.	85
Tabla 29. Estructura de la inversión	93
Tabla 30. Estructura del financiamiento.	94
Tabla 31. Terreno.....	94
Tabla 32. Edificación.	95
Tabla 33. Maquinaria y embazadora.....	95
Tabla 34. Muebles y enseres.	96
Tabla 35. Equipo de computación.	97
Tabla 36. Equipo de Oficina.	97
Tabla 37. Resumen de activos fijos	98
Tabla 38. Inversión a diferir.....	98
Tabla 39. Capital de trabajo.	99
Tabla 40. Producción.	100
Tabla 41. Precio unitarios de venta de la bebida medicinal.....	101
Tabla 42. Ingresos proyectados anuales en ventas.....	101
Tabla 43. Requerimiento de Materia Prima.....	102
Tabla 44. Requerimiento de talento humano	103
Tabla 45. Costos generales de fabricación.....	103

Tabla 46. Cuadro de costos de producción	104
Tabla 47. Resumen de Costos de producción	104
Tabla 48. Gastos Administrativos.....	105
Tabla 49. Sueldos y Salarios.....	105
Tabla 50. Sueldos y salarios.....	106
Tabla 51. Resumen Gastos Administrativos.....	106
Tabla 52. Publicidad.	107
Tabla 53. Depreciación.	107
Tabla 54. Calculo de la cuota mensual.	108
Tabla 55. Tabla de amortización anual.	108
Tabla 56. Amortización mensual.	108
Tabla 57. Método del capital constante.	110
Tabla 58. Balance General.....	111
Tabla 59. Estado de pérdidas y ganancias	112
Tabla 60 TMRA.....	113
Tabla 61. VALOR PRESENTE.....	114
Tabla 62. TIR.....	115
Tabla 63. Periodo de recuperación.....	116
Tabla 64. Punto de equilibrio.....	116
Tabla 65. Matriz de competencias Gerente.....	125
Tabla 66. Matriz de competencias contador.	126
Tabla 67. Matriz de competencias vendedor.	127
Tabla 68. Matriz de competencias Secretaria	128
Tabla 69. Operador.	129
Tabla 70. Impacto socio económico.	143
Tabla 71. Impacto comercial.....	144
Tabla 72. Impacto de salud	145
Tabla 73. Impacto ambiental.....	146

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Ilustración 1. Frecuencia de consumo.....	56
Ilustración 2. Aceptación del producto.	57
Ilustración 3. Proyección de la demanda.	59
Ilustración 4. Proyección de la Oferta.....	62
Ilustración 5. Demanda insatisfecha proyectada.....	63
Ilustración 6. Macro localización.....	69
Ilustración 7. Parroquia San Luis de Otavalo.	71
Ilustración 8. DISEÑO DE LA PLANTA DE ELABORACIÓN DE JHONA S.A.....	76
Ilustración 9. Embace del producto.	84
Ilustración 10. ROTULADO DE B-M	86
Ilustración 11. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	88
Ilustración 12. Punto de equilibrio.....	117
Ilustración 13. Logotipo.....	119
Ilustración 14. Organigrama.	122

JUSTIFICACION

Las razones por las cuales es importante la realización de esta investigación son:

Debido a que la presente bebida está elaborada con materia prima de plantas aromáticas y su cultivo no requiere de químicos, busca cambiar el hábito de consumo de la sociedad Otavaleña, a quienes les brindamos una alternativa saludable para hidratarse, amas que la manzanilla el cedrón y el toronjil, tiene una buena percepción en los habitantes Otavaleños que es saludable y mantiene la salud al consumirla.

Aprovechar la gran cantidad de materia prima que existe en los sectores de Gualsaqui, Quichinche, San Pablo e Iluman, misma que tienen un costo accesible y de buena calidad, brindando una alternativa a quienes la cultivan, al contar con un cliente que puede comprar su producción de forma directa.

Proporciona una alternativa de mejorar los ingresos económicos, generando un medio de vida propio, el cual ayuda a mejorar las condiciones de vida tanto de los inversionistas como de nuestros colaboradores.

Oportunidad de aplicar conocimientos adquiridos en el desarrollar el proyecto, a más de proporcionar teoría generada en el estudio sobre el tema, pudiendo servir como fuente de consulta a futuros profesionales.

Posibilidad de generar fuentes de empleo, aprovechando la disponibilidad de mano de obra que existe en la ciudad Otavaleña, contribuyendo a la responsabilidad social que tenemos los profesionales para con la sociedad, al encaminar los conocimientos adquiridos a la creación de microempresas que fomente el empleo.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar con éxito la formulación del presente proyecto, todas sus etapas fueron planteadas siguiendo procedimientos metodológicos, como los siguientes:

Tipo de investigación, métodos y técnicas de recopilación de información.

Método inductivo.

En este método se utilizó para elaborar el marco teórico del proyecto, recabando información de libros, internet, periódicos, revistas y otros medios de investigación que permitan el análisis de los conceptos utilizados en el presente trabajo.

Método analítico.

Este método se empleó en el estudio de mercado, a través de la tabulación de datos, cuadros y gráficos que ayudaron a analizar de manera adecuada toda la información adquirida y requerida, esto generó ideas para realizar un informe comprensible.

Método sintético.

Este proceso permitió comprender el método analítico, mismo que sirvió para tener un análisis adecuado del tema de estudio, como también ayudo a la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL.

- Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración, comercialización y distribución de una bebida a base de plantas medicinales en la ciudad de Otavalo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Realizar los diagnósticos situacional de la ciudad de Otavalo, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en el tema planteado.
- Elaborar el marco teórico mediante la investigación bibliográfica y documental que sustente el estudio del proyecto
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, demanda potencial a satisfacer y conocer las oportunidades en el mercado de bebidas naturales.
- Establecer un estudio técnico para determinar la macro-localización, micro-localización, los insumos que se requieren, de manera que permita conocer la inversión total del proyecto.
- Ejecutar el estudio económico y financiero del proyecto, a través de evaluadores financieros y establecer la sustentabilidad del proyecto.
- Diseñar una estructura organizacional de la empresa elaboradora de bebidas, que garantice una adecuada administración.
- Determinar los posibles impactos que genere la creación del proyecto

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La Provincia de Imbabura se ubica al norte del país a 115 km al noroeste de Quito y a 125 km al sur de Tulcán, está conformada por seis cantones: San Miguel de Urcuqui, Cotacachi, Ibarra, Antonio Ante, Pimampiro y Otavalo, este último está ubicado en la región norte del Ecuador, y tiene una superficie de 499,6 kilómetros cuadrados, cuenta con una población de 104.874 habitantes según el censo poblacional 2010 del INEC., el 44,3 % de la población total está asentada en el sector urbano y 55,7 % en el sector rural.

Otavalo está asentada en una zona privilegiada de la región andina conocida como el valle del amanecer, desde varias décadas atrás se ha convertido en una importante zona de fabricación artesanal, manufacturera, área turística, hotelera y comercial; que le ha permitido un enorme desarrollo en su economía. Su clima favorece al cultivo de frutas, verduras, cereales y plantas aromáticas y medicinales, las cuales pueden ser comercializadas ya sea como producto fresco, seco, extracto pulverizado o como aceites.

En la actualidad es importante utilizar las plantas medicinales que se cultivan en Otavalo, el presente proyecto plantea elaborar, embazar y comercializar una bebida a base de plantas aromáticas como: Manzanilla, cedrón y toronjil, aprovechando la abundante materia prima que existe en Otavalo, así como la percepción que la gente tiene al consumirlas a través de una bebida elaborada por infusión, la cual hidrata de forma sana y natural, siendo una gran alternativa al optar por su consumo, ya que tiene un precio accesible para el cliente debido al bajo costo de la materia prima, porque el cultivo de estas plantas no requiere de químicos o

intensos cuidados, estas plantas sobreviven a la intemperie, resisten a todo tipo de condiciones y agresiones meteorológicas, gracias a las sustancias protectoras y antioxidantes que poseen.

Es la primera planta de elaboración, comercialización y distribución de bebidas a base de plantas medicinales que se implementará en la ciudad de Otavalo, proyecto que tiene gran acogida por sus autoridades y habitantes, generando puestos de trabajo, creando un uso industrial a las plantas aromáticas del sector, mejorando los ingresos económico para los productores, y colaboradores, ofreciendo a los consumidores un producto sano y natural al momento de hidratarse.

1.2. Objetivo general

Incrementar el conocimiento sobre el entorno de la ciudad Otavaleña, para identificar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, del proyecto.

1.2.1. Objetivos específicos

- Realizar un estudio del aspecto geográfico, y demográfico del cantón.
- Identificar los tipos de apoyo que existen para el desarrollo de este tipo de emprendimientos.
- Conocer el proceso de Obtención del registro sanitario

1.3. Matriz de relación diagnóstico.

Tabla 1. Matriz de relación diagnóstico

Objetivo	Variable	Indicador	Instrumento	Fuente	Público meta
Realizar un estudio del aspecto demográfico y socio cultural del cantón.	Aspectos geográficos Demográficos, socioculturales.	Ubicación. Clima. Habitantes y ocupación.	Investigación bibliográfica.	Secundaria.	GAD Otavalo, AME., INEC:
Identificar los tipos de apoyos existentes para el desarrollo de este tipo de emprendimientos.	Aspectos financieros.	Apoyo gubernamental y privado	Investigación bibliográficos	secundaria	GAD Otavalo. CFN.
Conocer el proceso de Obtención del registro sanitario	Aspectos normativos.	Requisitos	Investigación bibliográfica	Secundaria	Ministerio de salud pública.

Elaborado por: Marcelo Flores
Año: 2015

1.4. ASPECTOS GEOGRÁFICOS.

a) Ubicación.

La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49'' longitud oeste

0° 13' 43'' latitud norte

b) Extensión:

499,6 km² fuente www.ame.gob.ec.

c) Cuenta con una Población:

104.874 habitantes en el 2010 con proyección de crecimiento para el año 2015 de 117.425 habitantes, fuente www.ecuadorencifras.gob.ec

d) Limites:

Norte: Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra.

Sur: Cantón Quito (Pichincha)

Este: Ibarra y Cayambe (Pichincha)

Oeste: Quito y Cotacachi.

e) Clima:

La temperatura va de 0° a 25° y tiene un promedio de 14°.

f) Parroquias:

Urbana: El Jordán y San Luis.

Rurales: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Iluman, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre

g) Vialidad.

Otavalo cuenta con vías asfaltas que se conectan con las ciudades cercanas y con algunas de sus parroquias, en las zonas urbanas podemos encontrar vías asfaltadas gran parte de sus vías adoquinadas y en menor proporción vías empedradas y lastradas; en las zonas rurales podemos encontrar que es menor la cantidad de vías adoquinadas, y empedradas; gran proporción vías lastradas.

h) Infraestructura

- **Agua potable y alcantarillado.**

La ciudad de Otavalo cuenta con un sistema de agua potable y alcantarillado, suministrado por el municipio de Otavalo, alcanzando el 100% en el sector urbano, mientras

que en el sector rural el 92%, siendo las parroquias de Pataqui y Selva Alegre las que reciben agua entubada sin tener el debido proceso de potabilización, utilizando el método de cloración y para la eliminación de aguas servidas se utilizan pozos sépticos.

i) Electricidad.

El abastecimiento del servicio de energía eléctrica en la ciudad de Otavalo es suministrado por la Empresa Eléctrica Regional Norte S.A., dotando del servicio a todas las viviendas tanto en el sector rural como en urbano, el servicio es ininterrumpido y de buena calidad, siendo un servicio confiable.

1.5. Aspectos demográficos.

a) Habitantes

Según el censo de población realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEEC en el año 2010 la población de la ciudad de otavalo es de 104.874 habitantes, y tiene una proyección al 2015 de 117.425 a continuación se define por sexo y área la población de la ciudad de Otavalo.

Tabla 2. Población de la ciudad de Otavalo

SEXO	ÁREA		TOTAL	%
	URBANO	RURAL		
Hombres	18.917	31.528	50.444	48,10%
Mujeres	20.411	34.019	54.430	51,9%
Total	39.328	65.546	104.874	100%
%	37,50%	62,50%	100%	

Fuente: INEC Censo de población 2010

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2010

En la tabla número 3 se puede observar que los habitantes de la ciudad de Otavalo

Tabla 3. PEA de la ciudad de Otavalo.

POR RAMAS	52,30% PEA	TOTAL PEA
Industria Manufacturera	26,60%	14590
Agricultura, ganadería, y pesca	21,20%	11628
Comercio al por mayor y menor	17,20%	9434
Construcción	7,80%	4278
Enseñanza	5,60%	3072
Transporte y almacenamiento	4,30%	2359
Actividad de alojamiento y de servicio de comidas	3,20%	1755
Actividades de los hogares como empleadores	3,10%	1700
Administración pública y defensa.	2,90%	1591
Actividades de atención a la salud humana	1,80%	987
Otros	6,30%	3455
TOTAL	100%	54849

Fuente: INEC Censo de población 2010

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2010

La población Económicamente activa de la ciudad de Otavalo es del 52,30% del total de su población, que corresponde al 25,2 % de la provincia de Imbabura; en el cuadro podemos observar que el porcentaje de mayor relevancia está en los sectores de la industria manufacturera , agrícola ,ganadera y pesca, su significancia se debe a que los habitantes se dedican a la elaboración de prendas de vestir, artesanías, así como a la crianza de animales domésticos y el cultivo de plantas de ciclo corto, y en algunos sectores la cría de truchas.

Tabla 4. Población de la ciudad de Otavalo por edades.

Grupos de edad	Sexo		Total	%
	Hombres	Mujeres		
De 0 a 9 Años	12.656	13.655	26.311	25,1%
De 10 a 34 Años	20.873	22.525	43.394	41,4%
De 35 a 64 Años	12.871	13.887	26.758	25,5%
De 65 años a mas	4.002	4.319	8.321	7,9%

Fuente: INEC 2010 y CELAEP 2014.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

Como se puede observar en el cuadro anterior el porcentaje mayor radica en las personas de 10 años a 34 años de edad obteniendo una participación del 41,4 % del total de la población, para el presente estudio se considera una población mayor a diez años por lo que sería del 74,9% con una población de 78473 objeto de estudio.

1.6. FINANCIAMIENTO.

1.6.1 Instituciones Financieras Gubernamental.

El código de la producción respalda la creación de nuevas empresas, las cuales deben presentar un proyecto, mismo que debe obtener una calificación aceptable. El estado otorga incentivos para la implementación de nuevos emprendimientos, entre ellos la exoneración del impuesto a la renta por cinco años a empresas que fabriquen bienes y servicios importados como abonos, fertilizantes, electrodomésticos, detergentes, cosméticos, calzado, entre otros; también hay deducciones en impuesto a la renta a quienes hagan capacitaciones para investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

El gobierno ecuatoriano impulsa varios programas y créditos que permitan a los emprendedores iniciar negocios propios, entre los más destacados está el proyecto emprende Ecuador con financiamiento de hasta 60.000 dólares americanos, la Senami tiene el fondo Cacuyo que es para migrantes emprendedores que regresan a Ecuador.

El banco nacional de fomento (BFN) otorga financiamiento a empresas de los sectores de agricultura, forestal, pequeña industria y turismo; los montos van desde 420 hasta 300.000 dólares americanos.

El Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Cooperatividad impulsa desde 2010 el programa Emprende Ecuador, este proyecto también promueve la creación de nuevos negocios. En la primera fase se otorga asesoría profesional para la creación de un plan de negocios e investigación de mercado, una vez aprobada esta fase Emprende Ecuador da hasta 60.000 para ejecución del proyecto.

La Corporación Financiera Nacional (CFN) da prestamos desde los 50.000 USD., y financia el 70% de la inversión de un negocio nuevo, uno de los beneficios que se destaca es la tasa de interés que esta entre el 8% y 11% que ofrece la CFN.

El estado promueve el programa progresa, el cual es un fondo de garantías y activos fijos, da desde 50.000 USD financia hasta el 70% de proyectos nuevos y el 100% para proyectos en marcha, a una tasa de interés del 6,9 % con un periodo de gracia de 2 años hasta 15 años plazo, está encaminado a la producción, sustitución estratégica de importaciones y fomento a las exportaciones; es una herramienta financiera de acceso al crédito a pequeños empresarios, cuyo problema fundamental es la falta de garantías suficientes, (art. 65 del código de la producción), prioriza a los sectores elaboradores de cacao, café, pescado, maricultura, productos lácteos, derivados de petróleo, metalmecánicos, químicos y farmacéuticos, así como papel, cartón, plásticos a más de cauchos, conocimiento, tecnología, turismo y logística.

1.6.2 Apoyo municipal a las PIMES.

El Gobierno Municipal de Otavalo, es la institución ejecutora del proyecto, cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo y son los directos responsables de la implementación de la Ventanilla Única Empresarial VUE misma que es una propuesta para apoyar a los emprendedores, personas naturales que están interesadas en abrir nuevos negocios o regularizarlos; su utilización permitirá a la ciudad ser más competitiva. Esta ventanilla ayuda a disminuir los tiempos y costos en los trámites de legalización para crear una empresa al agilizar los procesos para la obtención de permisos de funcionamiento.

1.6.3 Instituciones Financieras Privadas.

Los tipos de financiamiento que ofrece la banca privada a un emprendedor son créditos de consumo con una tasa que va desde el 15% de interés. Explica Xavier Oviedo ingeniero comercial de la CFN., depende de las políticas internas de las instituciones financieras, con la desventaja que no brindan soporte técnico ni dan seguimiento al buen uso de los recursos, siendo únicamente su fin la colocación de la cartera de crédito, con réditos económicos, mas no la generación de empleo o la sustitución de bienes y servicios importados, siendo solo las instituciones financieras estatales las que se preocupan por el éxito que tenga un emprendedor en la implementación de su proyecto, sin embargo no deja de ser una buena opción para financiar un proyecto pues una de sus ventajas son los procesos de otorgamiento de crédito, los cuales son menos rígidos y con menores requisitos.

1.7. Registro sanitario.

El proceso regulatorio permite a las personas naturales o jurídicas manejar los asuntos de control sanitario en el ámbito de la producción y comercialización de productos sobre todo de consumo humano dentro del Ecuador, la obtención de registros sanitarios conlleva una serie de procesos que las personas naturales o jurídicas deben cumplir con relación a lugares, procesos, análisis, manipulación, y personas que se conjugan para la producción de bienes de consumo humano.

1.7.1 Normativa y procedimientos.

La normativa y procedimiento en Ecuador son bastante especializados y detallados en concordancia con los productos que se pretendan producir, avalar y finalmente comercializar.

1.7.2 Requisitos.

Según explica la Cámara de Industrias en su portal informativo, están obligadas a tramitar todas las personas naturales y jurídicas que lo requieran de los siguientes productos:

Medicamentos

Cosméticos

Productos higiénicos

Alimentos (productos nacionales y extranjeros)

Plaguicidas

Productos naturales (uso medicinal)

Dispositivos médicos

Reactivos bioquímicos

Toxicología

1.7.3 Requisitos para la obtención de registro sanitario

1.7.3.1 Solicitud (formulario específico)

El Interesado en obtener el Registro Sanitario de productos alimenticios deberá presentar una solicitud dirigida al Director o Directora del INH de la zona correspondiente (Norte-Quito, Central-Guayaquil, Austral-Cuenca}. Incluyendo la siguiente Información:

a) Datos del fabricante

Nombre o razón social del fabricante, detallando si es persona natural o jurídica. Número de cédula de ciudadanía, RUC. Dirección, especificando: Provincia, Ciudad, Parroquia, Sector, Calle, Teléfono, mail y fax.

b) Datos del solicitante

Nombre o razón social del solicitante, detallando si es persona natural o jurídica. Número de cédula de ciudadanía, RUC. Dirección, especificando: Provincia, Ciudad, Parroquia, Sector, Calle, Teléfono, mail y fax.

c) Descripción del producto:

1. Nombre completo del producto
2. Marca comercial
3. La Fórmula cualí-cuantitativa
4. Número o Código de Lote
5. Fecha de elaboración
6. Fecha de vencimiento

7. Tiempo máximo de consumo
8. Formas de presentación del producto
9. Contenido
10. Condiciones de conservación

1. Nombre completo del producto

Se especifica el nombre del producto que va a ser registrado.

2. Marca Comercial

Se especifica la marca con la cual se va a distribuir el producto. La marca comercial puede ser todo tipo de palabra o frase que se utilice para designar productos.

3. La Fórmula cuali-cuantitativa

Hace referencia al listado de los Ingredientes utilizados en la formulación de un alimento, Incluyendo aditivos.

Tabla 5. Ejemplo de fórmula cuali-cuantitativa

Leche entera	83.207%
Azúcar	12,48%
Durazno	4.16%
Estabilizante	0.099%
Saborizante natural de durazno	0.042%
Fermento lácteo	0.0033%
Colorante achiote	0.0017%

4. Número o código de lote

Se debe realizar una breve descripción del número o código de lote que el fabricante esté utilizando para Identificar su producción, el mismo debe diseñarse de acuerdo a los requerimientos de cada empresa.

Código de lote:

Modo alfa numérico, alfabético o numérico establecido por el Fabricante para Identificar el lote. (INEN, 2011)

Ejemplo Número de Lote:

Número de Lote **111401**; 11: número de mes (noviembre), 14: número de día 01, número de turno de trabajo

5. Fecha de elaboración

Es la fecha en la que el producto ha sido procesado para transformarlo en el producto descrito. (NTE INEN 1334-1: 2011).

La fecha debe ir en el siguiente orden: día, mes y año.

6. Fecha de vencimiento

Es la fecha en que se termina el periodo después del cual el producto almacenado en las condiciones indicadas, no tendrá probablemente los atributos de calidad que normalmente esperan los consumidores, después de esta fecha, no se debe comercializar el producto. Esta fecha es fijada por el fabricante a menos que se Indique algo diferente en la norma específica del producto. (Norma Técnica de Etiquetado Instituto Ecuatoriano de Normalización 1334-1: 2011). La fecha debe ir en el siguiente orden: día, mes y año.

7. Tiempo máximo de consumo

Este tiempo lo determina el laboratorio en donde se ha realizado el control de calidad del producto y corresponde al tiempo real de vida útil que tiene el mismo. Este tiempo se determina en base al análisis de los parámetros para realizar la ficha de estabilidad acelerada.

8. Formas de presentación del producto

En este punto se describe el envase del producto, esté puede ser:

Envase Interno: Es el envase que está en contacto directo con el alimento.

Envase externo: Puede ser una caja, cartón u otro recipiente en el cual se colocan los paquetes Individuales.

9. Contenido

Es la cantidad de producto, en masa (g.) o volumen (ml); sin considerar el peso del envase.

En caso de que sean productos con diferentes contenidos se debe describir en la misma solicitud cada contenido a registrar, en unidades del Sistema Internacional

10. Condiciones de Conservación

Indicar si el producto debe conservarse en refrigeración, congelación o al ambiente.

