



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS
MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO
REY”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de INGENIERO (A) **COMERCIAL**

Autores

Gavilema Caisa Wilma del Pilar

Mena Jiménez Martha Patricia

Director

Ing. Merino Zurita Milton Marcelo

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero del 2010

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”**

, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....
Gavilema Caisa Wilma del Pilar

C.I. 050293271-8

.....
Mena Jiménez Martha Patricia

C.I 050307330-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador**

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”, de Gavilema Caisa Wilma del Pilar y Mena Jiménez Martha Patricia, postulantes de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Mayo, 2010

El Director

.....

Ing. Merino Zurita Milton Marcelo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Carrera de Ciencias Administrativas, Humanísticas y Del Hombre; por cuanto, las postulantes: Gavilema Caisa Wilma del Pilar y Mena Jiménez Martha Patricia, con el título de tesis: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 17 de Mayo del 2010

Para constancia firman:

.....

Ing. Wilson Trávez

PRESIDENTE

.....

Licda. Guadalupe Bonilla

MIEMBRO

.....

Nombres de Miembro de Tribunal

PROFESIONAL EXTERNO

.....

Ing. Francisco Garzón

OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios y la virgen por estar siempre a nuestro cuidado y guía en el camino del diario vivir y darnos la fuerza para seguir sin desmayar, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por darnos la oportunidad de crecer profesionalmente con Docentes que comparten sus conocimientos para realzar un trabajo con excelencia y paciencia como lo a demostrado nuestro Director de Tesis el Ingeniero Merino Zurita Milton Marcelo que gracias a sus recomendaciones hemos desarrollado este proyecto.

Wilma y Patricia.

DEDICATORIA

A mis padres Leonidas y Teresa, por su comprensión y ayuda en momentos malos y buenos; ellos me han enseñado a no desfallecer. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia & mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nada a cambio.

Wilma

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres Rigoberto Mena y Clementina Jiménez por su lucha diaria que realzan por ver a sus hijos crecer mediante su esfuerzo y sacrificio gracias a mis padres por ser como son los amo, a mis hermanos, J,R,R,K. por ser mi guía para seguir adelante, como también al amor de mi vida Byron Núñez por estar a mi lado apoyándome en cada instante con amor y cariño en las buenas y en las malas para poder llegar juntos al triunfo trazado.

Patricia.

INDICE

INDICE

Contenido	Pág.
Portada	i
Auditoría	ii
Aval del Director de Tesis	iii
Aprobación del Tribunal	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Dedicatoria	vii
Índice	viii
Resumen	xvii
Abstract	xix
Aval	xxi
Introducción	xxii

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Empresa	1
1.1.1 Gestión Administrativa	2
1.1.2 Administración	3
1.1.3 Importancia de la Administración	
1.1.3.1 Etapas de la Administración	3
1.1.3.1.1 Planificación	
1.1.3.1.2 Organización	3
1.1.3.1.3 Dirección	
1.1.3.1.4 Control	3
1.2. Proyecto de Factibilidad	4
1.2.1 Importancia del Estudio de Factibilidad	4
1.3 Estudio de Mercado	5
1.3.1 Proceso Metodológico del Estudio de Mercado	5
1.3.1.1 Planteamiento del Problema	
1.3.1.2 Oportunidad de Negocio	5
1.3.1.3 Objetivos de la Investigación	
1.3.1.4 Identificación de Fuentes de Información	6
1.3.2 Tipo de Investigación	6
1.3.2.1 Método Deductivo	6
1.3.3 Técnicas de Investigación	6
1.3.4 Diseño Estadístico	7
1.3.4.1 Plan de Muestreo	7
1.3.4.1.1 Análisis y Tabulación de la Información	7
1.3.5 Identificación del producto	7
1.3.6 Identificación del segmento de Mercado	7
1.3.7 Estudio de la Demanda	7
1.3.8 Oferta	7
1.3.9 Demanda Insatisfecha	7
1.3.10 Análisis del precio de Mercado	7
1.3.11 Comercialización del Servicio en el Mercado	7
1.4 Estudio Técnico	7
1.4.1 Análisis del Tamaño de la Empresa	7
1.4.2 Localización Óptima del Proyecto	7
1.4.3 Estudio de la Ingeniería	8