El modelo de solicitud se puede obtener personalmente dirigiéndose al Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez de las diferentes zonas, en la ventanilla de cobros o se puede encontrar en la página web del Ministerio de Salud Pública www.msp.gob.ec. En la solicitud se deberá incluir la firma del propietario o representante legal del establecimiento en donde se realiza la elaboración del producto y del responsable técnico (Químico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico, Ingeniero en Alimentos o Químico de Alimentos), con título registrado en el Ministerio de Salud Pública.

A la solicitud de Registro Sanitario, se deben adjuntar los siguientes documentos:

1.7.3.2 Certificado de control de calidad del producto

El certificado se obtiene luego de que se han analizado las muestras del producto del que se desea obtener el registro sanitario, y lo concede cualquier laboratorio público o privado de Control de Alimentos designado o acreditado por el Ministerio de Industrias y Productividad a través del Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), Incluidos los laboratorios de Control de Calidad del Instituto Nacional de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez". Este

documento debe contener la firma del responsable técnico del laboratorio en donde se analizaron las muestras.

Tabla 6. Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno nacional tiene proyectos de financiamiento a través de la CFN, Cacuyo Ecuador emprende, encaminados al cambio de la matriz productiva. • El estado apoya al financiamiento de proyectos a través de sus programas SENAMI y Emprende Ecuador • La población Otavaleña tiene una buena percepción en el uso de bebidas a base de plantas aromáticas. • Otavalo ofrece disponibilidad de mano de obra calificada. • El municipio Otavaleño apoya a los nuevos negocios con la “Ventanilla Única Empresarial” 	<ul style="list-style-type: none"> • Normas técnicas cada vez más estrictas, estándares de calidad y leyes fitosanitarias. • Existencia de competencia en el mercado de productos elaborados caseramente. • Existencia de una gama de productos hidratantes de todos los sabores que no son tan naturales. • Clima inestable que afecten los cultivos de plantas medicinales.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • La no existencia de una empresa de producción de bebidas a base de plantas medicinales en la ciudad de otavalo. • La población Otavaleña es amante de los deportes, como atletismo, futbol, el campeonato más conocido es el de Peguche que aglomera a gran cantidad de personas de la provincia. • Proyecto del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad con su programa (EMPRENDECUADOR.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecimiento de plagas que encarezcan la producción materia prima. • Aparición de productos sustitutos afectando la participación del de nuestra bebida en el mercado. • El desconocimiento del producto y de sus beneficios, • Elaboración de una bebida similar por la competencia. • Dependencia de maquinaria e insumos importados.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

1.8. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

Después de haber realizado un diagnóstico de la situación actual de la ciudad de Otavalo con relación a los aspectos demográficos, geográficos, sociocultural, disponibilidad de materia prima, tipo de financiamiento y desarrollo de la industria Otavaleña se obtiene como conclusión, que el cantón se ubica en un lugar estratégico, posee disponibilidad de materia prima, mano de obra calificada, y la falta de una empresa que se dedique a la elaboración de una bebida hidratante de forma natural y que aproveche la percepción de la gente en las bondades que ofrecen las plantas aromáticas; a más del apoyo de las instituciones financieras públicas, otorgando exoneración de impuestos, asesoramiento técnico, créditos económicos con el financiamiento desde el 70% hasta el 100% de la inversión inicial.

Por lo expuesto, es conveniente realizar el “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO.” Ya que existe gran oportunidad para su implementación con el apoyo técnico y financiero de instituciones públicas.

CAPÍTULO II

2.1. MARCO TEÓRICO

2.2. EMPRESA

Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios”. La creación de la empresa esta efectuada para la generación de empleos y contribuir en la economía de un país. (RINCÓN, Contabilidad Siglo XXI, 2009, pág. 6),

2.3. Microempresa

La empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se ponga en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base a los objetivos establecidos por una administración”. Se puede decir que la microempresa en un ente económico que ofrece servicios a pocas personas para desarrollar sus actividades. (RODRIGUEZ, Administración de Prqueñas y Medianas Empresas, 2010, pág. 88).

2.4. NORMATIVA AMBIENTAL

Los artículos que hacen referencia a la evaluación del impacto ambiental y control del medio ambiente en la Ley de Gestión Ambiental son los siguientes:

- **Art. 19** Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental.
- **Art. 20** Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgado por el Ministerio del ramo.

2.5. PROYECTO DE INVERSIÓN

Para un proyecto de Inversión el estudio de viabilidad debe determinar si es o no prudente intervenir recursos en tal idea emprendedora. En virtud de esto, un estudio de factibilidad correctamente concebido y ejecutado, podría concluir negativa o positivamente sobre montar una empresa (ELBAR Ramirez, 2010, pág. 45).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, un proyecto de inversión nos ayuda a tomar una decisión certera para la ejecución de un proyecto, de este estudio dependerá el éxito o fracaso del plan que se desea emprender. Al realizar un estudio adecuado, permitirá conocer la viabilidad para la creación del complejo turístico en el Cantón Cayambe.

2.6. ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado tiene finalidad de probar que existe un número suficiente de posibles cliente, que bajo ciertas condiciones presenten una demanda insatisfecha, la cual justifique la puesta en marcha de una producción encaminada a satisfacer esas necesidades sea con bienes o servicios, así mismo debe incluir formas específicas para llegar hasta ellos.

El estudio de mercado, coopera para que un proyecto se ejecute, mediante este estudio podemos determinar la existencia de los demandantes y oferentes de un mismo producto y/o servicio o a su vez de algún sustituto (BLANCO, 2009, pág. 45).

2.7. Mercado Meta

Grupo de personas u organizaciones para el que una organización diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing creada para satisfacer sus necesidades y que da como resultado intercambios mutuamente satisfactorios". En el mercado interactúan los ofertantes y demandantes, mismos que adquieren u ofertan un producto o servicio a precio que esté de acuerdo a la competencia. (LAMB & McDaniel, 2011, pág. 276).

2.8. Segmentación de Mercado

Dividir un mercado en grupos de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados”. Por medio de la segmentación de mercado, las empresas conocen a quien dirigir su producto o servicio, que coinciden con las necesidades del cliente y que logran su penetración en el mercado de manera eficaz y eficiente.(KLOTTLER & ARMSTRONG, 2013, pág. 164).

Cantidad de bienes, servicios, activos o factores que desean ser adquiridos por un individuo o conjunto de individuos a un determinado precio”. En conclusión, la demanda es conocer las necesidades del cliente al que deseamos satisfacer, en este aspecto se debe tomar en cuenta los precios de los productos sustitutos, el ingreso y egreso de los consumidores.(PALMA, 2010, pág. 53) ,

Es el volumen del bien que los productores colocan en el mercado para ser vendidos. Depende directamente de la relación precio/costo, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, ya que cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado. (ORTEGA, 2010, pág. 99),

La oferta consiste en ofrecer un producto o servicio, para que el análisis de la oferta sea eficaz, es necesario realizar un estudio del costo de producción, el nivel tecnológico, la marca, el precio del servicio y a la competencia.

2.9. Competencia

La competencia constituye un grupo de organizadores que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados.

La competencia es un factor fundamental que se debe analizar, en cualquier proyecto o empresa que se desee implementar en una determinada zona de influencia. (BENJAMIN & FINCOWSKY, 2009, pág. 140).

2.10. Marketing

El marketing es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Así mismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la meta del consumidor un producto, marca, etc., buscando ser la opción principal y llegar al usuario final.

Una buena planificación de estrategias de marketing en una empresa, genera conocimientos del producto o servicio que ofrecerá al mercado meta, como también al resto mercado que tenga la misma necesidad. (KLOTTER, 2008, pág. 25).

2.11. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que hará de tener la planta productiva.

Los conocimientos técnicos para ejecutar el proyecto son importantes, ya que de esta manera se determinara la tecnología necesaria, espacios físicos, equipo y maquinaria a utilizar, en función de las necesidades de la empresa. (BACA G. , 2008, pág. 102)

2.12. Macro- localización

Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”. Tiene aspectos de localización a nivel regional y nacional del área de influencia del proyecto, que permita identificar claramente quienes estén interesados del proyecto. (CÓRDOVA, 2011, pág. 119).

2.13. Micro-localización

Cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”. El micro-localización del proyecto consiste en determinar el área específica en el que se localizará y operará un proyecto. Se debe diseñar un plano en donde se identifique el sitio del proyecto, para

conocimiento de quienes apoyen el proyecto en las distintas actividades a ejecutarse. (CÓRDOVA, 2011, pág. 121).

2.14. Distribución de planta

“La 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 bienestar para los trabajadores”. Al referirse a la distribución física de infraestructura del proyecto, se garantizará la calidad del ambiente laboral, diseño del producto en un departamento amplio y confortable además, la capacidad de cada sección de la planta, así los turistas disfrutaran del complejo turístico (BACA G. , 2008, pág. 104).

2.15. Capacidad instalada

Corresponde el nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente”. Al momento de realizar el estudio técnico se debe tener en cuenta la capacidad que tendrá la empresa para ofrecer un producto o servicio (CÓRDOVA, 2011, pág. 108).

2.16. ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS

2.16.1. Contabilidad

Es un lenguaje que permite explicar los flujos económicos, financieros, sociales y físicos de una organización a través de instrumentos como el sistema de información contable”. La contabilidad es una herramienta fundamental para toda organización, que sirve para tener una imagen clara de las actividades económicas que realiza la empresa, además de tener una información confiable para la toma de decisiones (RINCÓN, Contabilidad Siglo XXI, 2009, pág. 43).

2.16.2. Inversiones Fijas

Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y

otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que estos ocasionen problemas a sus actividades productivas.

Al referirse a inversiones fijas estamos hablando a todos los activos fijos tangibles que la empresa u organización puede tener como por ejemplo: edificios, terrenos, equipo de cómputo, muebles y enseres, vehículos (BACA URBINA, 2010, pág. 143).

2.16.3. Inversiones Diferidas

Inversión diferida se entiende por activo intangible o diferido al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para el funcionamiento, y que incluye: patentes de inversión, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como agua, luz, teléfono, internet y servicios notariales), estudios que tienden a mejorar en el presente o en el futuro funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal, dentro y fuera de la empresa, etc.

La inversión diferida que dispone la empresa son acciones que son intangibles, por ejemplo, obligaciones tributarias, intereses, gastos administrativos, capacitación al personal, etc., estas inversiones sirven para que la empresa tenga un buen funcionamiento y pueda cumplir con sus procesos (BACA URBINA, 2010, pág. 143).

2.16.4. Estados Financieros

Los estados financieros son resúmenes de la información contable que reflejan la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tienen con los movimientos operacionales y económicos de ésta.

A través de los estados financieros, los directivos de una empresa conocen como esta financieramente la empresa, en base a este análisis toman una decisión. (RINCÓN, Contabilidad Siglo XXI, 2009, pág. 286).

2.16.5. Estado de Situación Inicial

Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el Activo, Pasivo y Patrimonio de la misma. Con esta se procede a la apertura de los libros”. Al Iniciar una actividad económica, el directivo debe realizar un estado de situación inicial para cuales son los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa (BRAVO Valdivieso, 2007, pág. 47).

2.16.6. Estado de Resultados

El estado de resultado es el informe financiero que presenta los ingresos obtenidos y los gastos y costos incurridos por la empresa, para reflejar en último, la rentabilidad de esta en las actividades desarrolladas”. Este estado financiero registra los ingresos y egresos de las operaciones realizadas en la empresa (RINCÓN, Contabilidad Siglo XXI, 2009, pág. 290).

2.16.7. Estado de Flujo de Efectivo

Es el estado financiero básico que presenta la información relacionada con los recaudos y desembolsos en efectivo que se derivan de las actividades de operación, inversión y financiación, llevadas a cabo por el ente contable durante un periodo”. Representa la liquidez presente y futura de la empresa (RINCÓN, Contabilidad Siglo XXI, 2009, pág. 293).

2.16.8. Capital de Trabajo

Está representado por capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”. Se refiere al financiamiento que requiera para ejecutar el proyecto, se determina las diferentes fuentes de financiamiento, en este caso para la ejecución del proyecto la principal fuente de financiamiento será la Corporación Financiera Nacional (BACA URBINA, 2010, pág. 145).

2.17. INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.17.1. Valor Actual Neto

Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto -ingresos menos egresos- considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente; o bien, es el valor monetario que resulta de resaltar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (ORTEGA, 2010, pág. 243).

El VAN determina el nivel de rentabilidad, después de haber descontado la inversión inicial.

2.17.2. Tasa Interno de Retorno

Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio”. Este indicador permite conocer el porcentaje de rentabilidad que tendrá el proyecto (ORTEGA, 2010, pág. 242),

2.17.3. Punto de Equilibrio

Una técnica muy útil para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”. En conclusión el punto de equilibrio determina el volumen de ventas para igualar los ingresos con los costos totales (BACA URBINA, 2010, pág. 148).

2.17.4. Costo Beneficio

El análisis costo-beneficio es una forma de valorar las ventajas y desventajas de adoptar una decisión entre diferentes alternativas”. Permite determinar en términos numéricos si el proyecto será beneficioso o no, en base a esto tomar una decisión (ORTEGA, 2010, pág. 225).

2.17.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivo futuros que generará el proyecto”. Ayuda

a conocer el tiempo en que el proyecto recuperará la inversión realizada (BACA U. G., 2013, pág. 212).

2.18. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

2.18.1. Planificación Estratégica

La planeación es la selección de objetivos o metas por alcanzar, definiendo las acciones necesarias para lograrlas, tomando decisiones por anticipado, eligiendo los cursos futuros de acción”. Es fundamental que en todas las empresas sin importar su tamaño cuente con una planificación estratégica ya que involucra a todos los colaboradores, desde, el operario hasta el nivel ejecutivo para llevar a cabo actividades definidas que logre el mismo fin (HERNANDEZ & RODRÍGUEZ, 2012, pág. 179).

2.19. Misión

Para nosotros, es una declaración escrita en la que se concreta la razón de ser o propósito de una organización: “Ser la empresa que globalmente, mejor entiende y satisface las necesidades de productos, servicios y autorrealización de la mujeres”, para Avon o “Ayudar a la gente a crear su propio futuro...un futuro cierto”, para Keyport Life Insurance Company, “Ser, en el ámbito deportivo, el fiel reflejo de los valores que llenan de orgullo a la sociedad guipozcoana”, para la Real Sociedad, S.A.D. (SAINZ DE VICUÑA, 2012, pág. 140).

2.20. Visión

La visión de una empresa u organización es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica (“*que un hombre ponga sus pies en la luna*”) que deseamos para la empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización (“*un ordenador en cada despacho y en cada hogar*”, para Microsoft) (SAINZ DE VICUÑA, 2012, pág. 141).

La visión en una empresa es primordial, por lo que indica a dónde quiere llegar en los cinco años posteriores, en su actividad económica.

2.21. Cultura corporativa

La cultura corporativa ha sido definida de diferentes maneras, incorporando aspectos como la filosofía empresarial, los valores dominantes en la organización, el ambiente o clima empresarial, las normas que rigen los grupos de trabajo en la empresa, las reglas de juego, las tradiciones y los comportamientos organizativos (SAINZ DE VICUÑA, 2012, pág. 141).

En una organización se debe implantar al momento de funcionamiento, una cultura empresarial, en donde todos los colaboradores generen un ambiente laboral satisfactorio.

2.22. Valores corporativos

Los valores son los ideales y principios colectivos que guían las reflexiones y las actuaciones de un individuo (por ejemplo, la lealtad a la propia familia), o un grupo de individuos (la solidaridad, en el grupo MCC, o el principio darwiniano de que sobrevivan los mejores, en la sociedad norteamericana). Son los ejes de conducta de la empresa y están íntimamente relacionados con los propósitos de la misma (SAINZ DE VICUÑA, 2012, pág. 142).

Los valores corporativos difundidos a todos los colaboradores de la empresa, contribuirán al buen desempeño laboral.

2.23. Plan Estratégico

Al hablar de plan estratégico de la empresa, nos referimos al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado “hoy” (es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica o, con su equipo de dirección), en referencia en lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders). (SAINZ DE VICUÑA, 2012, pág. 29).

De acuerdo a lo anterior, es importante que la alta dirección tome la decisión de realizar un plan estratégico ya que aporta con beneficios competitivos para la empresa, al desarrollar este plan se

coordinara de mejor manera las actividades de cada departamento, la empresa estará preparada para los cambios que se presenten, que los recursos proporcionados se administren de manera eficiente.

2.24. Estructura Organizacional

La organización de la estructura de una empresa se define como la acción técnica que permite dividir las funciones de las mismas por áreas, departamentos, puestos y niveles jerárquicos, definiendo la autoridad y responsabilidad de cada uno de ellos, así como las líneas de comunicación formal que faciliten la coordinación y la cooperación de los equipos de trabajo, a fin de alcanzar los objetivos y la estrategia.

La estructura de una empresa es primordial ya que permite la distribución de cada departamento, con sus respectivos jefes y personal de apoyo; de esta manera tener una imagen de cómo está estructurada la empresa, la persona que diseña en organigrama es el gerente (HERNANDEZ & RODRÍGUEZ, 2012, pág. 221).

2.25. Organigramas

Los organigramas son las representaciones gráficas de la estructura de la autoridad lineal funcional de una empresa, expresan los niveles jerárquicos o gerenciales, la división departamental y las unidades, en términos de puestos, con sus denominaciones o nomenclatura correspondientes a las funciones realizadas. También se señalan los tipos de autoridad que cada puesto tiene y los flujos de la comunicación formal.

Para tener una visión gráfica de los departamentos existentes en la empresa, los administrativos elaboran un organigrama estructural, definiendo las unidades de apoyo (HERNANDEZ & RODRÍGUEZ, 2012, pág. 221).

CAPITULO III

3.1. Estudio de mercado

3.1.1. Presentación

Actualmente nuestro país impulsa el desarrollo de varios proyectos de producción de productos que puedan sustituir importaciones, y para ello apoya a emprendedores que presenten proyectos viables, mismos que se califican y si aprueban son apoyados con asesoría técnica y con el financiamiento económico a través de sus programas como Ecuador emprende, todo ello enmarcado en el cambio de la matriz productiva, impulsado por el vicepresidente de la republica Jorge Glas.

De la misma manera la gran diversidad de plantas aromáticas y medicinales existentes en la provincia de Imbabura y en la ciudad de Otavalo se debe aprovechar estas plantas de diferentes maneras, en el presente estudio es la elaboración de una bebida hidratante que calme la sed de forma natural para ello se utiliza la manzanilla el cedrón y el toronjil; plantas aromáticas que se utilizaran como materia prima.

Según datos del instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC., indica que la proyección de la población Otavaleña para el año 2015 es de 117.425 habitantes de los cuales el 74,90% son mayores a diez años 87.951 habitantes, con un crecimiento anual de aproximadamente 2% .

Entonces el presente estudio de mercado pretende conocer cuál será el mercado meta de la bebida hidratante a crearse, tomando en cuenta las referencias antes mencionadas, de esta manera formular estrategias de mercadeo para que los consumidores de bebidas conozcan y degusten de nuestro producto, se hidraten, calmen su sed con una bebida natural y amigable con su salud.

Además, la investigación se enfoca en recopilar y analizar la información sobre el servicio a ofrecer, el precio y los competidores que ayuden a sustentar la proyección de la oferta y demanda, mediante esto, tomar una decisión certera sobre el proyecto a ejecutarse.

Finalmente el estudio de mercado es la base para llevar a cabo la ejecución de los siguientes estudios: Técnico, Financiero – Económico y el Administrativo de es te modo, dar por terminado la vialidad del proyecto.

3.2. Objetivo general del estudio de mercado.

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, demanda potencial a satisfacer, así coma la comercialización del producto que se pretende elaborar en la ciudad de Otavalo.

3.2.1. Objetivos específicos

- a) Analizar la demanda de las bebidas en la ciudad de Otavalo.
- b) Establecer la oferta de los productos en la ciudad de Otavalo.
- c) Determinar estrategias de marketing para introducir el producto en el mercado Otavaleño.

3.3. MATRIZ VARIABLE DE MERCADO

Tabla 7. Matriz variable de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS
Analizar la demanda de la bebida hidratante en la ciudad de Otavalo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> * Segmentación de Mercado * Clientes Potenciales * Gustos y Preferencias * Frecuencias de consumo * Precios 	<ul style="list-style-type: none"> * Secundaria * Secundaria * Primaria * Primaria * Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> * Bibliográfica * Bibliográfica * Encuesta * Encuesta * Encuesta
.Establecer la oferta de los productos en la ciudad de Otavalo	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> * Competencia * Precios * Servicios Ofertados * Capacidad Instalada * Servicios Sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> * Secundaria * Primaria * Primaria * Primaria * Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> * Bibliográfica * Encuesta * Encuesta * Encuesta * Bibliográfica
Determinar estrategias de marketing para el producto que va a ser introducido en el mercado Otavaleño.	Marketing Mix	<ul style="list-style-type: none"> * Servicio * Precio * Comercialización * Publicidad * Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> * Secundaria * Secundaria * Secundaria * Secundaria * Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> * Encuesta * Encuesta * Encuesta * Encuesta * Encuestas

Elaborado por: Marcelo Flores.

Año: 2015

3.4. SEGMENTO DE MERCADO

Para determinar quiénes serán nuestros potenciales clientes se realizó una segmentación de mercado, de esta manera se pudo conocer exactamente los requerimientos de cada nicho de mercado, considerando la segmentación geográfica, demográfica y psicográfica; es importante realizar un análisis de cada segmento porque se obtiene mayor conocimiento de las características que tienen los consumidores de bebidas hidratantes.

El segmento de mercado que está considerado en el presente proyecto, son las personas de diez años en adelante, por ser quienes adquieren estos productos de acuerdo a su gusto y preferencia

A continuación, se presenta un cuadro de la población global por edades en donde podemos encontrar la población mayor a diez años los cuales, son el segmento de mercado que se analizará, estos son consumidores que prefieren consumir una bebida hidratante sana que quite la sed y tenga un sabor agradable al paladar, además de ser amigable con su salud por ser un producto natural.

En el caso del estudio, el mercado global está enfocado en la ciudad de Otavalo de acuerdo a datos del INEC, la proyección de la población para el año 2015 de Otavalo es de 117.425 de habitantes el cual significa el 100%, de lo cual se restará el 22% que corresponde a los menores de 10 años de edad, dándonos un tamaño de la población de 91592 habitantes.

3.4.1. Población de la ciudad de Otavalo por edades.

Tabla 8. Población de la ciudad de Otavalo.

Grupos de edad	Sexo		Total	%
	Hombres	Mujeres		
De 0 a 9 Años	12.656	13.655	26.311	25,1%
De 10 a 34 Años	20.873	22.525	43.394	41,4%
De 35 a 64 Años	12.871	13.887	26.758	25,5%
De 65 años a mas	4.002	4.319	8.321	7,9%

Fuente: INEC 2010 y CELAEP 2014.

Elaborado por: Marcelo Flores

3.4.2. Identificación del mercado meta

Para determinar la población meta se tiene como referencia la proyección de la población mayor a diez años en el año 2015 de la ciudad de Otavalo datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

Tabla 9. Población mayor a diez años.

AÑO	SEGMENTO	POBLACION	PORCENTAJE
2015	Ciudad de Otavalo	87.951	74,90%
	TOTAL	87.951	74,90%

Fuente: Investigación INEC 2010.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

3.4.3. Tamaño de la Muestra

En la determinación de la muestra de los consumidores de bebidas hidratantes, quienes serán los potenciales clientes, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{\varepsilon^2(N - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

Tabla 10. Cálculo de la Muestra

Variable	Valor	Cálculo
N	22.662	$n = \frac{87.951 * 1,96^2 * 0,25^2}{0,05^2(87.951 - 1) + 1,96^2 * 0,25^2}$
Z	1,96	
σ^2	0,25	
ε	5%	
N	377	$n = \frac{21117.0351}{220.1151}$ <p>n = 377 habitantes</p>

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2014

3.4.4. Determinación de la demanda del mercado Otavaleño.

La demanda de mercado para un producto es el volumen total que compraría un grupo de clientes, en un período de tiempo determinado y un área geográfica definida

Tabla 11. Frecuencia de compra de bebidas

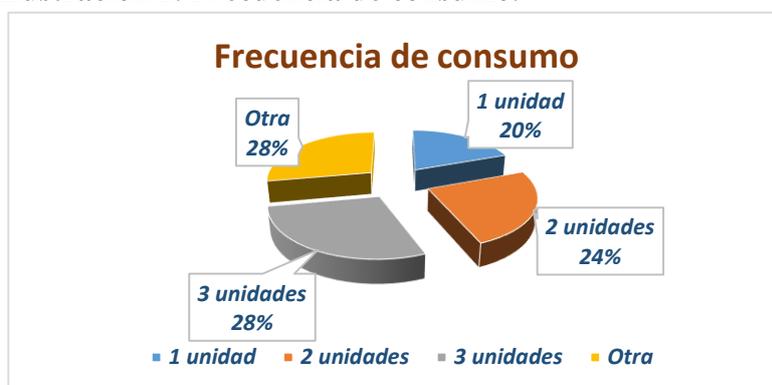
Frecuencia	unidad	%
1 unidad	78	20%
2 unidades	98	25%
3 unidades	114	29%
Otra	112	26%
TOTAL	392	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo

Año: 2015 Gráfico N. 1

Ilustración 1. Frecuencia de consumo.



Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Análisis:

Los participantes que han participado de la encuesta se han manifestado de una forma casi igualitaria en la frecuencia de consumo de las bebidas hidratantes.

Tabla 12. Aceptación del producto

Frecuencia	unidades	%
Si compraría	20	5%
No compraría	372	95%

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Ilustración 2. Aceptación del producto.

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Análisis:

Como podemos observar la predisposición que la gente tiene para adquirir el producto es alta, dándole un gran potencial a la demanda que puede tener la bebida en el mercado meta.

Análisis de la demanda de la bebida hidratante en la ciudad de Otavalo.

Para la determinación de la demanda de la bebida hidratante objeto de estudio del presente proyecto, se sustenta en base al estudio de Mercado, realizando encuestas dirigidas a los habitantes de la ciudad de Otavalo, arrojando resultados tales como: aceptación del **95%** de los habitantes mayores de 10 años dispuestos a consumir **2** botellas diarias de nuestra bebida hidratante. Las proyecciones de la demanda y la oferta se calcularon a los **5 años** consiguientes al año base, con el propósito de conocer cuál será la cantidad demandada y la capacidad de la empresa que debe ofrecer al mercado.

Como se mencionó anteriormente, el 95% de los encuestados está dispuesto a consumir la bebida con sabor a plantas medicinales, esto quiere decir que a las 90.300 personas mayores de 10 años restamos el 5% de habitantes que no consumirían, resultando 85.785 potenciales clientes.

También es importante mencionar que los 85.785 potenciales clientes, tienen una frecuencia de consumo por día de 2 unidades. Para efectos e cálculo de la proyección de crecimiento de la población se toma los datos proyectados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos tomados de la página www.ecuadorencifras.gob.ec.

Tabla 13. Proyección de la demanda

Años	Consumo por persona unid/ml	población (mayor a 10 años)	Demanda proyectado
2015	2	90.300	180.600
2016	2	91.606	183.211
2017	2	92.901	185.803
2018	2	94.188	188.376
2019	2	95.464	190.927
2020	2	96.729	193.457

*Fuente: Investigación INEC 2010.
Elaborado: por: Marcelo Flores
Año: 2015*

Ilustración 3. Proyección de la demanda.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

3.5. Análisis de la oferta de bebidas hidratantes

Los factores que inciden en la oferta pueden ser: El precio del bien, precio de otros bienes, costo de producción, riesgo empresario, tecnología y disposiciones del gobierno.

3.5.1. Análisis de la competencia

Tiene como objetivo es conocer cuál es nuestra competencia, tanto directa como indirecta, para el estudio del presente proyecto tendremos competencia indirecta, por no existir en el mercado productos con sabor a plantas aromáticas. Serán objeto de análisis las características de los productos, los precios, la publicidad, las canales de distribución, sus puntos de venta.

Competencia directa

Se realizó una investigación en los distintos supermercados, tiendas, centros naturistas, despensas y farmacias de la ciudad de Otavalo, para averiguar si existen aguas con sabor a plantas aromáticas y que se expendan embotelladas, encontrándose únicamente un competidor directo pero en la ciudad de Ibarra, el cual se detalla a continuación.

Empresa: Alicaracol cía. Ltda.

Marca: Bina Natural

Producto: Agua Aromática embotellada

Sabor: Manzanilla, cedrón, hierba luisa y toronjil

Cantidad: Medio litro (500ml)

Precio: 0,75 centavos de dólar

Envase: Plástico no retornable

Publicidad: No tiene publicidad.

Lugar de distribución: Esta bebida no se encuentran en tiendas, supermercados ni centros naturistas. Únicamente se las puede obtener en las farmacias Fybeca.

Competencia indirecta

El presente producto tiene como competencia indirecta a las bebidas naturales que no tengan gran cantidad de colorantes y/o preservan téis tales como: Empresa Serrasa S.A, The coca cola company, Compañía Zhumir, Gatorade, entre otros.

Productos sustitutos

Los productos sustitutos son bienes o servicios diferentes al nuestro, pero que satisfacen la misma necesidad. Los sectores que ofrecen los productos sustitutos, si bien no son un competidor directo de nuestro producto, bajo ciertas circunstancias pueden provocar que el cliente deje de consumir nuestra bebida que se oferta en el mercado y comience a consumir los productos sustitutos.

Entre los productos sustitutivos tenemos: Aguas sin gas como: Vivant, Dasani, Tesalia, etc.; Agua mineral con gas: Guitig; Tés embotellados como: Nestlé; Bebidas Hidratantes como: Gatorade, powarade, entre otros.

3.5.2. Oferta del producto

De acuerdo a las investigaciones realizadas, se obtuvo un solo competidor directo, pero que es extremadamente débil en el mercado, ya que la mayor parte de la población desconoce su existencia.

Para determinar la oferta, se ha utilizado los datos arrojados de las encuestas, por no existe información exacta en las instituciones públicas y privadas, acerca de la oferta de bebidas naturales con sabor a plantas aromáticas. Se ha tomado en cuenta el porcentaje de personas que indican consumir bebidas medicinales de manera industrializada, similares a nuestro producto, teniendo como porcentaje un 25% del total de encuestados, siendo esta la oferta conocida de acuerdo al público y la proyección de crecimiento serán los datos tomados para el cálculo de la demanda.

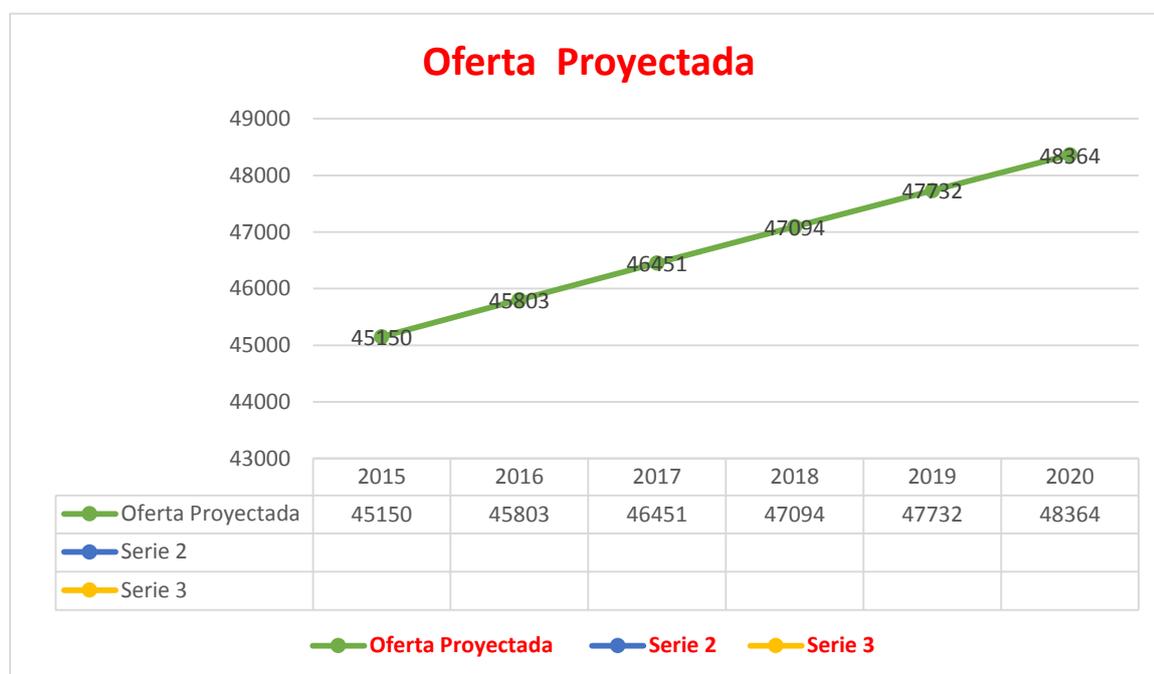
Tabla 14. Proyección de la oferta

Años	Población de Otavalo (25% habitantes)	Promedio de consumo	de Oferta proyectada
2015	22575	2	45150
2016	22901	2	45803
2017	23225	2	46451
2018	23547	2	47094
2019	23866	2	47732
2020	24182	2	48364

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Ilustración 4. Proyección de la Oferta

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Proyección de la demanda insatisfecha

La relación de la demanda insatisfecha es la diferencia que existe entre la demanda y la oferta, al restar la demanda y la oferta proyectada desde el año 2015 hasta el año 2020 nos da como resultado una demanda insatisfecha positiva.

En el siguiente cuadro podemos observar que la demanda insatisfecha es alta, permitiendo el ingreso al mercado de nuevas empresas productoras de bebidas, de la misma manera ayudará a fortalecer la viabilidad de nuestro proyecto y avizorar un crecimiento en los años futuros, de esta forma lograr una adecuada expansión en el incremento en la capacidad de producción.

Tabla 15. Proyección de la demanda

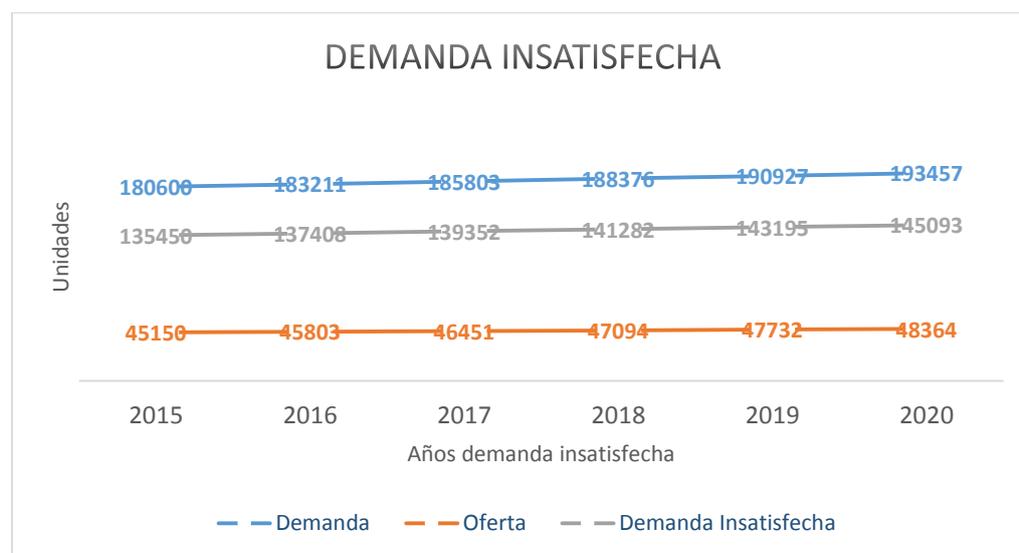
Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2015	180600	45150	135450
2016	183211	45803	137408
2017	185803	46451	139352
2018	188376	47094	141282
2019	190927	47732	143195
2020	193457	48364	145093

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Ilustración 5. Demanda insatisfecha proyectada



Fuente: Encuestas

Elaborado: La autora

3.6. Análisis de los precios

Lo más importante es dar a conocer a los futuros consumidores, son las ventajas y cualidades de una bebida natural con sabor a plantas medicinales, es decir, que adquieran el producto por lo natural y la calidad que posee, siendo éstas ventajas competitivas claras de nuestra marca.

Para poder definir cuál sería el precio de nuestro producto, fue necesario averiguar con los intermediarios cuáles son sus enfoques acerca de la determinación de los precios y sus ganancias. Para esto, se consiguió información con minoristas y mayoristas sobre los precios que están pagando actualmente por los productos que competirán con el nuestro tanto de manera directa como indirecta.

Tabla 16. Precios de la competencia directa

Producto	Precio de venta al detallista	Precio de venta al público	Margen de utilidad %
Bina Aromática	0,68	0,75	0,10
Energizantes Toni	0,64	0,85	0,33
Vivant Sabores	0,42	0,50	0,19
Dasani	0,34	0,40	0,18
V220	0,85	1,00	0,18
Tesalia Sport	0,82	1,00	0,22
Gatorade	1,04	1,25	0,20
Limonada	0,38	0,45	0,18
Fuze te	0,55	0,65	0,18
Te Nestea	0,61	0,70	0,15
Tampico	0,52	0,60	0,15
Agua de horchata	0,7	0,80	0,14
PROMEDIOS DE PRECIO Y DE UTILIDAD		8,95	2,21
		12,00	12
		0,75	0,18

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

El promedio de incremento por parte de los detallistas es de un 18% por los productos que ofrece en el mercado, mientras que el precio promedio de venta al público de aguas naturales y de las bebidas hidratantes y naturales es de 0,75 centavos de dólar, por lo tanto, podemos considerar como precio de referencia el precio promedio de venta de las bebidas hidratantes y naturales como precio de nuestro producto, ya que estas poseen cierta similitud bebida, pero debemos considerar que el precio de nuestro producto dependerá también de los costos y gastos., que la empresa incurra para la producción de la bebida, tomando siempre en cuenta el valor agregado que posee B-M.

3.7. Mercado y ventajas competitivas

3.7.1.Producto

El producto que se va a elaborar es una bebida con sabor a plantas aromáticas, el cual va a tener algunas características que van a ser posteriormente una ventaja competitiva dentro del mercado, entre estas tenemos:

- Es una bebida elaborada con productos naturales, sin colorantes o saborizantes artificiales.
- Hidrata y refresca de forma natural.
- Tiene olor y sabor consistente y es agradable al paladar.
- Tiene propiedades curativas protege o mantiene la salud de los consumidores.
- Es curativa para dolencias estomacales, inflamaciones, mareos y se puede consumir sin ninguna preocupación con medicamentos.

3.7.2.Distribución

El objetivo principal de la distribución es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, de manera que estimule su compra, con un coste razonable.

Tipos de canales de distribución

- **DIRECTO:** Producto  Consumidor Final.
- **DETALLISTA:** Productor  Detallista  Consumidor Final
- **MAYORISTA:** Productor  Mayorista  Detallista  Consumidor Final

3.8. Distribución del producto

Al llegar a este punto, se asume que se tiene en claro el tamaño de nuestro segmento de mercado, los gustos y preferencias de nuestros futuros consumidores y los lugares donde ellos consumen productos similares al nuestro, la distribución de nuestro producto permitirá llegar a la mayor cantidad de minoristas de la ciudad de Otavalo.

Estos lugares pueden ser, tiendas de barrio, farmacias, supermercados, etc. ofreciendo cantidades suficientes de nuestro producto, es importante mantener los estantes de los distribuidores llenos de nuestro producto para el alcance inmediato de los consumidores finales y finalmente, tener todos los papeles que sean necesarios para poder ingresar y negociar con grandes empresas como por ejemplo, Supermaxi, en donde es requisito tener: cuenta corriente, Copia de RUC, Copias de facturas, Registro Sanitario, Patente, listado de normas de calidad.

Para el cumplimiento de la distribución será necesario contar con el apoyo de empresas dedicadas a la distribución de productos como: Prodispro, Dispronsrt, entre otros, los cuales realizarán las entregas de manera organizada, especialmente a los minoristas que se encuentran dispersos en la ciudad Otavalo, otra estrategia de venta directa que tendrá B-M, es mediante ventas por pedidos telefónicos, por correo electrónico mediante nuestra página Web y también se centra a la posibilidad de los equipos de vendedores puerta a puerta.

3.9. Conclusiones del estudio mercado

- Existe una buena aceptación del producto por los habitantes de la ciudad de Otavalo, teniendo una demanda insatisfecha para el año 2015 de 135.450 unidades.
- El costo de nuestro producto está fijado en base al costo de producción con relación al precio de la competencia (0,75 USD).
- La comercialización del producto se lo realizara en tiendas micro-mercados y supermercados.
- Para la distribución del producto es necesario realizar alianzas con empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, por ser quienes tienen una mejor organización en la distribución territorial en el cantón.
- La penetración de la bebida hidratante en el mercado debe ser agresiva con el propósito que nuestro segmento de mercado conozca las bondades del producto.
- Las oportunidades de crecimiento de nuestra empresa, son altas, debido a que en la ciudad de otavalo no existe una empresa productora de bebidas a base de plantas aromáticas.

CAPÍTULO IV

4.1. Estudio técnico

En el presente capítulo analizaremos la ubicación óptima del proyecto, la maquinaria que se requiere para poner en marcha la producción de la bebida hidratante, así como la infraestructura que se requiere para la correcta operación y producción; factores que serán determinantes para optimizar tiempo y recursos destinados a la inversión del proyecto.

4.1.1. Localización óptima de la planta.

Para la determinación óptima de la localización del proyecto existen muchos factores que intervienen, para tomar una decisión acertada de la mejor ubicación de la planta industrial analizaremos los siguientes aspectos.

Transporte.- es importante que nuestro proyecto se encuentre en un lugar que tenga vías en buen estado, que la distancia de los proveedores y lugar a distribuir no sea muy larga, además de transportarse en vehículos en buen estado, con el fin de evitar percances, sea por averías mecánicas o accidentes de tránsito, todo estos aspectos son importante ya que se transportara el personal que laborara en la empresa, los proveedores, distribuidores y las materias primas que hay que considerar que se producirá un producto de consumo humano.

Mano de obra.-Para nuestra empresa, dispondremos de 2 operadores potenciales, los mismos que se encargarán de la producción de la bebida medicinal con sabor a plantas medicinales. Por otra parte tendremos un supervisor “gerente” encargado de verificar que todo esté en orden y de acuerdo a las normas tanto de calidad como de las buenas prácticas de manufactura; y, se encargará de las pruebas y análisis tanto de la materia prima como de la bebida ya elaborada.

Todos los empleados deben estar debidamente calificados para su cargo, por lo que se exigirá títulos de tercer nivel para los puestos administrativos y conocimientos básicos a los

obreros. De igual forma, una vez que formen parte de la empresa, tendrán cursos y talleres referentes al cargo que desempeñen en la empresa.

Infraestructura: Se refiere a que se debe ver la existencia de: energía eléctrica, suministro de agua, combustibles, vías de comunicación como, teléfonos, correos, carreteras, internet, etc.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde un nivel nacional o regional (macro localización), hasta la identificación de una zona urbana o rural (micro localización), para al final determinar el sitio ideal para la planta industrial.

4.1.1.1. Macrolocalización.

El presente proyecto se localizara en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura- Ecuador, una provincia con grandes y hermosos lugares turísticos, además de una variedad de productos agrícolas y muy rica en cultura, también tiene una economía creciente y para muchos la ciudad más comercial de la provincia de Imbabura.

Ilustración 6. Macro localización



4.1.2. Micro localización

Para este análisis se ha utilizado el método de puntuación, debido a que es un método de fácil aplicación y el más usado para esta toma de decisión, además se ha realizado una lista de los puntos críticos para determinar el mejor lugar para ubicar el proyecto; posteriormente se le asignará un puntaje de acuerdo a la incidencia de cada variable en la ubicación de sitio en referencia y la mejor puntuación será de uno y la menor será de cero siendo el total la máxima nota igual a diez y la menor será cero

Una vez realizada la calificación se realizará el cálculo con la finalidad de comparar los resultados de cada sitio en referencia con el indicador, finalmente se sumarán las ponderaciones de cada lugar y el que más se acerque a diez será la mejor ubicación para la ubicación del proyecto.