1.4.3.1.Descripción Técnica del producto y Servicio	8
1.4.3.2. Flujograma de Procesos	8
1.4.4. Distribución de la Planta	8
1.4.5 Análisis del Impacto Ambiental	8
1.4.6. Requerimientos del proyecto	9
1.4.7 Análisis Administrativo	9
1.4.8 Marco Legal De la Empresa	9
1.4.9Estructura Orgánica y Funcional	9
1.4.10 Direccionamiento Estratégico	9
1.4.10.1 Misión	9
1.4.10.2 Visión	10
1.4.10.3 Objetivos	10
1.4.10.4 Políticas	10
1.4.10.5 Estrategias	10
1.5 Estudio Financiero	11
1.5.1 Inversión Total Inicial	11
1.5.1.1 Inversión Inicial	12
1.5.1.2 Inversión Fija	12
1.5.1.3 Inversión Diferida	12
1.5.1.4 Capital de Trabajo	12
1.5.2 Financiamiento	12
1.5.3 Amortización	12
1.5.4 Presupuesto de Costos	13
1.5.4.1 Presupuestos de ingreso	13
1.5.5 Punto de Equilibrio	13
1.5.6 Estados Financieros	14
1.5.6.1 Balance de Pérdidas y Ganancias	14
1.5.6.2 Balance General	14
1.5.6.3 Flujo de Caja	14

1.6 Evaluación económica y Financiera del Proyecto	14
1.6.1 Tasa Mínimas Aceptable de Retorno(T.M.A.R)	14
1.6.2 Valor Actual Neto (VAN)	15
1.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	15
1.6.4 Período de recuperación de la Inversión	15
1.6.5 Relación Beneficio – Costo	16
1.6.6 Análisis de Sensibilidad	16
	16
	17
	17
CAPITULO II	17
ESTUDIO DE MERCADO	18
2.1. Importancia del Estudio de mercado	18
2.2. Objetivos	
2.2.1 Objetivo General	18
2.2.2 Objetivos Específicos	19
2.3 Identificación del Mercado Meta	19
2.3.1 Segmentación de Mercado	
2.3.1.1 Segmentación Geográfica	19
2.3.1.2 Segmentación Demográfica	20
2.4 Actividades Realizadas en la Investigación de Mercado	20
2.5 Identificación del Producto	
2.5.1 Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en atados	20
2.5.2 Bolsas para Infusión	
2.5.3 Plantas Deshidratadas	21
2.5.4 Plantas en polvo	21
2.5.5 Productos Sustitutos	21
2.6. Análisis de la Demanda	22
2.6.1 Demanda Actual del Producto	
2.6.1.1 Demanda Proyectada	22

2.6.2 Análisis de la Oferta	22
2.6.2.1 Oferta proyectada	22
2.7 Estimación de la demanda Insatisfecha	
2.8 Análisis de Precio	22
2.8.1.1 Proyección del Precio	
2.9 Comercialización	
2.9.1 Estrategias de Precios	
2.9.1.1 Estrategias de Promoción	
2.9.2 Canales de Distribución	
2.10 Estrategias de Comercialización	
	23
CAPITULO III	23
ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO	24
	24
3. Estudio Técnico	24
3.1 Objetivos del estudio Técnico	24
3.1.1 Objetivo General	24
3.1.2 Objetivos Específicos	25
3.2 Tamaño Optimo de la Empresa	25
3.2.1 Tamaño	26
3.2.2 Tamaño en función del mercado	41
3.2.3 El Tamaño en Función de los Costos de Producción	41
3.2.4 Tamaño en Función del Financiamiento	43
3.2.5 Disponibilidad de la Mano de Obra	43
3.2.6 Disponibilidad de la Materia Prima	43
3.2.7 Tamaño Propuesto	44
3.3. Localización Optima del Proceso	44

3.3.1 Macro localización	44
3.3.2 Micro localización	45
3.4 Ingeniería del Proyecto	47
3.4.1 Características del Producto	49
3.4.1.1 Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados	50
3.4.1.2 Bolsas para Infusión	53
3.4.1.3 Plantas Deshidratadas	54
3.4.1.4 Plantas Aromáticas en Polvo	54
3.4.2 Proceso Productivo	55
3.4.2 .1 Diagrama De Flujo del Proceso Productivo	55
3.4.2 1.1 Descripción del proceso productivo para el cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales	56
3.4.2.1.1.1 Diagrama de flujo para el proceso productivo para el cultivo de Plantas aromáticas y Medicinales	58
3.4.2.1.2 Descripción del Proceso Productivo de Plantas Aromáticas y Medicinales en Atados	
3.4.2.1.2.1 Diagrama de Flujo para el proceso Productivo para plantas en atados	59
3.4.2.1.3 Descripción del proceso productivo para la elaboración de productos de plantas aromáticas y medicinales en bolsas para infusión	59
3.4.2.1.3.1 Diagrama de flujo para el Proceso Productivo para las plantas aromáticas y medicinales de bolsas para infusión	59
3.4.2.1.4 Descripción del Proceso para la elaboración productos de plantas aromáticas y medicinales Deshidratadas	60
3.4.2.1.4.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales Deshidratadas	60

3.4.2.1.4 Descripción del Proceso para la elaboración de productos de plantas aromáticas y medicinales en polvo	60
3.4.2.1.4.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales polvo	61
3.5 Distribución en Planta y Diseño General de la Estructura	62
3.5.1 Diseño General de la estructura	63
3.5.1.1 Infraestructura	64
3.6 Análisis del Impacto Ambiental	65
3.7 Requerimientos del Proyecto	66
3.8 Propuesta Administrativa	67
3.8.1 Razón Social	67
3.8.2 Constitución de la Empresa	68
3.8.3 Estructura Organizacional de la Empresa	
3.8.4 Estructura Funcional de la Empresa	69
3.8.4.1 Descripción de Funciones	71
3.9 Direccionamiento Estratégico	72
3.9.1 Misión	73
3.9.2 Visión	74
3.9.3 Principios Corporativos	75
3.9.4 Valores Corporativos	
3.9.5 Objetivos Estratégicos	76
3.9.5.1 Estrategia de Mercado	
3.9.5.2 Estrategias de Personal	77
3.10 Estudio Económico y Financiero	
	78

3.10.1 Componentes de la Inversión Inicial.	
3.10.1.1 Inversión Fija	79
3.10.1.2 Inversión Diferida	
3.10.1.3 Capital de Trabajo	
3.10.2 Depreciación	80
3.10.3 Programa de Inversión	
3.10.4 Fuentes de Financiamiento	81
3.10.4.1 Aporte de Capital Propio	
3.10.4.2 Crédito a Largo Plazo	82
3.10.5 Determinación de Costos de Operación	
3.10.5.1 Costos Fijos y Variables	83
3.10.5.1.1 Costos Fijos	
3.10.5.2 Costos Variables	84
3.10.6 Costos Anuales Proyectados	85
3.10.6.1 Costos Unitarios de Producción	85
3.10.7 Determinación de Ingresos	89
3.10.7.1 Ingresos Anuales Proyectados	90
3.10.8 Punto de Equilibrio	92
3.10.9 Estados Financieros	97
3.10.9.1 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados	97
3.10.9.2 Flujo de Efectivo Proyectado	98
3.11 Evaluación Financiera del Proyectado	99
3.11.1 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)	100
3.11.2 Valor Actual Neto (VAN)	101

3.11.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	109
3.11.4 Período de Recuperación	109
3.11.5 Relación Costo Beneficio	109
3.11.6 Análisis de Sensibilidad Económica	
3.12 Impacto del Proyecto	109
3.12.1 Impacto Socioeconómico	
Consideraciones finales	110
Conclusiones	111
Recomendaciones	112
Anexos	112
Bibliografía	113
	113
	113
	113
	114
	115
	116
	118
	118
	118
	119
	119
	119
	120
	121
	121