Análisis de micro localización

Tabla 17. Matriz de elección

Factor de Ubicación	Ponderación	Iluman Calif.	San Luis Calif.	El Jordán Calif.	Peguche Calif.
Cercanía a la MP	1	,40	,70	,20	,60
Cercanía al mercado	1	,10	10	10	,10
Costo del terreno	1	,80	,30	,20	,70
Disponibilidad de MO	1	,50	,70	,60	,50
Disponibilidad de comunicación	1	,30	,80	,80	,50
Disponibilidad de servicios básicos	1	,80	10	10	,80
Problemas ambientales	1	,80	,60	,60	,80
Facilidad de distribución	1	,40	,80	,80	,50
Servicio de transporte público	1	,30	,90	,80	,60
Vías de acceso en buen estado	1	,30	,80	,70	,60
Total	10	4,70	7,60	6,70	5,70

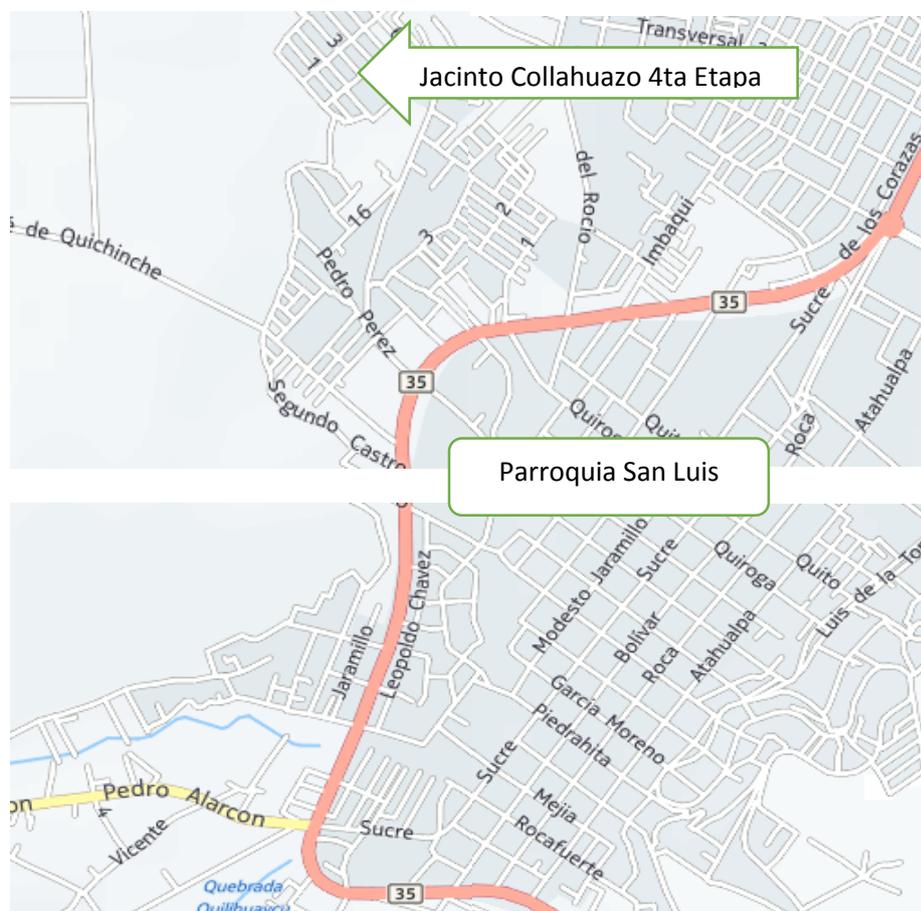
Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

En los resultados obtenidos del análisis de la localización por el método de puntuación, la localización más óptima para la planta de producción es la parroquia de San Luis, ciudadela Jacinto Collahuazo cuarta etapa, está ubicada a 2 minutos de la panamericana norte, tiene una vía de primer orden que conecta con el cantón de Cotacachi, y a la parroquia de Selva Alegre, esta a su vez se une con el cantón Quininde y por ende a la costa Ecuatoriana, haciendo de este sitio el más favorable para la instalación de la planta de producción.

Ilustración 7. Parroquia San Luis de Otavalo.



Fuente www.google/maps
Año 2015

Factores determinantes para la Macrolocalización

Cercanía al mercado.

El bien inmueble se encuentra a dos minutos del mercado 24 de mayo, donde convergen todo tipo de productos y donde se concentran gran parte de la población Otavaleña, siendo una buena oportunidad de venta de nuestro producto por la cercanía que se encuentra a 2 minutos en vehículo y 10 minutos a pie.

Cercanía a las fuentes de aprovisionamiento.

Debido a que las plantas están ubicada en la ciudad de Otavalo Urbano, el acceso a materia prima y demás insumos es sencillo. Para adquirir las plantas medicinales, se seleccionará fuentes de abastecimiento cercanas a la industria. En el caso de nuestra planta, nuestro proveedor se encuentra en el sector de Gualsaqui, a 15 minutos de la planta de producción.

Clima.

El clima en este sector es templado, lo que favorece tanto al proceso productivo como a la comodidad de los trabajadores de la empresa.

Energía.

La energía eléctrica es permanente en esta zona con un servicio de distribución en media tensión (13,8 KV) trifásico y a 360 voltios en baja tención) por lo que favorece sea que se requiera en el futuro la colocación de un transformador propio con el fin de disminuir la posibilidad de corte de energía por daños en las líneas de baja tensión e incluso garantizar el nivel de voltaje constante, es decir sin variación en la frecuencia y así alargar la vida útil de la maquinaria.

Instalaciones de la comunidad.

En este sector se encuentra cerca una industria, por lo que los moradores están acostumbrados al movimiento de gente y transporte. Sin embargo, la empresa procurará evitar algún tipo de contaminación de ruido, que pueda molestar a la gente. También es importante mencionar que se cuenta con seguridad policial, guardias de seguridad, escuelas, centros de recreación, tiendas de víveres de primera necesidad, entre otros.

4.1.3. Ingeniería del proyecto**Disposición de planta**

La disposición de planta, “es el ordenamiento físico de los factores de producción, en el cual cada uno de ellos está ubicado de tal modo que las operaciones sean seguras, satisfactorias y económicas en el logro de sus objetivos.

Principios básicos para la disposición de la planta.

Integración del conjunto: Se refiere a que la planta debe tener una adecuada coordinación tanto del personal como de los materiales, maquinaria y actividades auxiliares que presente la organización para su adecuado funcionamiento.

Mínima distancia recorrida: La distancia que debe recorrer entre operaciones la materia prima y demás elementos para la elaboración del producto debe ser la más corta posible, con el propósito de evitar algún tipo de contaminación de la misma.

Circulación o flujo de materiales: Las áreas de trabajo deben estar dispuestas de la mejor manera, de tal modo que, cada proceso para la elaboración del producto esté en el mismo orden o secuencia en que se transforma la bebida.

Satisfacción y seguridad: Es importante establecer condiciones que aseguren la seguridad de todos los trabajadores que conforman Hierbas Sanas S.A, del mismo modo, es necesario satisfacer sus necesidades para que se sientan bien y trabajen en un ambiente confiable y satisfactorio.

Flexibilidad: La disposición de la planta podrá ser ajustada o reordenada.

4.1.4. Distribución de la planta.

Es el proceso de ordenación física de los elementos industriales de modo que constituyan un sistema productivo capaz de alcanzar los objetivos fijados de la forma más adecuada y eficiente posible. Esta distribución incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento de los materiales, almacenamiento, trabajadores indirectos y todas las otras actividades o servicios, como el equipo de trabajo y los operadores.

4.1.4.1. Cálculo del área total de la planta.

Una vez que se han determinado los equipos, maquinaria, mano de obra y el proceso de producción, es indispensable calcular el tamaño físico de las áreas que dispondrá la empresa. Para iniciar este proyecto, se procederá a construir en un terreno con una superficie de 600 m². La planta industrial tendrá dos pisos, tanto para el área de proceso de producción y para la parte administrativa.

En el primer piso se tendrá:

Bodega de recepción y materia prima: En esta área se encontrarán materias primas como las plantas medicinales y el benzoato de sodio, los mismos que se ubicarán en forma ordenada en una estantería de hierro y el total de la superficie para esta bodega es de 25m²

Parqueadero para la descarga de materia prima y carga de productos terminados: Se encuentra ubicado cerca de las bodegas de materia prima y productos terminados. Este parqueadero tiene una superficie de 20m².

Bodega de productos terminados: Se consideró la cantidad total de producción de bebidas hidratantes con sabor a plantas medicinales y su superficie es de 25m².

Área de producción: Se tomó en consideración el tamaño de los equipos, maquinarias y herramientas que se necesitan para el proceso productivo de la bebida hidratante, por lo que se determinó que se necesitará una superficie de 98m².

Baños: Los baños del área de producción estarán divididos en dos partes: una para las mujeres y otra para los hombres, teniendo una superficie de 4m² cada uno.

Vestidores: De igual forma estará dividido para hombres y mujeres, en esta parte los trabajadores se pondrán su ropa de trabajo y dejarán en sus canceles sus objetos personales como: carteras, mochilas, relojes, aretes, anillos, entre otros. Esta área tendrá una superficie de 8m² cada uno.

Batas: En esta área se encontrarán las batas o mandiles para cada trabajador, se las ubica en un lugar diferente a los vestidores ya que en éstos se pueden contaminar de alguna manera. Tiene una superficie de 8m².

Lavabos: Se ubicará unos lavabos grandes antes de entrar al área de producción, una vez que los empleados se han vestido de acuerdo a las normas establecidas tendrán la obligación de lavarse las manos antes de entrar a trabajar. Esta área tiene una superficie de 8m².

En el exterior del primer piso tendremos otras áreas tales como:

Bodega de herramientas y material de limpieza: En este lugar se podrán guardar las herramientas para el mantenimiento de la maquinaria y equipos, al igual que los productos y materiales de limpieza de la empresa. La superficie es de 6m².

Comedor: Espacio suficiente para que los trabajadores puedan calentar y comer su almuerzo. La superficie de esta área es de 20m².

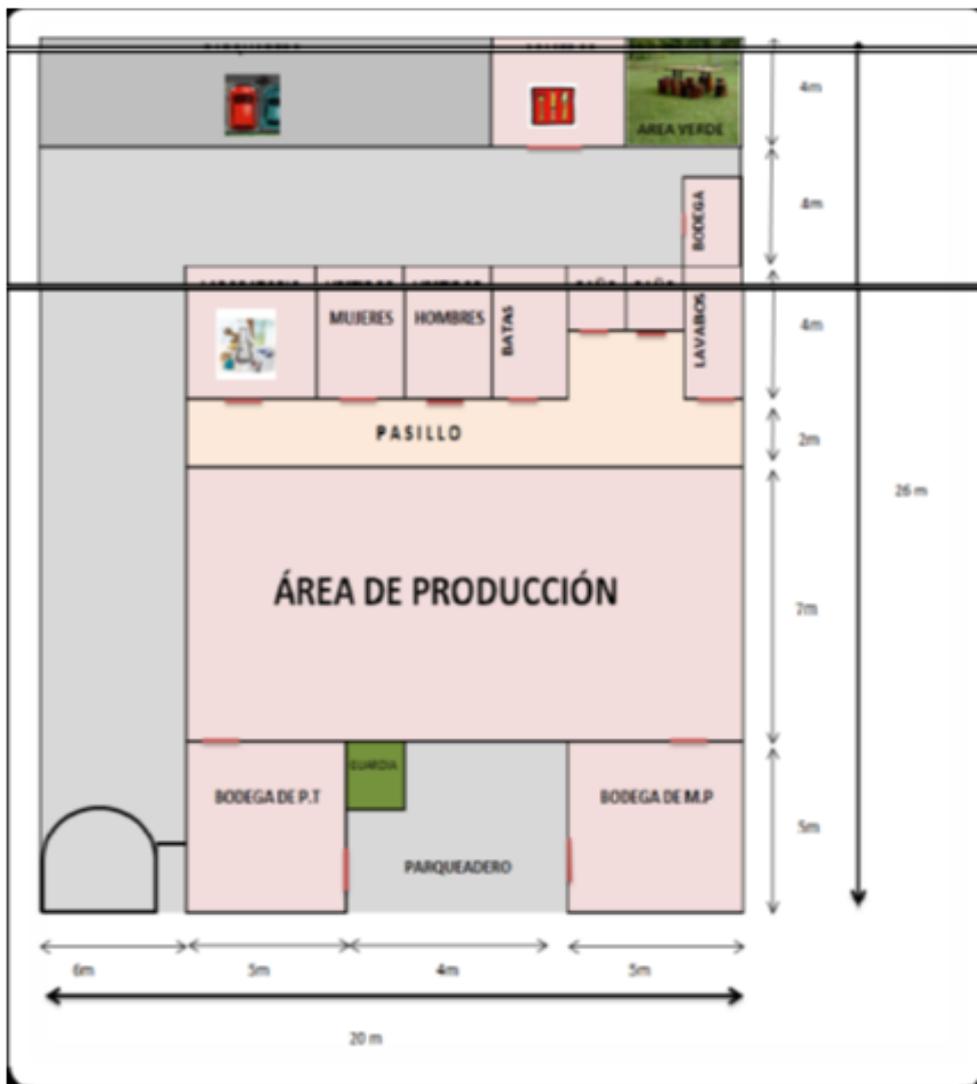
Parqueaderos: Es un parqueadero privado para los trabajadores de la empresa, el cual contará con una superficie de 44m².

4.1.4.2. Diagrama de la planta

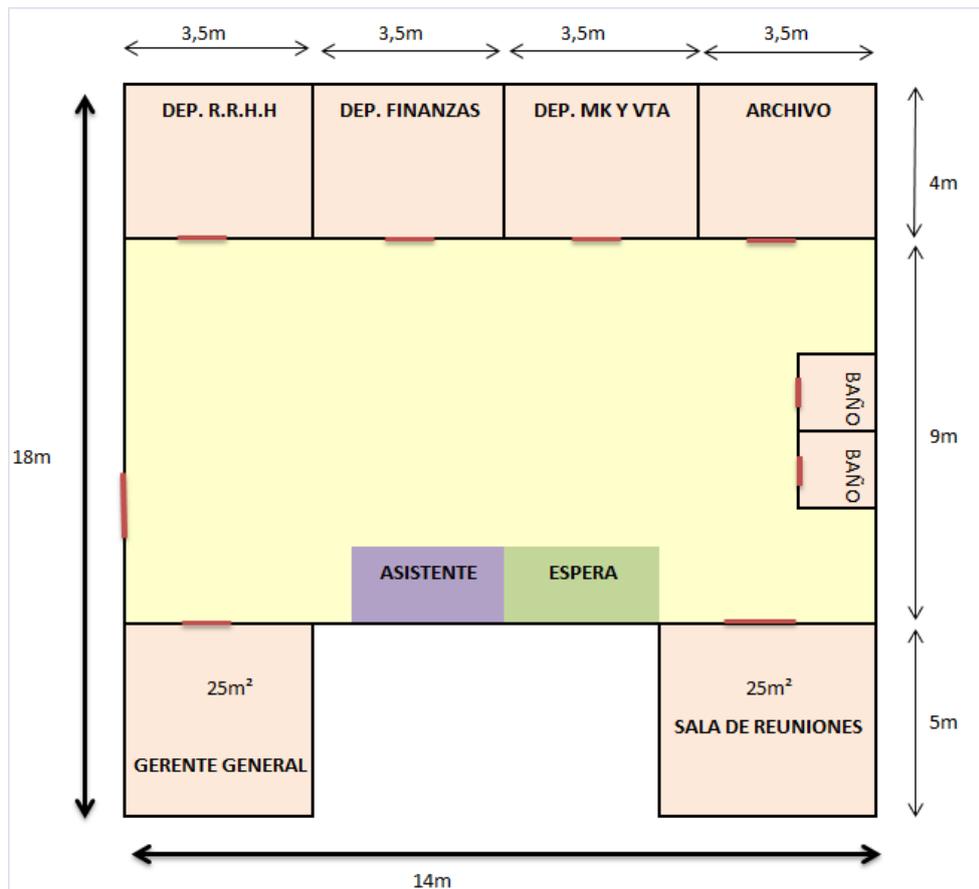
El diagrama de la planta se dividirá en dos partes, una la del primer piso y la otra la del segundo piso.

Ilustración 8. DISEÑO DE LA PLANTA DE ELABORACIÓN DE JHONA S.A.

Planta baja y exteriores



Planta Alta.



4.1.4.3. Normas para la distribución de las instalaciones

Para la distribución de las instalaciones de la planta, se seguirán las normas establecidas en el reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados, Decreto Ejecutivo 3253 que entró en vigencia el 4 de noviembre del 2002, que señala:

El establecimiento donde se va a fabricar las bebidas medicinales, deberá estar diseñado y construido en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, por lo que es fundamental reducir el riesgo de contaminación o que a su defecto sea mínimo.

De igual manera, el diseño y la distribución de las áreas deben permitir un adecuado mantenimiento, limpieza y desinfección de los equipos, materiales, pisos y paredes, con el propósito de minimizar la contaminación.

La localización: El área de producción donde se elabora, envasa y etiqueta el producto debe estar protegido de focos de insalubridad que pueda representar un riesgo de contaminación.

Diseño y construcción: Debe ser sólida y se debe estudiar detenidamente que disponga de espacio suficiente para su instalación, operación y mantenimiento de la maquinaria y equipo, tales como: la filtradora, la pasteurizadora, el enjuagador, la envasadora, entre otros. Estos equipos se deben distribuir de manera que permita un adecuado movimiento de los empleados y el traslado de los materiales y producto terminado.

Distribución de las aéreas: La distribución del proceso de producción debe seguir un flujo hacia adelante, es decir, empezar por la recepción de materia prima hasta el despacho del producto terminado, con el fin de evitar confusiones y contaminaciones.

Pisos, paredes, techos y drenajes: Los pisos, paredes y techos deben estar contruidos de forma en que se puedan limpiar fácilmente. Los drenajes del piso deben estar protegidos con un sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos. Las uniones entre la pared y el piso deben ser cóncavas para su fácil limpieza.

4.2. Presupuesto técnico

4.2.1. Terreno

Para el presente proyecto se cuenta con un área de terreno aproximadamente de 600 m², tiene un avalúo de 17.000,00 USD. Dando un costo por metro cuadrado de 28,33 USD. Siendo un determinante para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 18. Terreno.

Concepto	Unidad de medida m2	Costo en USD
Terreno	600	17.000,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.6. Infraestructura – edificación

El área de producción es la razón de ser de la empresa por lo que se ha considerado la funcionalidad, distribución secuencial por áreas y su operatividad, con el fin de que se optimice el espacio físico de forma óptima.

4.2.2. Infraestructura

Tabla 19. Edificación.

Tipo de construcción	área	Costo unitario m2	Costo total m2
Contra-piso y cerámica	50	80	4000
Bodega MP	48	235	11280
bodega PT	48	235	11280
Baños	20	235	4700
Laboratorio	32	235	7520
Bodegas	25	235	5875
Vestidor	10	235	2350
Comedor	20	235	4700
Gerencia	36	235	8460
sala de reuniones	24	235	5640
Baños	20	235	4700
Departamento MK y Ventas	30	235	7050
TOTAL COSTO			65805
INFRAESTRUCTURA			

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.3. Maquinaria y Equipo

Tabla 20. Maquinaria y Equipo

Área	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina Envasadora	1	15000	15000
Tanque plástico de 1000 litros	1	400	400
Cocina de 4 quemadores industrial	1	160	160
Bomba eléctrica de 1HP	1	367	367
Tanque cubo plástico de 500 litros	1	220	220
Total costos de Maquinaria y Equipo			16147

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.4. Materiales y suministros de producción

Tabla 21. Materiales y Suministros de producción

Área	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tanque de gas industrial de kg	3	100	300
Olla de aluminio de 100 litros	2	80	160
Olla de aluminio de 50ml	2	50	100
Válvula de gas industrial	2	7	14
Manguera de caucho para gas 1/4	10	0,45	4,5
Manguera de lona de 3/4	20	0,95	19
Abrazadera de manguera 3/4	20	0,38	7,6
Llaves de paso 3/4	6	18	108
Remo de plástica	1	16	16
Tela tipo paño para filtrar agua	4	1,2	4,8
Tapas para envase de plástico	20000	0,06	1200
Cinta de embalaje de plástico	20	2,4	48
Balanza de 10kg	1	27	27
Total Costo Área de Producción			2008,9

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.5. Materiales y Enceres

Tabla 22. Materiales y enceres

Área Producción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estanterías de hierro de 4 divisiones	5	120	600
Mesa de madera de 1,20mx 0,60cm	3	45	135
Sillas metálicas con asiento de corosil	6	76	456
Banco de dos gradas de 35cm de ancho x 50cm de alto	2	25	50
Loockers "canceles" de 2x180	4	250	1000
Sillón giratorio tipo gerente reclinable	2	260	520
Escritorio con cajones	2	340	680
Mesa redonda	1	140	140
Archivador de 1,60 de ancho por 2,00 cm de alto y 0,40 de fondo	3	145	435
Total Costo Materiales y Suministros			4016

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.6. Equipo de computación

Tabla 23. Equipo de computación

Área Administrativa	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	3	600	1800
impresora Epson L355	2	250	500
Total Equipo de computo			2300

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.7. Suministros de Oficina

Tabla 24. Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor anual
Lápiz	10	0,23	2,3
Resma de papel Bond A4 75gr.	5	4,5	22,5
Bolígrafos big	10	0,3	3
Marcador de tiza liquida	5	2,5	12,5
Corrector liquido en bolígrafo	5	1,8	9
Borrador de queso	5	0,25	1,25
Caja de clips	5	0,8	4
Caja de grapas 26/6 x 5000u	3	1	3
Archivador oficio lomo 8	5	2,35	11,75
Carpeta de cartón s/v	5	0,25	1,25
Total costos de suministros de oficina			70,55

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.8. Requerimientos de materia Prima

Tabla 25. Requerimiento de Matera Prima

Detalle	unidades	Cant. L y g	Total kg y l anual	Costo Unit.	Costo Anual
Manzanilla	61.950	2g	123,90	2,5	309,75
Cedrón kg	55.755	2g	111,51	2,5	278,77
Toronjil	21.682,5	2g	43,36	2,5	108,41
Agua litros	154.875	500ml	77437,50	0,05	3871,87
Benzoato de sodio	154.875	2mg	309,75	11	3407,25
Total Costos de MP					7976,06

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.9. Requerimiento de Talento Humano

Tabla 26. Requerimiento de talento humano

Cargo	Can.	RMU	IESS 22,5%	13°	14°	Total mensual	Total anual
Operarios	2	354	79,65	29,50	29,5	985,3	11824
Gerente-Contador	1	650	146,25	54,17	29,5	879,9167	10559
Vendedor	1	400	90	33,33	29,5	552,8333	6634
Bodeguero	1	400	90	33,33	29,5	552,8333	6634
Total	9	1804	405,9	150,33	118	2970,883	35651

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.2.10. Capital de trabajo e inversión diferida.

Tabla 27. Inversión a diferir

Descripción	Cantidad
Estudio de factibilidad e ingeniería	400
Asesoría Legal	600
Gastos Pre operativos	800
Total	1800

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

4.3. Descripción del Producto.

Los envases a utilizarse para la bebida es de plástico y contendrá 500ml, su diseño es estándar, es decir un solo modelo para todas las presentaciones que se van a producir; a continuación se presenta el modelo del envase.

Ilustración 9. Embace del producto.

Fuente: http://static.freepik.com/foto-gratis/botellas-de-plastico_72854.jpg

Año 2015

Rotulado.- los rotulados van desde una simple etiqueta hasta gráficos complejos que forman parte importante de la presentación del producto, el cual servirá para dar a conocer de forma fácil y atractiva la bebida, de igual forma debe responder a inquietudes de los potenciales consumidores como por ejemplo: ¿Quién lo elabora?, propiedades del producto, ¿dónde lo elaboran?, formas de uso, entre otras.

Además se debe tomar en cuenta los requisitos que la norma INEN establece para el etiquetado para los productos de consumo humano de acuerdo al reglamento técnico Ecuatoriano RTE INEN 022:2008, modificatoria y su aprobación el 29 de agosto 2014, de acuerdo a además para realizar el rotulado se debe tomar en cuenta los requisitos que esta institución gubernamental pide en su norma de rotulado 1334-2 2014 en donde señala como obligatorio lo que detallaremos en el cuadro siguiente con el fin de ilustrar de forma más comprensible.

Tabla 28. Requerimientos para el rotulado.