123

123

125

130

130

133

133

135

136

137

138

138

139

139

140

141

141

142

144

153

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1 Parroquias del Cantón Latacunga	25
CUADRO Nº 2 Segmentación de Mercado	26
CUADRO Nº 3 Población de la Provincia de Cotopaxi	28
CUADRO Nº 4 Población Económicamente Activa de la Provincia de Cotopaxi	29
CUADRO Nº 5 Proyección de la Población Económicamente Activa	29
CUADRO Nº 6 Mercado Meta	
CUADRO Nº 7 Plan de Muestreo	29
CUADRO Nº 8 Pregunta Nº 1	31
CUADRO Nº 9 Pregunta Nº 2	32
CUADRO Nº 10 Pregunta Nº 3	33
CUADRO Nº 11 Pregunta Nº 4	34
CUADRO Nº 12 Pregunta Nº 5	35
CUADRO Nº 13 Pregunta Nº 6	36
CUADRO Nº 14 Pregunta Nº 7	37
CUADRO Nº 15 Pregunta Nº 7	38
CUADRO Nº 16 Pregunta Nº 8	39
CUADRO Nº 17 Demanda Actual de Plantas En Atados	40
CUADRO Nº 18 Demanda Actual de Plantas En Bolsas de Infusión	44
CUADRO Nº 19 Demanda Actual de Plantas Deshidratadas	45
CUADRO Nº 20 Demanda Actual de Plantas en Polvo	
CUADRO Nº 21 Tabla de la Demanda proyectada	45

de plantas al natural en atados	45
CUADRO N° 22 Tabla de la demanda proyectada de bolsas para infusión	46
CUADRO N° 23 Tabla de la demanda proyectada de plantas Deshidratadas	46
CUADRO N° 24 Tabla de la demanda proyectada de plantas en polvo	46
CUADRO N° 25 Cantidad del producto Ofertado	47
CUADRO N° 26 Tabla de la oferta proyectada de plantas Aromáticas medicinales en atados	48
CUADRO N° 27 Tabla de la oferta proyectada de plantas en bolsas para infusión	49
CUADRO N° 28 Tabla de la oferta proyectada de plantas deshidratadas CUADRO N° 29 Tabla de la Oferta Proyectada de plantas en polvo	49
CUADRO N° 30 Demanda Insatisfecha de Plantas en atados	50
CUADRO N° 31 Demanda Insatisfecha Bolsas para Infusión	50
CUADRO N° 32 Demanda Insatisfecha de plantas Deshidratadas	50
CUADRO N° 33 Demanda Insatisfecha de Plantas en Polvo	51
CUADRO N° 34 PRECIOS INVESTIGADOS EN EL MERCADO	51
CUADRO N° 35 PROYECCIÓN DE PRECIOS	51
CUADRO N° 36 Matriz de estrategias de precios	52
CUADRO N° 37 Matriz de Estrategias de Promoción	52
CUADRO N° 38 Canales de Distribución	52
CUADRO N° 39 Matriz de Estrategias de Comercialización	53

CUADRO N° 40 Mano de Obra Necesaria para el Proyecto	
CUADRON° 41 Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas Aromáticas Medicinales en atados	53
	54
CUADRO N° 42 Tabla de la Demanda Proyectada de bolsas Para Infusión	55
	56
CUADRO N°43 Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas Deshidratadas	58
CUADRO N°44 Tabla de la Demanda Proyectada de plantas en polvo	62
	63
CUADRO N° 45 Simbología de Diagrama de Flujo de Procesos	
CUADRO N° 46 Diagrama de flujo del Cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales	63
CUADRO N° 47 Diagrama de Flujo para el proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales en Atados	64
CUADRO N° 48 Diagrama de Flujo para el proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales de bolsas para Infusión	64
CUADRO N° 49 Diagrama de Flujo para el proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales deshidratadas	74
CUADRO N° 50 Diagrama de Flujo para el proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales en Polvo	76
CUADRO N° 51 Infraestructura	78
CUADRO N° 52 Impacto Ambiental	
CUADRO N° 53 Requerimientos del Proyecto	80
CUADRO N° 54 Personal Requerido	
CUADRO N° 55 Análisis de Cargo De Gerencia General	82
CUADRO N° 56 Análisis de Cargo de Secretaría-Recepción	
CUADRO N° 57 Análisis de Cargo del Contador	84