REQUERIMIENTO	NUESTRO PRODUCTO
Nombre del alimento o bebida	B-M
Marca comercial	BEBIDAS JHONA S.A
Lista de ingredientes	Agua, hojas medicinales “cedrón, manzanilla, toronjil” y benzoato de sodio.” Preservan te”
Contenido neto	500ml
Identificación del fabricante	Empresa BEBIDAS JHONA S.A
Ciudad y país de origen	Otavalo –Ecuador
Identificación del lote	La fecha de elaboración sin guion
Fecha máxima de consumo	30 días
Fecha de elaboración	Cuando se elaboró la bebida
Condiciones de conservación	Mantenga en refrigeración, o a temperatura ambiente y una vez abierto consumir en menos de 24 horas
Número de registro sanitario	Asignado por el ministerio de salud
Información nutricional	
Observaciones y sugerencias	Dirección exacta y teléfonos de atención al cliente de la empresa
Gráfico de contenido de componentes y concentraciones permitidas	Semáforo de contenido en azúcar, grasa, sal “Alto en, Medio en, Bajo en”.

Fuente: INEN, norma de rotulado 1334-2: 2014 Año: 2015

Ilustración 10. ROTULADO DE B-M



4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Tecnología

Dentro del proyecto se contemplan máquinas y equipos que se utilizara en la elaboración comercialización y distribución de la bebida, además su producción será elaborada en cadena, utilizando la maquinaria específica para cada fase y con una ubicación óptima para no permitir el contacto de la bebida con algún agente contaminante.

En la promoción del producto la empresa contara con acceso a internet para un mejor desarrollo y calidad del servicio para con los clientes, para ello se desarrollara una página web, donde los clientes podrán contar con información de la empresa de sus productos que se ofertan

con sus características y beneficios, además de interactuar con la empresa dejando sugerencias, comentarios e incluso realizar pedidos en línea.

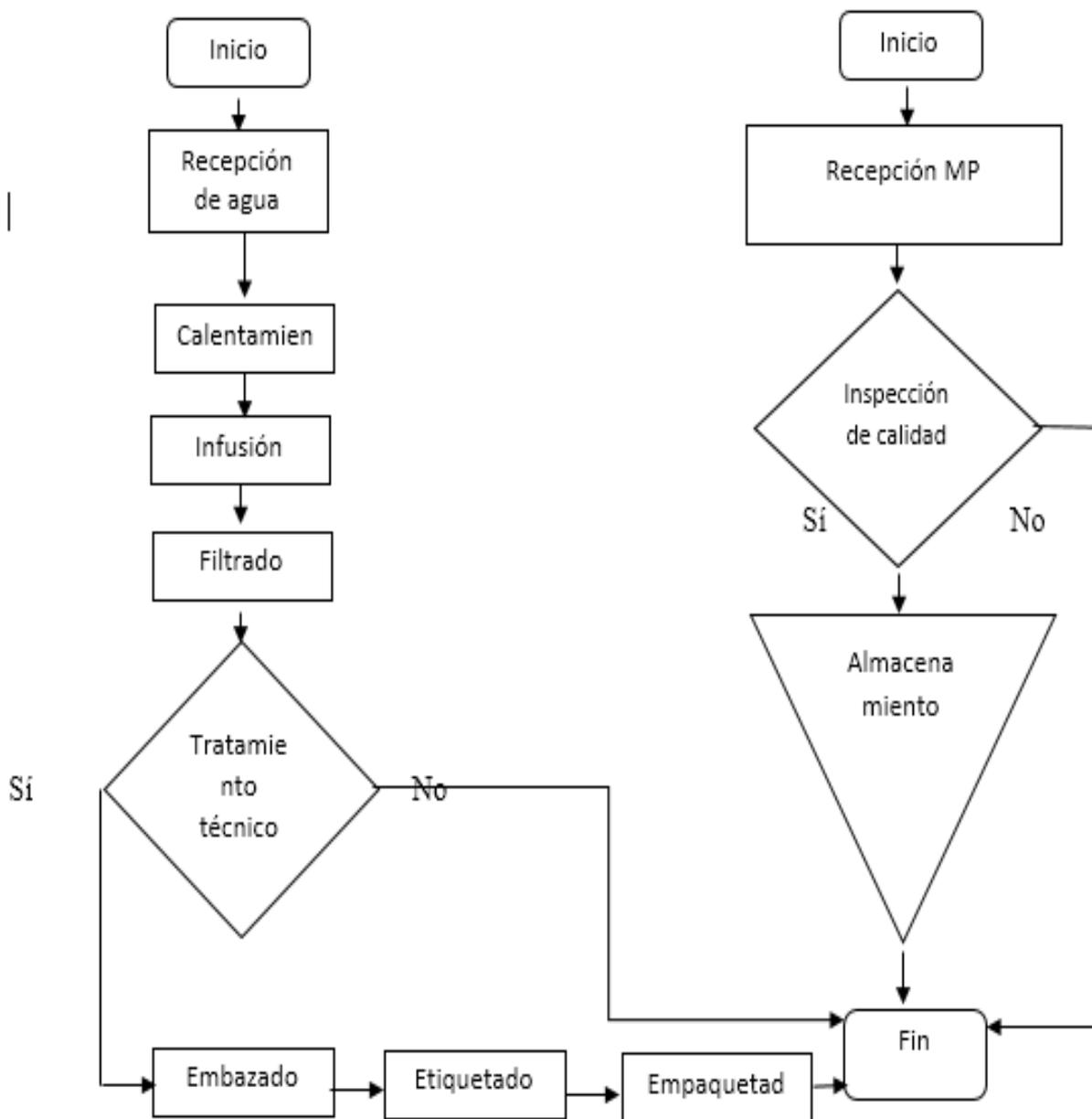
En cuanto al costo de adquisición de la maquinaria que se requiere para la elaboración del producto, se realizaran cotizaciones para determinar las más óptimas en cuanto a calidad y costo, para lo que se contactara con empresas o ingenieros especializados en la construcción del tipo de maquinaria que se requiere para el proceso de producción, y se dará preferencia a maquinaria elaborada en el país debido a que se debe apoyar a la producción nacional y a la vez reducir costos al momento de importar

4.4.2. Proceso de producción.

4.4.2.1. DIAGRAMA DE FLUJO

En el presente diagrama se utiliza simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas en el proceso de elaboración de la bebida.

Ilustración 11. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO



PROCESO PRODUCTIVO.

Recepción de agua potable.

En el presente proceso se recibe de agua potable, suministrada por la empresa pública de agua potable de Otavalo, suministro que será filtrada por cartuchos y filtros de carbón activo, mismo que sirve para multitud de aplicaciones industriales, de fácil instalación en cisternas, eliminan cloro y compuestos clorados, reducción de pesticidas y todo tipo de insecticidas, compuestos orgánicos así como eliminación de olores y sabores extraños del agua, siendo estos los mejores en procesos industriales.



Calentamiento.

Una vez purificada el agua potable, se inicia con el proceso de calentamiento en un caldero de acero inoxidable de 200 ml, a través de una cocina industrial a gas, hasta llegar a ebullición <http://www.hidritec.com/hidritec/filtros>.

Infusión.

En este proceso se coloca las plantas aromáticas, al momento que el agua se encuentra en ebullición por un periodo de tiempo de tres minutos, para iniciar con el enfriamiento de forma natural por 15 minutos, previo el siguiente proceso.

Filtrado.

Se procede a filtrar el agua aromática en un recipiente de plástico de 500 ml, a través de una tela de algodón grueso, esto permite eliminar principales impurezas sólidas del agua.

La tela debe ser lavada antes de usarse, esto mejorara significativamente la calidad del agua; el filtrado se lo realizara de forma manual.

Tratamiento técnico.

Una vez que el agua aromática se encuentra libre de impurezas, se procede a realizar el tiramiento técnico, mismo que consta en mezclar el benzoato de sodio, la estevia, en el agua aromática, para lo cual es necesario remover el agua en círculos por 5 minutos consiguiendo disolver de forma total hasta obtener el líquido en condiciones aceptables de calidad previo su embazado.

Es necesario verificar que el producto sea de calidad antes de su embazado, para ello se verificara si la bebida tiene la dulzura apropiada, este libre de impurezas, y sin bacterias, esto será a través de una muestra a la que se aplicara una prueba visual y bajo el microscopio, misma que determinara si el producto puede o no seguir con el siguiente proceso.

Embazado.

Para este proceso se utiliza la envasadora, misma que dosifica el líquido, dependiendo de la cantidad que se desea embazar en las botellas de plástico reciclable.

Etiquetado.

El etiquetado se lo realiza en la maquina envasadora, proceso que está a la par del embazado, con una etiqueta de plástico prediseñada y sellada con un pegamento liquido de secado inmediato, donde consta todos los datos exigidos por las normas técnicas de etiquetado.

Empaquetado.

Estarán empaquetados por una lámina de plástico, donde contendrán 12 unidades de la misma cantidad de mili litros.

Almacenamiento.

Una vez que se cuente con los paquetes de 12 unidades, pasaran al cuarto de almacenamiento, donde serán registradas en cantidad de paquetes, número de lote y a la fecha de elaboración, esto permitirá actualizar el inventario de productos terminados y disponibles para la venta.

PROCESO MATERIA PRIMA.**Recepción de plantas aromáticas.**

En este proceso de recepción de la materia prima como: El cedrón el toronjil y la manzanilla, estarán deshidratadas, con la finalidad preservar de forma natural por más tiempo, serán registradas por peso, por proveedor y por fecha de ingreso, esto permitirá identificar al mejor proveedor y optimizar la MP., a más de registrar en el Kardex.

Inspección de calidad.

Previo a la utilización de la materia prima en el proceso de producción se deberá realizar una inspección de calidad minuciosa, donde se desechara todas las malezas, hojas en mal estado y cualquier tipo de anomalía que se detecte.

Almacenamiento.

El almacenamiento será en gavetas plásticas y ordenadas en estantería, registradas de acuerdo a su fecha de ingreso, con el propósito de utilizar la MP de forma eficiente. Deberá estar en un ambiente seco.

Al finalizar el proceso de la elaboración del producto, es necesario realizar la debida limpieza tanto del equipo como de los tencillos utilizados en la producción, y almacenamiento, de igual forma es fundamental desinfectar el área que intervienen en el las diferentes etapas de elaboración de la bebida, con el fin de evitar que se infecten los implementos y puedan

contaminar el producto a expender; e de allí lo importante de realizar una limpieza global de forma eficiente y con los útiles de aseo y los necesarios para este proceso de desinfección. Lo que contribuye a garantizar la calidad en la elaboración y almacenamiento del producto

Para el proceso de limpieza y aseo se aplicaran especificaciones técnicas y procedimientos específicos, dependiendo del tipo de utilidad y de su participación en el proceso de producción, como por ejemplo la limpieza de maquinaria, limpieza de utensilios de cocina, y del área que se utiliza en la elaboración de la bebida, además el adecuado manejo de productos de desinfección verificando que sean aptos para la limpieza de los equipos de elaboración de bebidas consumidas por seres humanos; adicionalmente se empleara el uso de agua caliente o fría en la desinfección dependiendo de la necesidad y del utensilio a desinfectar, para obtener buenos resultados.

CAPÍTULO V

5.1. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realizará unos análisis minuciosos de las inversiones requeridas para la puesta en marcha del proyecto; así como los ingresos y egresos, gastos y flujos de efectivo, mismos que estarán proyectados a cinco años futuros.

También se formularan los estados financieros proforma, con indicadores, como la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto, con el fin de orientar la gestión contable financiera, esto nos ayudará a determinar la factibilidad del proyecto.

5.1.1. Inversión del proyecto

Tabla 29. Estructura de la inversión

Detalle	Valor
Propiedad Planta y Equipo	65.290,00
Activos diferidos	1.300,00
Capital de trabajo	30.063,46
Total	96.653,46

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Parte de la inversión total, será financiada con una entidad financiera que apoye al crecimiento de las microempresa. Esto se puede evidenciar solo en las instituciones del sistema financiero público, quienes otorgan créditos acompañados de asesoramiento técnico a proyectos como el que planteamos en el presente estudio.

5.1.2. Financiamiento de la inversión.

Tabla 30. Estructura del financiamiento.

Detalle	Valor	
Inversión financiada	38.661,39	33,33%
Aporte de socios	57.992,08	66,66%
Inversión total	96.653,46	

Fuente: Estudio técnico.

*Elaborado: por: Marcelo Flores
Año: 2015*

5.1.3. Inversión fija.

La inversión fija de la empresa constará básicamente de los activos fijos necesarios para el desarrollo normal de las actividades, los mismos que serán el motor fundamental para la puesta en marcha de la producción y comercialización de la bebida hidratante.

5.1.3.1. Terreno.

El presente terreno está Ubicado en la ciudadela Jacinto Collahuazo cuarta etapa, entre las calles perdiz del páramo y Guayra churos, cuenta con un área de 600 m², tiene todos los servicios básicos, siendo un bien inmueble idóneo para el proyecto, su costo el mercado es de 17.000,00 USD.

Tabla 31. Terreno

Concepto	M2	Valor unitario m2	Costo total USD
Terreno	600	28,33 USD	17000

Fuente: Estudio técnico.

*Elaborado: por: Marcelo Flores
Año: 2015*

5.1.3.2. Edificación.

La construcción de la planta de producción, será una construcción de hormigón, con una cubierta de estructura metálica, que constara de un área de producción, administrativa, ventas y un laboratorio.

Tabla 32. Edificación.

Tipo de construcción	Área m2	Costo unitario m2	Costo total m2
Contra-piso y cerámica	40	50,00	2.000,00
Bodega MP	20	235,00	4.700,00
bodega PT	25	235,00	5.875,00
Baños	16	235,00	3.760,00
Laboratorio	15	235,00	3.525,00
Bodegas	18	235,00	4.230,00
Vestidor	10	235,00	2.350,00
Gerencia	20	235,00	4.700,00
sala de reuniones	9	235,00	2.115,00
Total Infraestructura	170		32.550,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.3.3. Maquinaria y equipo.

Tabla 33. Maquinaria y embazadora.

Material	Cant.	Valor Unt.	Valor Total
Maquina envasadora	1	15.000,00	15.000,00
Tanque plástico 1000 litros	1	250,00	250,00
Cocina 4 quemadores industrial	1	160,00	160,00
Bomba eléctrica 1 HP	1	150,00	150,00
Tanque cubo plástico 500 litros	1	180,00	180,00
Total costos de maquinaria y equipo			15.740,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.3.4. Muebles y enseres.

Tabla 34. Muebles y enseres.

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estanterías de hierro de 4 divisiones	5	116,07	580,35
Mesa de madera de 1,20mx 0,60cm	3	45,00	135,00
Sillas metálicas con asiento de corosil	6	37,50	225,00
Banco de dos gradas de 35cm de ancho x 50cm de alto	2	25,00	50,00
Lockers "canceles" de 2x180	1	250,00	250,00
Sillón giratorio tipo gerente reclinable	2	163,39	326,78
Escritorio con cajones	2	187,50	375,00
Mesa redonda	1	87,00	87,00
Archivador de 1,60 de ancho por 2,00 cm de alto y 0,40 de fondo	3	145,00	435,00
Total.			2.464,13

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.3.5. Equipo de computación.

El equipo de computación en la actualidad se considera un apoyo fundamental para el registro de la información, que se realizan diariamente, incluso para poder comunicarse a través de las redes sociales, ya que la gran mayoría de instituciones cuentan con páginas web e incluso existen tramites que se los debe realizar por estos medios; los equipos de computación se detallan a continuación.

Equipo de computación.**Tabla 35. Equipo de computación.**

Área Administrativa	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	2	580,00	1160,00
impresora Epson L355	1	180,00	180,00
Total Equipo de computo			1340,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.3.6. Equipos de oficina

Siempre es indispensable contar con muebles y enseres en las empresas, ya que son necesarios para el normal funcionamiento de las actividades de la microempresa, en nuestro caso se detallan a continuación.

Tabla 36. Equipo de Oficina.

Área Administrativa	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Perforadora	2	4,50	9,00
Grapadora	2	4,00	8,00
Saca grapas	2	2,00	4,00
Porta papel	2	11,00	22,00
Teléfono	2	38,00	76,00
Sumadora	2	30,00	60,00
Total costos Equipos de oficina			179,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 37. Resumen de activos fijos

Detalle	Valor Total
Terreno	17.000,00
Infraestructura	32.550,00
Maquinaria y Equipo	15.740,00
Muebles y Enseres	2.464,13
Equipo de computación	1.340,00
Equipo de Oficina	179,00
Equipo de oficina	70,55
Total activos fijos	69.343,68

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.4. Inversión diferida.

La inversión diferida lo constituyen los gastos de constitución de la empresa, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 38. Inversión a diferir

Cuadro Nro. 39

Descripción	Cantidad
Estudio de factibilidad e ingeniería	400
Asesoría Legal	650
Gastos Pre operativos	700
Total	1.750

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.5. Capital de trabajo.

Tabla 39. Capital de trabajo.

Capital de Trabajo e Inversión Diferida.		
Materia Prima Directa	722,75	8.673,00
Mano de Obra Directa	3.248,18	38.978,20
Costos Indirectos de Fabricación	402,91	4.835,00
Gastos Administrativos	5.296,46	63.557,49
Gastos de Ventas	200,00	2.400,00
Total capital de trabajo	9.870,30	118443,69

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.6. Ingresos.

En los ingresos se contemplan todos aquellos rubros que ingresarán por las ventas de nuestro producto “B-M” en el mercado.

5.1.6.1. Proyección de los Ingresos.

Para el presupuesto de costos y gastos se presentan los rubros que deberán utilizarse para la puesta en marcha del proyecto a partir del primer periodo operativo; en cada año se justifica el gasto y está presupuestado para cada año, durante cinco años siguientes.

Para el cálculo de estos valores se los realizó en base a investigación efectuada de forma directa. Los precios que se utilizarán para las proyecciones son de 0,70 centavos de dolar con una proyección de 154.875 unidades vendidas resultados del estudio de mercado.

Se considera que el precio base es 0,70 ctvs. De dólar Americano, a este valor se incrementara la inflación anual del año 2015 para los años consiguientes siendo el 4,05 % tomado de la página web. Del Banco Central del Ecuador, y para la proyección de las unidades vendidas, se toma como base las proyecciones de crecimiento de la población Otavaleña de los años 2015 hasta el año 2019 emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos registrados en la página electrónica www.inec.gov.ec. Adicionalmente se estima una capacidad de producción del 90,27% de la oferta insatisfecha.

Oferta y demanda de bebidas medicinales con capacidad del 90,27%

Fuente: Análisis Oferta y Demanda de los Productos

Tabla 40. Producción.

AÑOS	DEMANDA mensual	OFERTA 5% mensual	DEFICIT DE LA OFERTA	CAP. 90,27% DE PROD.
2015	180.600	9030	171.570,00	154.876
2016	183.212	9160,6	174.051,40	165.385
2017	185.802	9290,1	176.511,90	181.924
2018	188.376	9418,8	178.957,20	170.047
2019	190.928	9546,4	181.381,60	172.351

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Proyección del precio por unidad

En el precio de venta se ha establecido de acuerdo al estudio técnico con relación a la competencia, realizando un cuadro de análisis, siendo el promedio de los precios estudiados., además para la proyección de igual forma se ha tomado como factor de crecimiento a la inflación del año 2015 4,05 % tomado de la página electrónica del Banco Central del Ecuador.

Tabla 41. Precio unitarios de venta de la bebida medicinal

Años	Precio unitario
2015	0,70
2016	0,73
2017	0,75
2018	0,78
2019	0,81

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Una vez proyectado la oferta, demanda y el precio de las bebidas hidratante, para cada año de producción, es necesario continuar con el cálculo de los ingresos por ventas del producto para determinar sus ingresos.

Tabla 42. Ingresos proyectados anuales en ventas

AÑOS	Producción anual	Costo Unitario	Valor Total
2015	154.876,24	0,70	108.413,36
2016	165.385,47	0,73	120.458,50
2017	181.924,02	0,76	137.870,78
2018	170.047,02	0,79	134.089,04
2019	172.350,71	0,82	141.409,77

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7. Egresos.

Dentro de los egresos se cancelaran los costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

5.1.7.1. Costos de producción.

Los costos de producción estarán conformados por la materia prima, mano de obra, y los gastos generales de producción los cuales se detallan a continuación.

5.1.7.2. Materia Prima.

Para determinar la adquisición adecuada de la materia prima se tomó en cuenta la proyección de las unidades a producir y la cantidad requerida por unidad, analizado en el estudio técnico, y su costo real en el mercado, además de calcular para los años consiguientes con la inflación anual del 2015 siendo de 4,05 % tomada de la página web del Banco Central del Ecuador.

Tabla 43. Requerimiento de Materia Prima

Detalle	Unidades	Cantidad	Total anual en kg	Costo Unidad	Costo Anual
Manzanilla kg	61.950,00	2g	123,90	5,00	619,50
Cedrón kg	55.755,00	2g	111,51	5,00	557,55
Toronjil kg	21.682,50	2g	43,37	5,00	216,83
Agua litros	154.875,00	500ml	77.437,50	0,05	3.871,88
Benzoato de sodio	154.875,00	2mg	309,75	11,00	3.407,25
Total Costos de MP					8.673,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Costo Anual	8673,00	9024,26	9389,74	9770,02	10165,71

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.3. Mano de Obra Directa.

Para la etapa de producción de la bebida hidratate, se considera necesario dos operarios con una remuneración básica unificada establecida por ley en el año 2015.

Tabla 44. Requerimiento de talento humano

Detalle	Años	2015	2016	2017	2018	2019
Operarios	Hombres	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Salario básico	USD	354,00	378,95	405,66	434,24	464,85
total salario	USD	708,00	757,90	811,31	868,49	929,70
IESS 12,5 %	12,50%	88,50	94,74	101,41	108,56	116,21
Décimo tercero	SB/12	59,00	63,16	67,61	72,37	77,47
Décimo cuarto	SBV/12	59,00	63,16	67,61	72,37	77,47
Fondos de reserva	SB/12	59,00	63,16	67,61	72,37	77,47
Total mes		1.329,50	1.423,06	1.523,21	1.630,42	1.745,18
Periodos		12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Total Anual.		15.954,00	17.076,68	18.278,49	19.564,99	20.942,16

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.4. Costos generales de producción

Tabla 45. Costos generales de fabricación

Detalle	medida	consumo mes	costo unitario	costo mensual	costo anual
Luz Eléctrica	Kwh	500,00	0,12	60,00	720,00
Agua potable	m3	40,00	0,55	22,00	264,00
Etiquetas	unidades	12.906,25	0,05	645,31	7.743,75
Envases botella plástica 500ml	unidades	12.906,25	0,10	1.290,63	15.487,50
tapas plásticas	unidades	12.906,25	0,05	580,78	6.969,38
cinta de embalaje	rollo	20,00	2,50	50,00	600,00
productos químicos	unidades	15,00	7,00	105,00	1.260,00
Total CIF:					33.044,63

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Años	costo anual
2015	33.044,63
2016	34.382,93
2017	35.775,44
2018	37.224,34
2019	38.731,93

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.5. Resumen de costos de producción

Tabla 46. Cuadro de costos de producción

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 47. Resumen de Costos de producción

Costo Operativo	2015 USD	2016 USD	2017 USD	2018 USD	2019 USD
Materia Prima	8.673,00	9.024,26	9.389,74	9.770,02	10.165,71
Mano de Obra Directa	15.954,00	17.076,68	18.278,49	19.564,99	20.942,16
Costos Indirectos de Fabricación	33.044,63	34.382,93	35.775,44	37.224,35	38.731,93
Total Anual	57.671,63	60.483,87	63.443,67	66.559,36	69.839,80

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.6. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos propios del proyecto, tendrá el desarrollo del mismo y los que servirán para poner en marcha a la empresa, estos crecen anualmente en

función de la inflación que es del 4,05% del año 2015 datos tomados de la página electrónica del Banco Central del Ecuador.