CUADRO N° 58 Análisis de Cargo del Jefe de Producción	
CUADRO N° 59 Análisis del cargo de los Jornaleros	89
CUADRO N° 60 Análisis del Cargo de los Operarios	91
CUADRO N° 61 Análisis del cargo de Agente Vendedor	92
CUADRO N° 62 Inversión Inicial Total Requerida	100
CUADRO N° 63 Depreciación de Activos Fijos	101
CUADRO N° 64 Depreciación de Activos Diferidos	102
CUADRO N° 65 Cronograma de Inversiones	104
CUADRO N° 66 Aporte de Capital Propio	105
CUADRO N° 67 Tabla de Amortización	106
CUADRO N° 68 Identificación de Costos	107
CUADRO N° 69 Costos de Producción Anual	108
CUADRO N° 70 Costo Unitario de Producción de Plantas En Atados	114
	115
CUADRO N° 71 Costo Unitario de Producción Bolsas Para Infusión	115
CUADRO N° 72 Costo Unitario de Producción Plantas Deshidratadas	117
CUADRO N° 73 Costo Unitario de Producción de Plantas en Polvo	118
CUADRO N° 74 Ingresos Anuales Proyectados	119
CUADRO N° 75 Punto de Equilibrio de Plantas en Atados	120
CUADRO N° 76 Punto De Equilibrio Bolsas para Infusión	121
CUADRO N° 77 Punto De Equilibrio Plantas Deshidratadas	122
CUADRO N° 78 Punto De Equilibrio Plantas En Polvo	
CUADRO N°79 Estado De Pérdidas Y Ganancias	122

CUADRO N° 80 Balance General	123
CUADRO N° 81 Flujo de Efectivo Proyectado	
CUADRO N° 82 Tasa Mínima Aceptable de Retorno	123
CUADRO N° 83 Valor Actual Neto	
CUADRO N° 84 Tasa Interna de Retorno	124
CUADRO N° 85 Periodo de Recuperación de la Inversión	126
CUADRO N° 86 Valores Actuales de Beneficios y Costos	127
CUADRO N° 87 Análisis de Sensibilidad	128
	129
	131
	132
	134
	136
	136
	137
	138
	139
	139

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Pregunta N° 1	32
GRÁFICO N° 2 Pregunta N° 2	33
GRÁFICO N° 3 Pregunta N° 3	34

GRÁFICO N° 4 Pregunta N° 4	35
GRÁFICO N° 5 Pregunta N° 5	36
GRÁFICO N° 6 Pregunta N° 6	36
GRÁFICO N° 7 Pregunta N° 7	38
GRÁFICO N° 8 Pregunta N° 7	39
GRÁFICO N° 9 Pregunta N° 8	40
GRÁFICO N° 10 Canales de Distribución	57
GRÁFICO N° 11 Tasas del sistema Financiero Referenciales	61
GRÁFICO N° 12 Organigrama Estructural	97
GRÁFICO N° 13 Punto de Equilibrio de Plantas en Atados	126
GRÁFICO N° 14 Punto de Equilibrio de Bolsas para Infusión	127
GRÁFICO N° 15 Punto de Equilibrio de Plantas Deshidratadas	128
GRÁFICO N° 16 Punto de Equilibrio de Plantas en Polvo	129

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1 Mapa de la Macro localización del Proyecto	65
FIGURA N° 2 Mapa de Localización del Proyecto	66
FIGURA N° 3 Plantas Aromáticas y Medicinales Al Natural En	68