Tabla 48. Gastos Administrativos

Detalle	Costo anual	Años	Costo total
Equipos de oficina	179,00	2015	819,55
Suministros de oficina	70,55	2016	852,74
Servicio Teléfono	300	2017	887,28
Servicio de Internet	270	2018	923,21
Total Gastos Administrativos	819,55	2019	960,60

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.7. Sueldo y salarios

Se identifica los sueldos y salarios que el personal administrativo percibirán en un año y proyectado hasta los cinco años de durabilidad del proyecto.

Tabla 49. Sueldos y Salarios

Detalle	Can. RMU	IESS 22,5%	13°	14°	Total mensual	Total anual	
Gerente-Contador	1	650,00	146,25	54,17	29,50	879,92	10559,00
Vendedor	1	400,00	90,00	33,33	29,50	552,83	6634,00
Bodeguero	1	400,00	90,00	33,33	29,50	552,83	6634,00
Total	9	1.450,00	326,25	120,83	88,50	1.985,58	23.827,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 50. Sueldos y salarios

años	Valor Anual
2015	23.827,00
2016	25.506,80
2017	27.305,03
2018	29.230,04
2019	31.290,76

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.8. Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 51. Resumen Gastos Administrativos.

Detalle	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos					
Administrativos	819,55	852,74	887,28	923,21	960,60
Sueldos y Salarios	23827,00	25506,80	27305,03	29230,04	31290,76
TOTAL G.A.	24.646,55	26.359,55	28.192,31	30.153,25	32.251,36

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.9. Publicidad

En el mercado de bienes y servicios, siempre es necesario dar a conocer el producto a través de los medios de comunicación, esto será en los años que dure el proyecto, para lo cual se presenta el siguiente cuadro.

Tabla 52. Publicidad.

Detalle	Medida	2015	2016	2017	2018	2019
SPOTS	Cuñas al mes	10	10	10	10	10
Costo unitario	Por cuña	20	20,81	21,65	22,53	23,44
Costo mensual	USD	200,00	208,10	216,53	225,30	234,42
Periodos	Mes	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	2.400,00	2.497,20	2.598,34	2.703,57	2.813,06

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.10. Depreciación.

Tabla 53. Depreciación.

Depreciaciones											
DETALLE	VALOR	VALOR DE DESECHO	BASE	VIDA UTIL	2015	2016	2017	2018	2019	VALOR FINAL	V.V. POR DESECHO
EQUIPOS Y MAQUINARIA	15.740,00	2.361,00	13.379,00	10	1.337,90	1.337,90	1.337,90	1.337,90	1.337,90	6.689,50	2.361,00
MOBILIARIO	2.464,13	369,62	2.094,51	10	209,45	209,45	209,45	209,45	209,45	1.047,26	369,62
EQUIPO DE OFICINA	179,00	26,85	152,15	5	30,43	30,43	30,43	30,43	30,43	-	26,85
EQUIPO DE COMPUTO	1.340,00	201,00	1.139,00	3	379,67	379,67	379,67	-	-	0,00	201,00
REPOSICION EQUIPO DE OFICINA	1.514,20	227,13	1.287,07	3				429,02	429,02	429,02	227,13
GASTOS DE CONSTITUCION	1300	-	1.300,00	5	260	260	260	260	260	-	-
TOTAL	22.537,33	3.185,60	19.351,73		2.217,45	2.217,45	2.217,45	2.266,80	2.266,80	8.165,78	3.185,60

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.11. Financiamiento

Para el financiamiento se tramitara un crédito al Banco Ecuador, con un interés del hasta el 16 % para microempresas según consulta a la página oficial de esta entidad.

Tabla 54. Calculo de la cuota mensual.

VP	38.661,39
NPER	48,00
VF	
PAGO	1226,48
IP	0,02
K	12,00
TN	0,22
TEFF	

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 55. Tabla de amortización anual.

AÑOS	SALDO INICAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO
1	38.661,39	7.997,86	14.717,76	6.719,89	31.941,49
2	31.941,49	6.328,04	14.717,76	8.389,72	23.551,77
3	23.551,77	4.243,27	14.717,76	10.474,48	13.077,29
4	13.077,29	1.640,47	14.717,76	13.077,29	-

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 56. Amortización mensual.

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO
1	38.661,39	721,68	1.226,48	504,80	38.156,58
2	38.156,58	712,26	1.226,48	514,22	37.642,36
3	37.642,36	702,66	1.226,48	523,82	37.118,54
4	37.118,54	692,88	1.226,48	533,60	36.584,94
5	36.584,94	682,92	1.226,48	543,56	36.041,38
6	36.041,38	672,77	1.226,48	553,71	35.487,67
7	35.487,67	662,44	1.226,48	564,04	34.923,63
8	34.923,63	651,91	1.226,48	574,57	34.349,06
9	34.349,06	641,18	1.226,48	585,30	33.763,76
10	33.763,76	630,26	1.226,48	596,22	33.167,53
11	33.167,53	619,13	1.226,48	607,35	32.560,18
12	32.560,18	607,79	1.226,48	618,69	31.941,49
13	31.941,49	596,24	1.226,48	630,24	31.311,25

14	31.311,25	584,48	1.226,48	642,00	30.669,25
15	30.669,25	572,49	1.226,48	653,99	30.015,26
16	30.015,26	560,28	1.226,48	666,19	29.349,07
17	29.349,07	547,85	1.226,48	678,63	28.670,44
18	28.670,44	535,18	1.226,48	691,30	27.979,14
19	27.979,14	522,28	1.226,48	704,20	27.274,94
20	27.274,94	509,13	1.226,48	717,35	26.557,59
21	26.557,59	495,74	1.226,48	730,74	25.826,85
22	25.826,85	482,10	1.226,48	744,38	25.082,47
23	25.082,47	468,21	1.226,48	758,27	24.324,20
24	24.324,20	454,05	1.226,48	772,43	23.551,77
25	23.551,77	439,63	1.226,48	786,85	22.764,93
26	22.764,93	424,95	1.226,48	801,53	21.963,39
27	21.963,39	409,98	1.226,48	816,50	21.146,90
28	21.146,90	394,74	1.226,48	831,74	20.315,16
29	20.315,16	379,22	1.226,48	847,26	19.467,89
30	19.467,89	363,40	1.226,48	863,08	18.604,82
31	18.604,82	347,29	1.226,48	879,19	17.725,63
32	17.725,63	330,88	1.226,48	895,60	16.830,02
33	16.830,02	314,16	1.226,48	912,32	15.917,70
34	15.917,70	297,13	1.226,48	929,35	14.988,36
35	14.988,36	279,78	1.226,48	946,70	14.041,66
36	14.041,66	262,11	1.226,48	964,37	13.077,29
37	13.077,29	244,11	1.226,48	982,37	12.094,92
38	12.094,92	225,77	1.226,48	1.000,71	11.094,21
39	11.094,21	207,09	1.226,48	1.019,39	10.074,82
40	10.074,82	188,06	1.226,48	1.038,42	9.036,41
41	9.036,41	168,68	1.226,48	1.057,80	7.978,61
42	7.978,61	148,93	1.226,48	1.077,55	6.901,06
43	6.901,06	128,82	1.226,48	1.097,66	5.803,40
44	5.803,40	108,33	1.226,48	1.118,15	4.685,25
45	4.685,25	87,46	1.226,48	1.139,02	3.546,23
46	3.546,23	66,20	1.226,48	1.160,28	2.385,95
47	2.385,95	44,54	1.226,48	1.181,94	1.204,00
48	1.204,00	22,47	1.226,48	1.204,00	- 0,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.12. Método del capital constante

Tabla 57. Método del capital constante.

Método del capital constante

Cuadro Nro. 58

Detalle	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018
Interés	7.997,86	6.328,04	4.243,27	1.640,47
Capital	6.719,89	8.389,72	10.474,48	13.077,29
Total	14.717,76	14.717,76	14.717,76	14.717,76

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

Estados financieros Pro- forma

Los estados Pro-Forma permiten vigilar tres condiciones financieras básicas de la organización.

- a) Liquidez.- Capacidad de convertir activos en dinero
- b) Situación financiera general.- Equilibrio a largo plazo entre endeudamiento y capital contable.
- c) Rentabilidad.- capacidad de tener utilidades constantes en un largo periodo.

5.1.7.13. Balance general.

Tabla 58. Balance General.

Empresa JHONA S.A.		
Estado de Situación Financiera		
al 01 de Enero del 2016		
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		9.870,31
Efectivo y equivalentes de Efectivo	9.870,31	
ACTIVOS NO CORRIENTE		74.108,13
Propiedad Planta y equipo	<u>74.108,13</u>	
Terreno	17.000,00	
Edificación.	32.550,00	
Maquinaria y Equipo	15.740,00	
Materiales y Suministros de producción	4.835,00	
Muebles y enseres	2.464,13	
Equipos de oficina	179,00	
Equipo de computación	1.340,00	
Suministros de oficina	70,55	
ACTIVOS DIFERIDOS		1.750,00
Inversión Diferida	1.750,00	
TOTAL ACTIVOS		85.728,44
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		38.661,39
Préstamo	38.661,39	
PASIVOS NO CORRIENTES		0,00
TOTAL PASIVOS		38.661,39
PATRIMONIO		47.067,05
Capital Social	47.067,05	
(Terreno Propio y aporte de Socios "10022,35)		
TOTAL PATRIMONIO		47.067,05
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		85.728,44

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.14. Flujo de efectivo proyectado

En este indicador los ingresos que anteriormente se analizaron tomando en cuenta los ingresos, depreciaciones, venta de activos, reinversión de capital constante; a continuación se presenta el siguiente cuadro.

Tabla 59. Estado de pérdidas y ganancias

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	38.661,39	108.413,37	124.980,84	171.399,73	194.457,14	212.763,16
Valor Salvamento						3.185,60
Costos de producción		57.671,63	60.483,87	63.443,67	66.559,36	69.839,80
Gastos de Administración		27.124,00	28.576,99	30.409,76	32.370,70	34.468,81
Gastos de Venta		2.400,00	2.497,20	2.598,34	2.703,57	2.813,06
Gastos financieros		7.997,86	6.328,04	4.243,27	1.640,47	0,00
Utilidad Antes de reparto de Utilidades		13.219,88	27.094,74	70.704,69	91.183,05	105.641,48
Reparto de Utilidades 15% PT		1.982,98	4.064,21	10.605,70	13.677,46	15.846,22
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta		11.236,90	23.030,53	60.098,99	77.505,59	89.795,26
Impuesto a la renta 22%		2.472,12	5.066,72	13.221,78	17.051,23	19.754,96
Utilidad Neta		8.764,78	17.963,81	46.877,21	60.454,36	70.040,30
Depreciaciones		2.217,45	23.694,85	23.705,37	23.716,31	23.727,69
Amortización de constitución		260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Total ingresos netos		<u>11.242,23</u>	<u>41.918,66</u>	<u>70.842,58</u>	<u>84.430,67</u>	<u>97.213,60</u>
Préstamo	-38.661,39	-	-	-	-	-
Amortización Préstamo		<u>6.719,89</u>	<u>8.389,72</u>	<u>10.474,48</u>	<u>13.077,29</u>	-
Inversión	47.067,05					
Flujo de Caja	-47.067,05	4.522,34	33.528,94	60.368,09	71.353,38	97.213,60

Fuente: investigación.

Elaborado: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.15. Evaluación Financiera

En la presente evaluación financiera se tiene como objetivo, estimar los beneficios netos que se espera de la inversión, para lo cual, hemos utilizado las principales técnicas de

evaluación financiera como el: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo/Beneficio y periodo de Recuperación.

5.1.7.16. Determinación del costo de capital.

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la Tasa mínima de Rentabilidad TMR. Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta el costo de oportunidad de la inversión en una tasa pasiva de una institución financiera.

TMAR

Para el cálculo de la Tasa Mínima de Rentabilidad se tomó el 12 % anual en una tasa de interés pasiva promedio que pagan las cooperativas de ahorro y crédito por tener fondos en inversiones a largo plazo.

Tabla 60 TMRA.

Detalle	valor			
inversión financiada	38.661,39	40,00%	0,12	4,37%
aporte de socios	57.992,08	60,00%	0,08	4,88%
inversión total	96.653,46	100,00%	CK	9,25%
			INFLACIÓN	4,05%
			TMAR	17,82%

Fuente: investigación.

Elaborado: Marcelo Flores

Año: 2015

5.1.7.17. Valor Actual Neto

En este indicador muestra la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el Proyecto.

Valor actual neto

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1) \cdot (1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1) \cdot \dots \cdot (1+k_n)}$$

Tabla 61. VALOR PRESENTE.

FLUJOS EFECTIVO	DE VALOR PRESENTE
-47.067,05	-47.067,05
4.522,34	4.148,93
30.530,64	25.697,02
38.138,40	29.449,85
31.329,33	22.194,49
49.906,31	32.435,67
VALOR PRESENTE 66.858,91	

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Interpretación. Después de haber invertido 47.067,05 USD en el proyecto y puesto en marcha la actividad económica se obtiene 107.359,96 USD adicionales a parte del dinero invertido en el negocio a valor presente, determinándose conveniente y factible por su rentabilidad al día de hoy.

5.1.7.18. Tasa Interna de Retorno

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de proyectos, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^T} = 0$$

Tabla 62. TIR.

FLUJOS DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE
-47.067,05	-47.067,05 €
4.522,34	3.164,46 €
30.530,64	14.948,95 €
38.138,40	13.066,96 €
31.329,33	7.511,05 €
49.906,31	8.372,25 €

TIR **43%**

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Interpretación.- para una tasa referencial del 17,82% se obtiene una tasa interna de retorno del 43% es decir 25 puntos más que la tasa esperada, confirmándose así que el proyecto es rentable, además que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 25 centavos más.

5.1.7.19. Costo Beneficio

Es la relación que refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos.

$$C/B = \left(\frac{\sum_{i=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{i=1}^n \frac{E}{(1+i)^t} + I_0} \right)$$

5.1.7.20. Periodo de recuperación

Refleja el tiempo en el que nosotros recuperamos la inversión mediante los indicadores que anterior mente analizamos y a continuación se presenta el siguiente cuadro.

Cuadro N. 63

Tabla 63. Periodo de recuperación.

P. RECUPE	AÑO		
	AÑO 0	-47.067,05	-47.067,05
1	AÑO 1	4.522,34	-42.544,72
2	AÑO 2	30.530,64	-12.014,08
3	AÑO 3	38.138,40	26.124,32
4	AÑO 4	31.329,33	57.453,65
5	AÑO 5	49.906,31	107.359,96

Fuente: Investigación.

Elaborado: Marcelo Flores

Año: 2015

Periodo de recuperación 2 años 4 meses y 3 días

El tiempo de recuperación normal es de 2 años, 4 meses y 3 días lo cual indica que se encuentra en un rango aceptable para la recuperación de la inversion.

5.1.7.21. Punto de Equilibrio del proyecto.

Tabla 64. Punto de equilibrio.

NIVEL VENTAS NETAS	INGRESO	C. FIJO	C.VARIAB LE	C. TOTAL	MARGUEN
81.013,00	56.709,00	46199,20	30.167,24	76.366,44	-19.657,00
111.013,00	77.709,00	46199,20	41.338,49	87.537,70	-9.829,00
141.013,00	98.709,00	46199,20	52.509,75	98.708,96	0
171.013,00	119.709,00	46199,20	63.681,01	109.880,21	9.829,00
201.013,00	140.709,00	46199,20	74.852,27	121.051,47	19.658,00
231.013,00	161.709,00	46199,20	86.023,53	132.222,73	29.486,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: Marcelo Flores

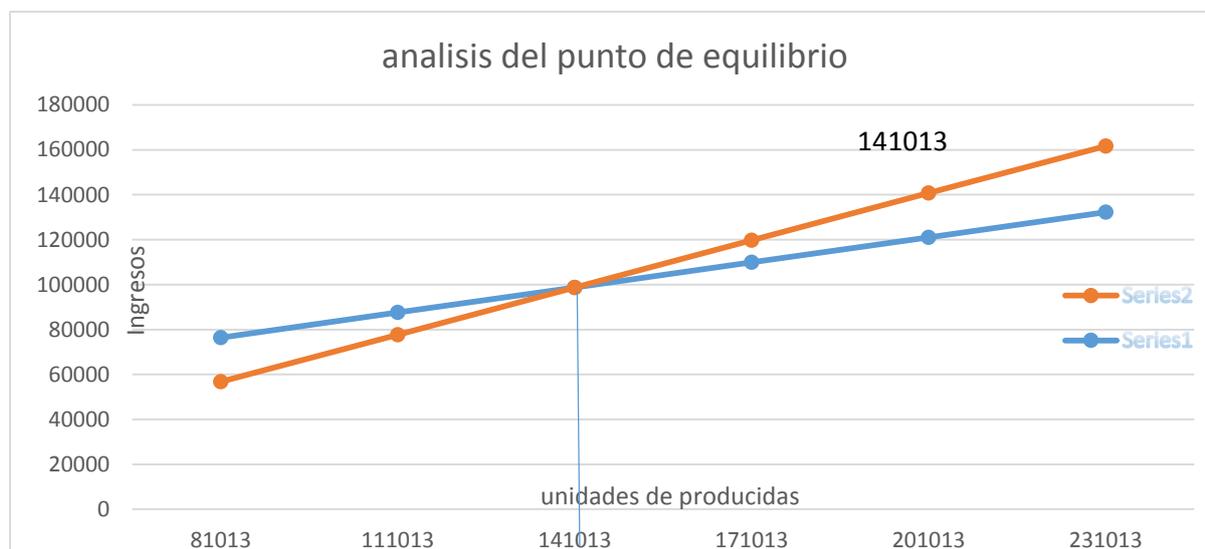
Año: 2015

Punto de equilibrio. 141.013,00 Unidades

Interpretación. Como se puede observar el punto de equilibrio nos indica las unidades que se debe elaborar y vender con el fin de cubrir los costos fijos y variables incurridos en la elaboración del mismo, por lo que es necesario elaborar 141013 unidades para cubrir un costo de 103.870,83 USD para no generar pérdida, y cubrir costos de producción.

Grafico N. 14

Ilustración 12. Punto de equilibrio.



Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Análisis.

En el análisis para determinar el punto de equilibrio entre ingresos y costos de producción, se ha concluido que se debe producir y comercializar 141013 unidades para cubrir costos y no tener pérdidas ni ganancias, además nos indica que una vez que se produzcan y vendan ese número de unidades, comenzaremos a tener utilidades.

CAPITULO VI

6.1. Organización de la empresa

El presente estudio busca determinar la estructura organizacional de la empresa, en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para su conformación.

Es necesario realizar el presente estudio ya que nos ayudara a conocer las diferentes fortalezas que tendrá nuestra empresa.

6.1.1. Análisis interno de la microempresa

6.1.1.1. Nombre

La presente microempresa estará ubicada en la ciudad de Otavalo, específicamente en la Cda. . Jacinto Collahuazo Cuarta etapa y el nombre de la razón social será “JHONA” por la unión de los nombres de Jon y Natalia “hijos del autor”.

6.1.1.2. Logotipo

Dentro de la creación de la microempresa uno de los aspectos importantes al iniciar las actividades, es la implementación de un logotipo, con el fin de que la marca empiece a ser reconocida por las personas que consuman nuestros productos.

Ilustración 13. Logotipo



Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

6.1.1.3. Misión

JHONA es una microempresa que ofrece bebidas medicinales de excelente precio y calidad que ayuden a mantener o mejorar la salud de las personas, comprometidos en crear oportunidades con sus los grupos de interés en el aspecto laboral económico y social, además de ser amigable con la naturaleza manteniendo la armonía con el medio ambiente.

6.1.1.4. Visión

Ser un modelo de empresa de bebidas que ofrece la mejor calidad en la elaboración del producto y con un crecimiento a nivel regional y nacional para el año 2020, satisfacer las diferentes necesidades de nuestros consumidores y sobre todo con precios accesibles.

6.1.1.5. Objetivos empresariales

- Instalar la microempresa de producción de la bebida en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.
- Potenciar la creatividad e iniciativa de los trabajadores en la elaboración de nuevos productos y conseguir un mejor desarrollo de los mismos.
- Buscar mejorar las condiciones de vida de nuestros trabajadores y los grupos de interés de la empresa.
- Ayudar a mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocio.
- Ofrecer productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores, los cuales son la razón de ser de nuestra empresa.
- Se realizara reuniones periódicas con empleados y proveedores y distribuidores con el fin de corregir falencias y potenciar fortalezas.

6.1.2. Principios y valores

6.1.2.1. Principios

- **Responsabilidad**

En este principio nos comprometemos a cumplir responsablemente con los compromisos asumidos como, tiempo de entrega, pago de obligaciones, elaboración de productos con calidad y puntualidad en el trabajo.

- **Mejoramiento continuo**

En el mercado actual que siempre está en constante cambio es necesario realizar constantes capacitaciones sobre todo implementando nuevas estrategias de mercado y el equipamiento de maquinaria y equipo para una actualización en la tecnificación de la elaboración del producto.

6.1.2.2. Valores

- **Honestidad**

Desempeñar el trabajo con honestidad, equidad y transparencia en todas las transacciones de la empresa creando un ambiente de confianza y credibilidad con los colaboradores.

- **Creatividad.**

Impulsar la creatividad como política de la empresa, creando nuevas ideas de productos, proyectos para beneficio de la empresa y sobre todo impulsando nuevas iniciativas.

- **Lealtad**

Actuar con lealtad y justicia y con integridad moral al informar la verdad en todos los niveles de la empresa.

- **Ética**

Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa enfocadas hacia el cliente con transparencia y rectitud, con un comportamiento ético.

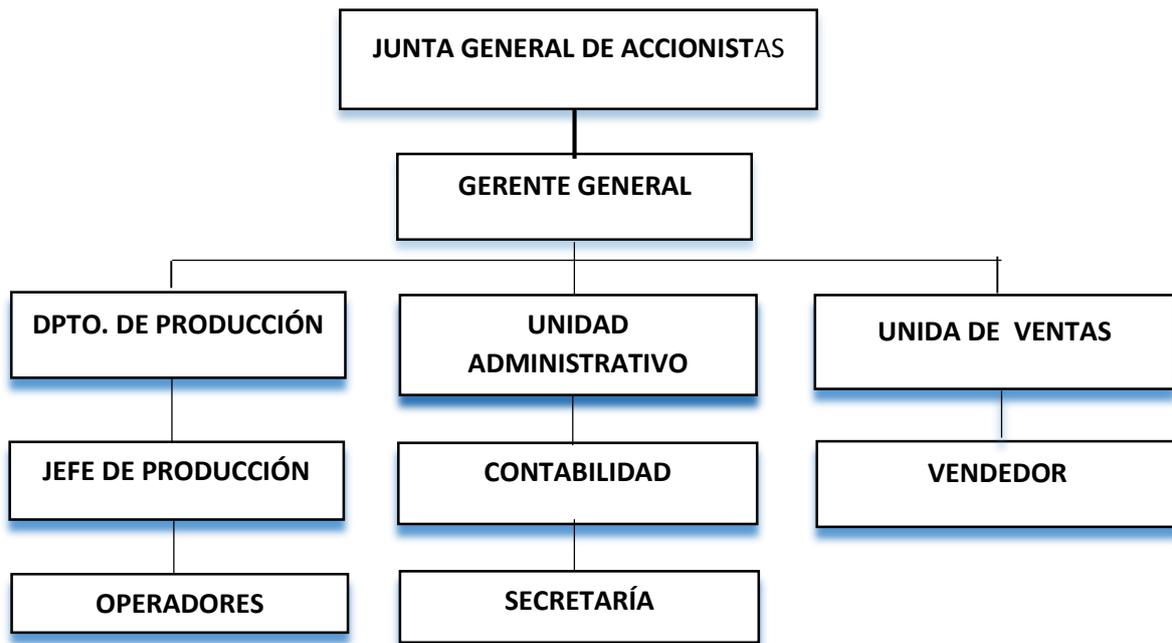
- **Calidad**

En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

6.1.3. Estructura Orgánica de la empresa

6.1.3.1. Organigrama de la empresa

Ilustración 14. Organigrama.



6.1.3.2. Niveles administrativos

Los niveles administrativos de empresa JHONA es:

- ❖ Nivel ejecutivo
- ❖ Nivel administrativo
- ❖ Nivel operativo

Nivel ejecutivo.

En el nivel ejecutivo se encuentra la junta de accionistas y el gerente general de la microempresa, quienes son responsables de la planificación, orientada a conducir y supervisar, la implementación de las políticas y las actividades de la empresa.

Nivel administrativo

En el nivel administrativo se encuentran los jefes de las unidades, quienes ejecutan y supervisan las actividades programadas por la alta dirección.

Nivel operativo

Está conformado por la unidad técnica, el cual es el responsable de la producción y las actividades acorde a este, garantizando la calidad de los productos.

Jefe de producción

Es la persona encargada de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo. Cada una de las áreas en relación a las características de las tareas, con su respectivo almacenamiento y conservación del producto.

Secretaria.

Será la encargada de las acciones administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las acciones de la misma, adicionalmente llevará un archivo de los documentos generados dentro o fuera de la empresa.

Vendedor

La función primordial del vendedor será la de establecer contacto con los clientes para ofertar nuestro producto en los diferentes mercados, indicando las bondades y garantía del producto.

6.1.3.3. Orgánico funcional

Para el correcto funcionamiento de la empresa deberá contar con el orgánico funcional que constituye una norma de cumplimiento obligatorio el cual es el cumplimiento que cada área y persona deberá tener.

6.1.3.4. Matriz de competencias

Gerente general

Tabla 65. Matriz de competencias Gerente.

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	Estructurales: Profesionales <ul style="list-style-type: none"> • Tolerancia a la presión • Capacidad de planificación y organización. • Iniciativa e innovación. Estructurales <ul style="list-style-type: none"> • Amable • Responsable • Trabajo en equipo • Puntual • Prudencia y autocontrol 	Profesional de tercer nivel <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para dirigir empresas • Mantener un espíritu emprendedor y dinámico • Contar con iniciativa y emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir correctamente a la empresa para el logro de los objetivos. • Influir al personal para el cumplimiento de las metas. • Plantear estrategias que se puedan cumplir y difundirlas a todo el personal. • Realizar evaluaciones continuas 	<ul style="list-style-type: none"> • Título en administración de empresas, o carreras a fines • Tener experiencia mínima de un año en cargos similares.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 66. Matriz de competencias contador.

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR	Estructurales * Ética profesional, confidencial y organización Laborales Trabajo en equipo. Destreza matemática Monitoreo y control Pensamiento analítico y conceptual.	Manejo de contabilidad Conocimiento leyes tributarias. Buenas relaciones humanas.	*Analizar los aspectos financieros de la empresa *Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar operaciones de la empresa y maximizar su valor *Llevar los registros contables *Presentar los balances mensuales al gerente Financiero	Instrucción formal: Contabilidad y Auditoría. Experiencia un año en funciones o similares.

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 67. Matriz de competencias vendedor.

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
VENDEDOR	<ul style="list-style-type: none"> *Facilidad de comunicación. *Liderazgo. *Capacidad de negociación *Creatividad *Innovación. *Capacidad de resolver problemas. *Desarrollo de relaciones *Habilidad de negociación *Profesional de ingeniería en marketing o ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Buena presencia Facilidad de palabra Conocimiento en ventas 	<ul style="list-style-type: none"> *Elaborar estrategias para introducir el producto al mercado. *Establecer estrategias para el posicionamiento del producto. *Diseñar campañas publicitarias. *Realizar estudios para conocer las preferencias y gustos de los consumidores. *Buscar nuevos mercados para comercializar el producto. *Concretar las ventas con los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Instrucción formal. Título o estudios superiores en márketing Cursos y capacitaciones en ventas.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 68. Matriz de competencias Secretaria

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA	<p>PROFEIONALES</p> <p>Aprendizaje continuo y tolerancia a la presión.</p> <p>Manejo de Excel y Word.</p> <p>Iniciativa</p> <p>Innovación</p> <p>ESTRUCTURALES</p> <p>Prudencia y autocontrol.</p> <p>Responsable y puntualidad</p>	<p>*Responsabilidad.</p> <p>*Capacidad de orden.</p> <p>*Aptitud para el trabajo bajo presión.</p> <p>*Actitud de servicio</p> <p>*Profesional en ingeniería comercial o auditoría.</p> <p>*Capacidad de comunicación</p> <p>*Habilidad tecnológica</p> <p>*Excelente presencia</p>	<p>*Coordinar todas las actividades entre el gerente general con otros gerentes, así como también con los jefes departamentales y demás miembros de la empresa.</p> <p>*Realizar actividades de secretaría, como la elaboración de cartas, memos y cualquier otro documento solicitado por la gerencia general.</p>	<p>Título de Secretaria</p> <p>Experiencia mínima de un año o actividades similares</p> <p>Conocimientos básicos de contabilidad</p>

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Tabla 69. Operador.

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
OPERARIO	<p>PROFEIONALES</p> <p>Aprendizaje continuo y tolerancia a la presión.</p> <p>Manejo de Excel y Word.</p> <p>Iniciativa</p> <p>Innovación</p> <p>ESTRUCTURALES</p> <p>Prudencia y autocontrol.</p> <p>Responsable y puntualidad</p>	<p>*Responsabilidad</p> <p>*Agilidad</p> <p>*Capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>* Estabilidad emocional</p> <p>*Orientación al servicio</p> <p>*Gestión de calidad</p> <p>*Bachiller, técnico industrial</p>	<p>*Cumplir con las normas establecidas en la empresa para el proceso de producción.</p> <p>*Elaborar el producto tomando en cuenta las buenas prácticas para la elaboración de alimentos procesados.</p> <p>*Utilizar la maquinaria y equipo de una manera adecuada.</p>	<p>*Bachiller, técnico industrial, mecánico, o similares</p> <p>Experimenta no es necesario</p>

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

6.1.4. Controles internos de la empresa.

6.1.4.1. Control interno financiero

- Depositar diariamente el dinero que ingrese a la empresa en la cuenta corriente de la institución con el fin de tener un registro diario de los ingresos.
- Utilizar los ingresos de efectivo de acuerdo a las prioridades de las obligaciones contraídas con clientes internos y externos.
- Realizar arqueos de caja periódicos para verificar que las transacciones echas estén correctas.
- Realizar constataciones físicas de los activos de la empresa por lo menos una vez al año.
- Llevar un archivo en forma ordenad y en perfectas condiciones con el fin de guardar la información en forma física y digital.
- Realizar análisis de las inversiones e interpretar su evolución en el tiempo.
- Llevar archivos independientes y consolidarlos con variables y gráficos.
- Verificar el cumplimiento de las normas, leyes tributarias y fiscales.

6.1.4.2. Control de inventarios

- Constatación física del inventario por lo menos una vez al año.
- Verificación integra en la recepción de acuerdo a los procedimientos de los inventarios de la empresa para que no exista faltante ni mercadería en mal estado.
- Mantener niveles óptimos, es decir ni en exceso ni con faltante.
- Planificar el nivel óptimo de inversión en inventarios.

6.1.5. Análisis legal

6.1.5.1. Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica es una sociedad anónima ya que en este tipo de sociedades o empresas la responsabilidad es limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

Requisitos para una compañía anónima:

Importante:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;

5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente .
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha

de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
 2. RUC actualizado.
 3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
 4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
 5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía.
- Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Otavalo.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilidadación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilidadación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.

4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

Contribuciones

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben pagar a ésta, el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales. El pago deberá realizarse hasta el 30 de septiembre del presente año, en la cuenta corriente rotativa de ingresos No. 6252753, denominada "Superintendencia de Compañías", en la casa matriz o en las sucursales o agencias del Banco de Guayaquil. Las compañías tienen activos reales iguales o inferiores veintitrés mil

Quinientos dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 23,500.00) para el presente año, tendrán una contribución con tarifa cero dólares de los Estados Unidos de América.

Fuente de investigación.-

Ley de Compañías

Sitios internet:

- Superintendencia de Compañías.
- SRI
- IESS
- Municipalidad de Otavalo
- Cámara de Comercio de Otavalo

Registro sanitario

El permiso sanitario sirve para autorizar del establecimiento o de las actividades comerciales sujetos al control sanitario y este permiso es expedido por el ministerio de salud; el establecimiento que cumple con las buenas prácticas y condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos.

Requisitos para establecimientos nuevos establecimientos de servicios de salud públicos y privados laboratorios de diagnóstico

Solicitud para permiso de funcionamiento.

- Planilla de Inspección.
- Plano del local a escala 1:50 (área mínima 30mts.)
- Lista de equipos y menaje.

- Copia del Título del profesional responsable: Médicos (especialistas en: patología, hematología y/o genética)
- Farmacéutico (opción bioquímico clínico en caso de tenerla.) o Bioquímico clínico
- Copias del Certificado emitido por el Conesup
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- -Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- -Copia del RUC del establecimiento.
- -Copia del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Normativa legal

Impuestos

Código de la producción

Economía popular y solidaria

Ordenanza de economías populares.

COTAG “toda persona que tiene RUC debe pagar la patente”

Objetivos estratégicos en la filosofía organizacional

- Que es lo que se espera a futuro 4 objetivos para lograr la visión y que se cumpla la misión y sirven para fijar metas e indicadores
- Objetivo estratégico de producción

En la estructura organizacional podemos poner

- Mapa de procesos
- Flujo de procesos
- Normativa legal de la constitución de la empresa
- Requisitos proceso de constitución

- Control interno

Financiero, inventarios, personal de calidad del

Estrategias de control interno.

Con el fin de tener una seguridad en los procesos documentales tanto en bodega como en ventas se llevaran documentos en físico y en digital.

Los documentos a utilizar en bodega serán de órdenes de producción y Kardex, los cuales estarán de forma física y digital, además de estar numérica y alfabéticamente archivados, los cuales estarán disponibles a todo momento con el fin que se pueda realizar constataciones físicas, cuando se lo requiera; será responsabilidad del bodeguero llevar en orden los registros de la documentación antes indicada.

Para los registros de las transacciones realizadas en el normal funcionamiento de la microempresa, el departamento financiero será el encargado del uso de todos los documentos contables tales como: libros contables, ingresos, egresos, notas, facturas, elaboración de estados financieros, análisis de los estados financieros, realizar constataciones físicas, todo esto de forma documentada en físico y en digital y de llevar un archivo ordenado de forma numérica, por fecha y en orden de registro, el cual debe estar disponible cuando los accionistas lo requieran.

Control de la jornada laboral.

Para el control del ingreso del personal al sitio de trabajo se implementarán un reloj digital de reconocimiento de huella digital, el cual ayuda a llevar el control y la supervisión de

la asistencia de nuestros colaboradores. El responsable del control será la jefatura del departamento Financiero.

Control en el buen uso de los insumos de producción.

Se revisara periódicamente el buen uso de los insumos de producción tales como: servicios básicos, complementarios, materias primas, materias indirectas y serán responsabilidad de cada una de las jefaturas de las áreas.

CAPITULO VII

7.1. Estudio de impactos

7.1.1. Análisis de impactos

El Ecuador ha sido tradicionalmente e históricamente conocido por la importancia en la cultura ancestral y uso de plantas medicinales en tratamientos naturales por sus agitanes y que ha dado a la gente más aspectos positivos que negativos. No obstante, hay que reconocer que la fábrica de elaboración de bebidas medicinales si tiene efectos adversos; situación que necesariamente deberá ser tomada en consideración los impactos en los ríos, suelos, aire, problemas grave como la deforestación de zonas ecológicas no gubernamentales.

En consecuencia, todos los proyectos de desarrollo o de inversión deben garantizar el cuidado y la disminución de los impactos negativos tanto para el ambiente como el desarrollo normal del medio ambiente. Por lo expuesto es de suma importancia el análisis de los impactos que más adelante se explicara detalladamente.

En el presente capitulo se analizara los posibles impactos que representan efectos y consecuencias positivas y negativas, existentes en la investigación realizada en el proyecto dentro de los ámbitos económico, comercial, social y ambiental.

A continuación se presenta una matriz de valoración con el fin de analizar aspectos cualitativos y cuantitativos; instrumento con el cual analizaremos individualmente cada

impacto, para luego concluir con un análisis general, su valoración será de -3 a 3 calificando de acuerdo al grado de incidencia del proyecto en cada aspecto tomado en consideración.

7.1.2. Matriz de impacto económico.

Tabla 70. Impacto socio económico.

INDICADORES	-3	-2	-1	1	2	3
Generación de empleo				X		
Efecto multiplicador "crecimiento en cascada del dinero"					x	
Ingreso familiar "adicionales"					x	
Participación comunitaria "participación activa de la comunidad"					X	
TOTAL 1				1	6	
				1,75		

TOTAL 2 =1,75 Positivo medio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Marcelo Flores

Impacto socio económico.

Dentro del impacto económico se determinó un nivel positivo medio, debido a que el presente proyecto creará empleo y mejorará el ingreso de las familias con una oportunidad de trabajo de forma directa o indirecto lo mejora la calidad de vida, a través del negocio inclusivo que ofrece la microempresa

7.1.3. Matriz de Impacto comercial

Tabla 71. Impacto comercial

INDICADORES	-3	-2	-1	1	2	3
Canales de distribución					X	
Ofertas y demandas				X		
Promoción y distribución				X		
Medio de difusión				X		
Atención y servicios al cliente						X
TOTAL UNO				3	2	3
	1,6					
TOTAL DOS = 1,6 positivo bajo						

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Impacto comercial.

Se ha considerado el impacto comercial por ser de suma importancia, con un nivel positivo medio y se debe mejorar en el estudio de las variaciones de la oferta y demanda, los canales de distribución y la publicidad, lo que se determinará en el estudio de mercado.

Fórmula de cálculo: $\frac{\Sigma}{N1}$ = *sumaria de indises/numero de indicadores*

7.1.4. Matriz de Impactos de salud

Tabla 72. Impacto de salud

INDICADORES	-3	-2	-1	1	2	3
Composición orgánica de la bebida						X
Estructura química de la bebida						X
Uso poli funcional al consumir					X	
TOTAL UNO					2	6
	2,7					

TOTAL DOS =2,67 positivo alto

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Impacto de salud

Dentro de este impacto encontramos un nivel positivo alto, por estar compuesto en su mayoría por productos naturales y orgánicos lo que favorecerá al cuidado de la salud, además dentro de su estructura química no tiene ningún efecto secundario por lo que lo hace un producto saludable.

7.1.5. Matriz de impacto ambiental

Tabla 73. Impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	1	2	3
Manejo de residuos " industriales, sólidos, tóxicos"			X			
Aguas servidas o negras		X				
Depredación del suelo "malas prácticas agrícolas"			X			
Contaminación por olor				X		
TOTAL UNO		-2	-2	1		
TOTAL DOS = -0,75 bajo negativo						

Fuente: Investigación.

Elaborado: por: Marcelo Flores

Año: 2015

Impacto ambiental.

El ambiental tiene un nivel bajo negativo, por los desechos orgánicos generados en la producción de la bebida hidratante; también por el envase plástico, para lo cual es necesario tener un tratamiento de desechos orgánicos y reciclaje de los envases.

Desechos Orgánicos.- Estos desechos orgánicos son de las plantas aromáticas, mismos que pueden ser utilizados como abono orgánico, para todo tipo de plantas, por no tener ningún contacto con químicos en el proceso de producción.

Estos residuos servirán de abono para los cultivos de nuestros proveedores de MP, estos residuos serán entregados sin ningún costo, permitiendo a nuestra empresa contribuir con responsabilidad empresarial.

Embaces plásticos.- Para minimizar este impacto, la empresa decidió utilizar envases de plástico reciclable, contribuyendo de esta forma a mejorar los ingresos de las personas que se encargan de recopilar estos envases, debido a que las empresas recicladoras compran este

tipo de material al peso. La utilización de este material reutilizado contribuye a elaborar otros productos como adornos, embaces para productos químicos, postes de energía eléctrica, entre otros.

Aguas servidas o negras.- Este tipo de impacto, no tiene mayor afectación, porque dentro del proceso de producción no se utiliza el agua en procesos de descontaminación, siendo las únicas aguas servidas y negras las de uso humano, mismas que se desechan por el servicio de alcantarillado.

Depredación del suelo por malas prácticas agrícolas.- Para ser considerada como materia prima, las plantas de manzanilla, cedrón y toronjil, serán totalmente libres de químicos en su etapa de cultivo, siendo este el primer requisito para calificar como proveedor de nuestra empresa.

Una de las ventajas que tienen estas plantas, es que tienen propiedades naturales para no contaminarse de plagas, siendo innecesario la utilización de químicos. A más de eso los residuos orgánicos que se generan en la producción de la bebida pueden ser utilizados como abono, teniendo la prioridad nuestros proveedores sin ningún costo esto contribuye a mitigar este impacto.

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el diagnóstico situacional actual de la ciudad de Otavalo se determina que existe disponibilidad de materia prima en las parroquias de Quichinche, San Pablo e Iluman, así como mano de obra calificada.
- Con respecto al financiamiento económico del proyecto, se concluye que son las instituciones financieras del sector público quienes otorgan mejores condiciones de financiamiento a nuevos emprendimientos, teniendo un interés que oscila desde 6,9 % hasta el 11 % anual, financiando desde 70% de la inversión. Adicionalmente brindan soporte técnico en la etapa de implementación de la planta de producción.
- Como un resultado de la investigación estadística presentada en el estudio de mercado, es posible concluir que existe una demanda insatisfecha de 75% resultando una oportunidad para poder introducir la bebida hidratante al mercado. También estos resultados estadísticos demuestran que el 95% de los encuestados están dispuestos a consumir el producto elaborado a base de plantas medicinales.
- En el estudio financiero se determina que la inversión necesaria para iniciar con el proyecto es 96.653,46 USD., de los cuales el 33,33% es inversión financiada y el 66,67 % restante estará cubierta por el aporte de los socios.
- Es importante mencionar que para cubrir los costos de producción de la bebida hidratante, es necesario vender 141.013,00 unidades, al año, siendo este valor el punto de equilibrio.
- Se considera un margen de utilidad del 20 % siendo este valor variable ya que depende de los costos de producción, reformas legales tributarias, y del precio de venta de la competencia al momento de conocer del nuevo producto que introduciremos.
- En la evaluación financiera del proyecto, se concluye la factibilidad financiera, debido a que se presenta una VAN y un TIR positivo los cuales ayudan para el desarrollo de cada uno de los componentes de la microempresa.

RECOMENDACIONES

- Estudiar con mayor detalle el costo del precio unitario de venta al público de la bebida hidratante, considerando los factores variables como la inflación, incremento anual de las remuneraciones a trabajadores, depreciación de la maquinaria y el precio de venta de la competencia.
- Tener campañas de promoción y publicidad agresivas en radio y televisión local, a más de realizar degustaciones del producto en el mercado local y provincial, con tendencia al crecimiento del mercado nacional.
- Establecer un fondo de inversión destinado a renovar la maquinaria utilizada en la etapa de producción del producto, esto permitirá contar con equipos tecnológicos actualizados mismos que pueden contribuir a la reducción de costos y generar mayor rentabilidad.
- Después de los cinco años de vida del proyecto se debe rediseñar la estructura organizacional, el manual de funciones y los perfiles de los puestos, tendiendo siempre al crecimiento de la empresa y el normal funcionamiento de la misma.
- También es importante realizar una retroalimentación de experiencias vividas durante los cinco años primeros, y en base a este auto análisis plantear nuevos objetivos y metas institucionales que generen mayor posicionamiento del producto en el mercado.
- Realizar un estudio de mercado orientado a conocer nuestras fortalezas y debilidades del producto ofertado, esto nos permitirá mejorar la calidad del producto e incluso determinar si es necesario la creación de un nuevo sabor de bebida hidratante.

BIBLIOGRAFÍA

(BLANCO, 2007, pág. 67) Formulación y evaluación de proyectos

(RINCÓN, 2010, pág. 6), Contabilidad Siglo XXI

RODRIGUEZ 2010 pág. 88 Administración de Pequeñas y Medianas Empresas

(AMUCHASTEGUI.Fernando, 2010).

RESTREPO, Mérida; “El Milagro de las Plantas”; 2010.

(López R, 2008) Pág. 3 Conceptos Mercantiles y Laborales en el Turismo.

CERON MARTINEZ, Carlos E; Plantas medicinales de los Andes Ecuatorianos.

KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo, MOORI, Virginia “DESARROLLO EMPRENDEDOR”, 2010.

DUEÑAS, Ricardo, y SAGARRA, Ramón., “Creación de Empresas Teoría y Práctica”, 2011.

BLANCO, Formulación y evaluación de proyectos, 2007.

MONTEROS Edgar, “Manual de Gestión Micro empresarial”, 2005.

BUGATTI, Osmar, (1999),”TECNICAS DE GESTIÓN PARA MICROEMPRESARIOS”.

ROJAS, Sérvulo “ADMINISTRACION DE PEQUEÑAS EMPRESAS”, 1993.

HILL, Michael, BLACK, Steven, PORTER, Lyman, “ADMINISTRACION”, 2006.

HERRERO, Julián, “ADMINISTRACION, GESTIÓN Y COMERCIALIZACION DE LA PEQUEÑA EMPRESA”, 2003.

ANZOLA, Sírvulo, (2010), “ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS”.

BENAVIDES, Javier “ADMINISTRACION”, 2004.

POLIMENI, Ralph, FABOZZI, Frank, ADELBERG, Arthur, “CONTABILIDAD DE COSTOS”, 2007.

PERREAULT, Mac Carthy, “MARKETIG”, 2010.

HARGADAN, Bernard y MUÑERO, Armando “CONTABILIDAD DE COSTOS”, 1985.

SÁNCHEZ, Pedro “CONTABILIDAD GENERAL”, 2008.

SARMIENTO, Rubén “CONTABILIDAD GENERAL”, 2003.

ZAPATA, Pedro, “CONTABILIDAD DE COSTOS”, 2007.

POLIMENI, Ralph, FABOZZI, Frank, ADELBERG, Arthur, “CONTABILIDAD DE COSTOS”, 2007.

LINKOGRAFIA

- [www. Google.com/ imágenes plantas medicinales](http://www.google.com/)
- www.google.es/search?q=imagenes+de+otavalo+ecuador
- www.otavalo.gob.ec
- [www. Plantas medicinales Encarta 2010](http://www.Plantas medicinales Encarta 2010)
- http://static.freepik.com/foto-gratis/botellas-de-plastico_72854.jpg
- www.controlsanitario.gob.ec
- www.google/maps
- <http://es.slideshare.net/AlbGuerrero/revista-industrias-marzo-2014>
- [://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.1334.2.2011](http://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.1334.2.2011)
- <http://definicion.de/punto-de-ebullicion/>
- <http://www.ecuapack.com/sitio/catalogo/llenadoras/category/de-liquidos.html>
- <http://www.plantas-medicinales.es/propiedades-medicinales-del-cedron/>
- <http://www.buenasalud.net/2010/04/12>
- http://www.ehowenespanol.com/peligros-del-benzoato-sodio-info_117213/
- <http://search.tb.ask.com/search/AJimage.jhtml?&searchfor=umbabura&p2=^JS^xmd006^YYA^ec&n=781acce6&ss=sub&st=hp&ptb=732>
- <https://espanol.maps.yahoo.com/obp/map/?lat=0.24195599167357904&lon=-78.26930522918701&q=Otavalo%2C%20Imbabura%2C%20Ecuador%20I0401&bb=0.25298513%2C-78.28829527%2C0.23092684%2C-78.25031519>

http://redbiblioucaue.com/opac_css/index.php?lvl=search_result

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA REALIZADA A HABITANTES DE OTAVALO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA

El propósito de la presente encuesta es determinar la factibilidad de la elaboración, comercialización y distribución de una bebida a base de plantas medicinales en la ciudad de Otavalo en el año 2015. Las siguientes preguntas tienen como fin el estudio académico.

Fecha de aplicación	05/05/2015		
Genero	Masculino		Femenino <input checked="" type="checkbox"/>
Edad	18 Años		

<p>1.- ¿Consumen usted bebidas hidratantes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>2.- ¿Qué tipo de bebidas?</p> <p><input type="checkbox"/> Energizantes (V220) <input type="checkbox"/> Gaseosas <input checked="" type="checkbox"/> Aguas <input type="checkbox"/> Té <input type="checkbox"/> Jugos naturales <input type="checkbox"/> Otro _____</p> <p>3.- ¿Por qué consume estas bebidas?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Por salud <input type="checkbox"/> Por gusto <input type="checkbox"/> Por sed</p> <p>4.- ¿Con que frecuencia consume las bebidas al día?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> O más</p> <p>5.- ¿Consumiría usted una bebida a base de plantas medicinales?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Por qué: _____</p>	<p>6.- ¿Qué sabor de bebida medicinal es de mayor agrado para usted?</p> <p><input type="checkbox"/> Manzanilla <input type="checkbox"/> Cedrón <input type="checkbox"/> Horchata <input checked="" type="checkbox"/> Toronjil <input type="checkbox"/> Otro _____</p> <p>7.- ¿Compraría usted una bebida medicinal que cumpla con todas las normas sanitarias?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>8.- ¿Le gustaría que las bebidas medicinales contengan azúcar?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Por qué: <u>Para tenga buen sabor</u></p> <hr/> <p>9.- ¿En dónde preferiría adquirirlas?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Tiendas locales <input type="checkbox"/> Micro mercados <input type="checkbox"/> Supermercados <input type="checkbox"/> Otros</p> <p>10.- ¿Cómo prefiere la presentación de las bebidas?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Envase Vidrio <input type="checkbox"/> Envase Plástico</p>
---	---

Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta.

¡¡Gracias por su colaboración!!



**ANEXO B: ENTREVISTA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN,
COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS A BASE
DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO"**

DATOS PERSONALES

NOMBRE:

EDAD: **FECHA:**

**NOMBRE DE LA
EMPRESA:**.....

CARGO:.....

1.- ¿Qué productos elabora su empresa?

.....
.....
.....
.....
.....

2.- ¿Cómo fija el costo del producto?

.....
.....
.....
.....
.....

3.- ¿Para el incremento del producto que variables considera?

.....
.....
.....
.....
.....

4.- ¿Cuáles son sus canales de distribución?

.....
.....
.....
.....
.....

5.- ¿Qué tipo de publicidad utiliza?

.....
.....
.....

.....
.....

6.- ¿Su producto tiene promociones? ¿Cuáles son?

.....
.....
.....
.....
.....

7.- ¿Cuáles son los requisitos legales para la elaboración y comercialización de su producto?

.....
.....
.....
.....

.....8.- ¿Qué tipo de empresa es? y ¿Por qué se decidió por ese tipo?

.....
.....
.....
.....
.....

9.- ¿Qué tipo de endulzante utiliza? ¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....

10.- ¿Qué tipo de saborizante utiliza? y ¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....

11.- ¿Qué tiempo de duración tiene su producto?

.....
.....
.....
.....
.....

12.- ¿Cuáles son las dificultades al comercializar el producto?

.....
.....
.....
.....
.....

13.- ¿Cuáles son las dificultades al distribuir el producto?

.....
.....
.....
.....

14.- ¿Quiénes son sus mayores consumidores? (niños, jóvenes, adultos, adultos mayores)

.....
.....
.....
.....

15.- ¿Cuáles son sus puntos de entrega?

.....
.....
.....
.....

16.- ¿Quiénes son sus mayores competidores?

.....
.....
.....
.....

17.- ¿Quiénes son sus proveedores de materia prima?

.....
.....
.....
.....

18.- ¿Quiénes son sus proveedores de maquinaria y equipo? (Costo de maquinaria)

.....
.....
.....

.....
.....

19.- ¿Qué porcentaje de la capacidad de producción actual utiliza?

.....
.....
.....
.....
.....

20.- ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento del equipo?

.....
.....
.....
.....

G R A C I A P O R S U C O L A B O R A C I Ó N

.....

FIRMA

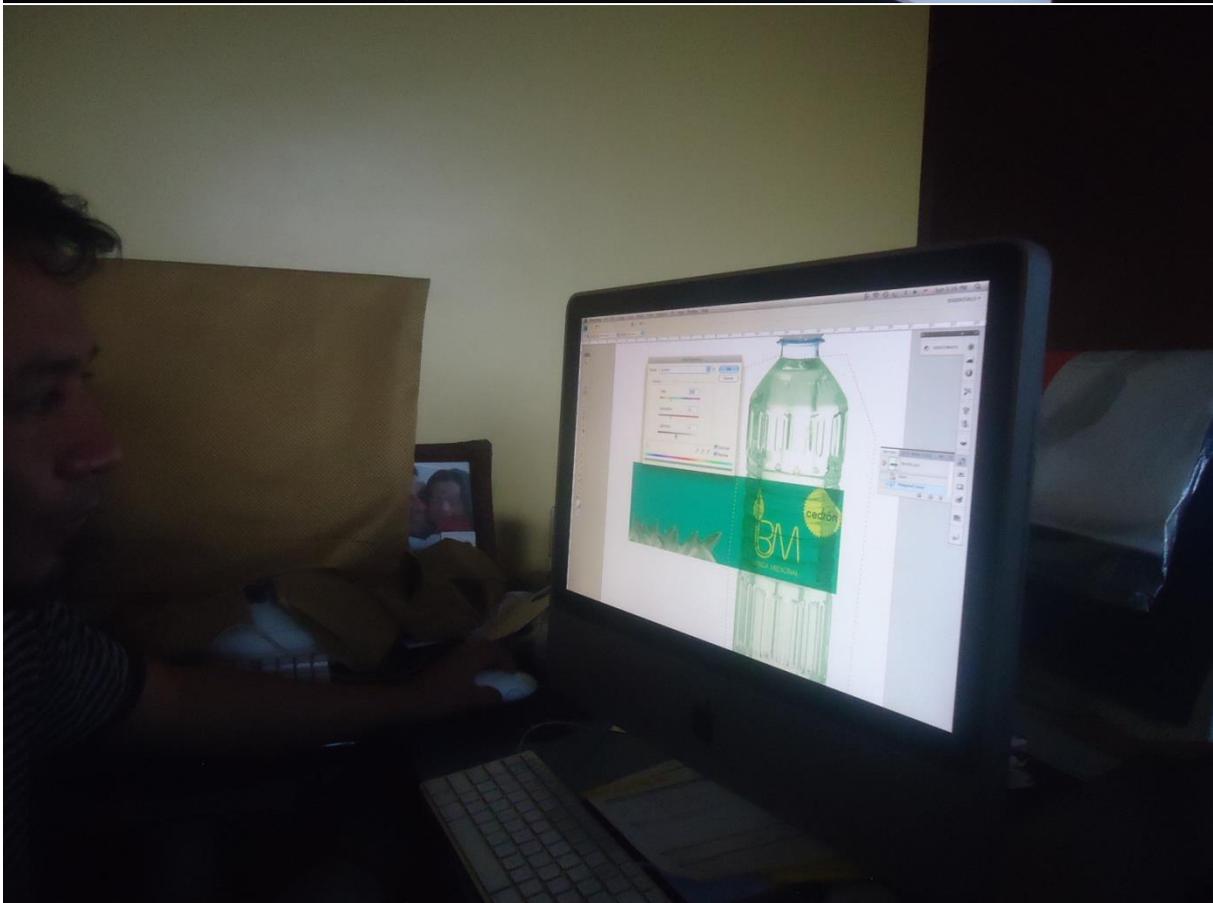
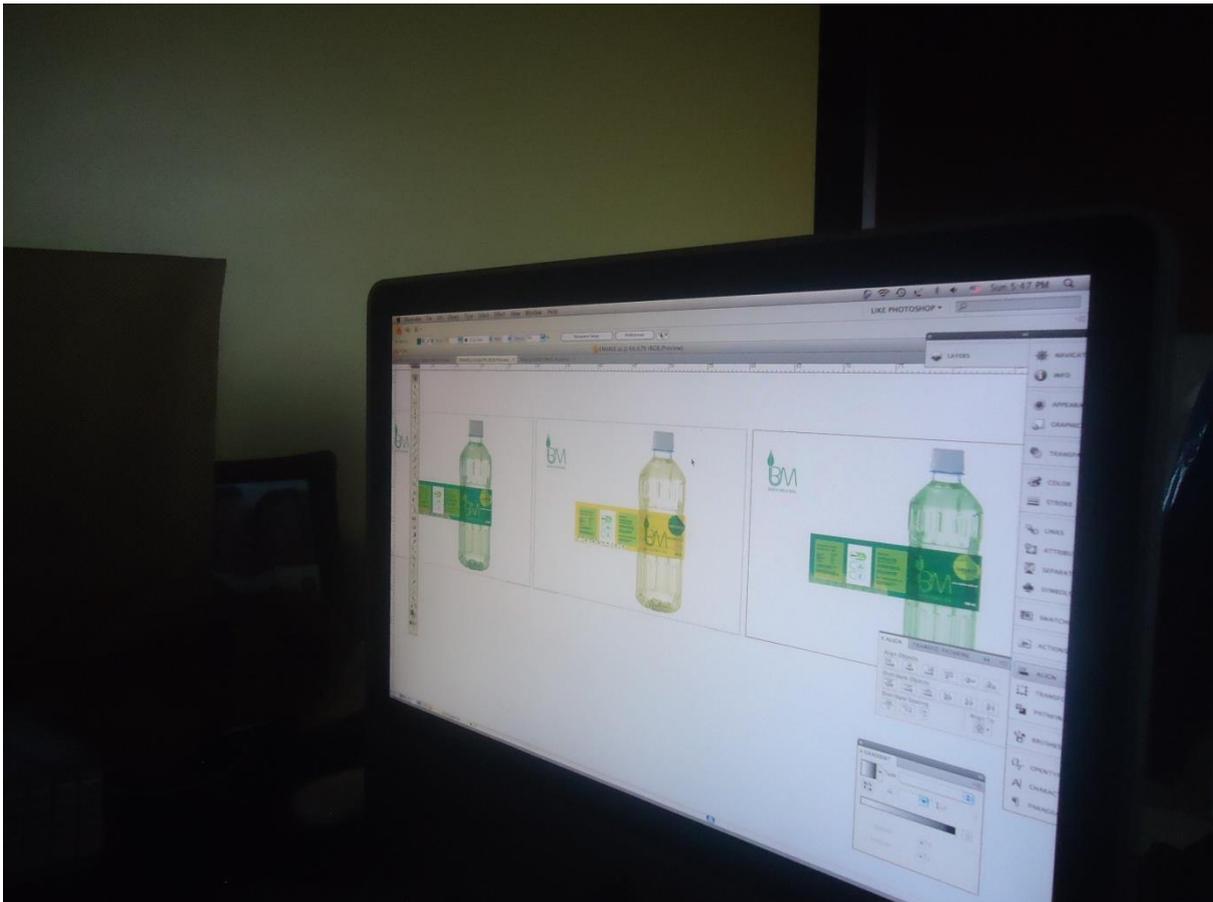
.....

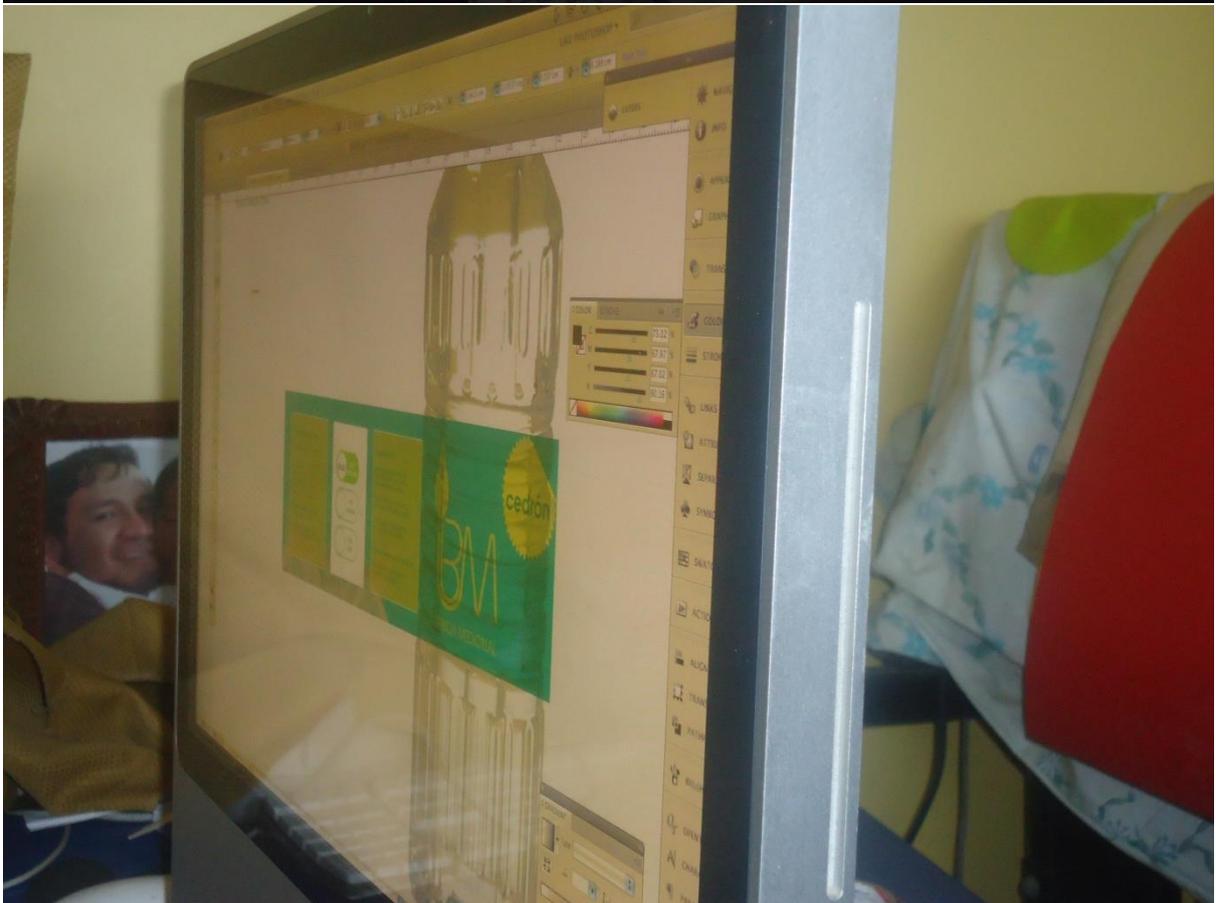
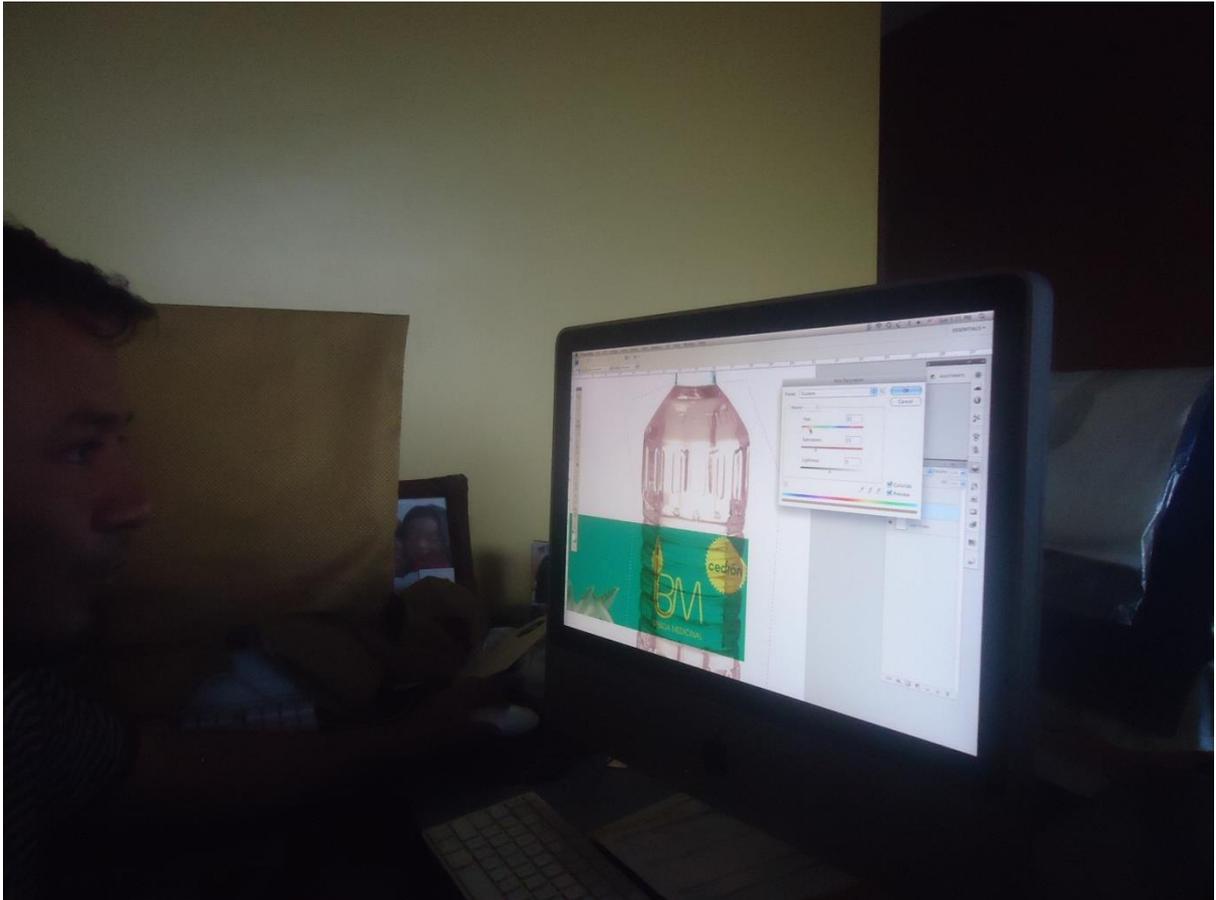
CEDULA

ANEXO C: ELABORACIÓN DEL LA ETIQUETA BEBIDA MEDICINAL JHONA

Diseñando el logotipo de la bebida

Autores: Abraham Perugachi y Marcelo Flores.





ANEXO D: EXHIBICIÓN DE LA BEBIDA

Bebida de manzanilla



Bebida de cedrón



Bebida de toronjil



ANEXO E: PROFORMA

		PROFORMA	
		N°02869	
		RUC:1091734547001	
		IBARRA, 18 DE junio DE 2015	
te	EMELNORTE		
cción:	Borrero 876 y Chica Narváez		TELF: 2641288
Detalle		V.Unitario	V. Total
2	ESCRITORIOS INDIVIDUALES, Elaborados en Melamínico Duraplac de 19mm Doble Cara con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.20cmx 0.60cm Incluye 1 Cajonera Triple METÁLICA Con Seguridad para las tres gavetas. 1 Porta Teclado de Riel, 1 Pasacable Redondo de Plástico.	187.50	375.00
2	SILLONES PTE. 6037 C/B, Con Sistema de Regulación de Altura y Reclinación, Base Cromada 5 puntas con Garruchas Plásticas. Tapiz Cuerina Tipo cuero color Negro.	163.39	326.78
3	Sillas Visita "Censa" sin brazos estructura metálica tapiz cuerina negra	37.5	225.00
	Anaqueles elaborados en melamínico tamaño 1.80*0.90*.040cm con divisiones internas Dos Pertas bajas con seguridad.		183.04
4	Estantería metálicas de 5 bodegas tamaño 2.00*1.00*0.40cm	116.07	464.28

Plazo de Entrega:	15 días Laborables	Subtotal \$	1,574.10
Forma de Pago:	60% Al Pedido y 40% a la Entrega		
Plazo Proforma:	15 Días	IVA 12%	188.89
Plazo de Garantía:	Un Año por daños de fabricación	PAGO TOTAL	1,762.99
Entregué Conforme		Recibí Conforme	
Irene Játiva			
Telf: 062 953400			
Dir. Pedro Moncayo 7-13 y Olmedo Esq.			
Lineanuevamobiliario@gmail.com			