Atados

FIGURA Nº 4 Bolsas Para Infusión	69
FIGURA Nº 5 Plantas Aromáticas y Medicinales Deshidratadas	71
FIGURA Nº 6 Plantas Aromáticas y Medicinales en Polvo	72
FIGURA Nº 7 Diseño General de La Estructura de la Empresa	86
FIGURA Nº8 Diseño general de la estructura de la empresa- planta administrativa.	87
FIGURA Nº9 Diseño general de la estructura de la empresa- planta de cultivo.	88

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1 Tabla Nutricional de Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados	69
TABLA Nº 2 Tabla Nutricional de Bolsas para Infusión	70
TABLA Nº 3 Tabla Nutricional de Plantas Aromáticas y Medicinales Deshidratadas	71
TABLA Nº 4 Tabla Nutricional de Plantas Aromáticas y Medicinales en Polvo	72



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”,

Autores:

Gavilema Caisa Wilma del Pilar

Mena Jiménez Martha Patricia

RESUMEN

Hoy en día las empresas para ser más competitivas en el mercado se han visto en la necesidad de ofrecer a los consumidores una mayor cantidad de productos y servicios para satisfacer sus necesidades.

Mediante un Estudio de Factibilidad se puede obtener datos precisos mediante una investigación de mercado, por tal razón el presente trabajo está dirigido a la Provincia de Cotopaxi Cantón Latacunga Barrio Cristo Rey , para observar o determinar si es posible la Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Plantas Aromáticas y Medicinales.

El propósito, es desarrollar el proyecto de factibilidad con el deseo de emprender una empresa que brinde a la sociedad productos confiables para el consumo del producto a ofrecerse, satisfaciendo más allá de las expectativas del consumidor de plantas aromáticas medicinales, como también crear nuevas fuentes de trabajo y desarrollo económico de la Provincia, fortaleciendo el desarrollo integral de la zona y por ende en general.

Esta investigación está encaminada a la creación de una empresa que brinde productos orgánicos cuya principal función será la de constituirse como una alternativa eficiente, efectiva y productiva que optimice la utilización de los recursos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”.

Autores:

Gavilema Caisa Wilma del Pilar

Mena Jiménez Martha Patricia

ABSTRACT

Nowadays the companies to be more competitive in the market have seen the need to offer at the consumers a greater number of products and services in order to satisfy their needs.

Through a Feasibility Study can obtain accurate data through an investigation in the market, for this reason the present work is directed to Cristo Rey Town Latacunga Canton of the Cotopaxi Province, in order to observe or to determine if it is possible the Creation of a Company dedicated to the Commercialization and Production of Medicinal and Aromatic Plants.

The purpose is to develop the feasibility project with the desire to take a company that offers reliable products to society for consumption of the product to be offered, beyond satisfying the consumer expectations of medicinal aromatic plants, as well as to create

new sources of labor and economic development of the province, strengthening the development of the area and hence of the Country in general.

This research is aimed at the creation of a company that offers organic products whose primary function is going to establish as an efficient alternative, productive and effective that encourage the use of the resources.

Yo, Iralda Mercedes Riera Tubón, Licenciada en Ciencias de la Educación Especialidad Inglés, Docente de lengua extranjera de la escuela “Ciudad de Managua” con cedula de identidad N° 050296149-3 tengo bien a:

CERTIFICAR

Que revise la traducción del Abstract de las señoritas, Gavilema Caisa Wilma del Pilar y Mena Jiménez Martha Patricia con el Tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS MEDICINALES EN EL CANTÓN LATACUNGA, BARRIO CRISTO REY”**.

Las interesadas pueden hacer uso del presente documento como bien creyeren conveniente.

Atentamente;

.....
Lic. Iralda Mercedes Riera Tubón

PROF. DE INGLÉS

C.I. 050296149-3

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las empresas para ser más competitivas en el mercado se han visto en la necesidad de ofrecer a los consumidores una mayor cantidad de productos y servicios para satisfacer sus necesidades.

Mediante un Estudio de Factibilidad se puede obtener datos precisos mediante una investigación de mercado, por tal razón el presente trabajo está dirigido a la Provincia de Cotopaxi Cantón Latacunga Barrio Cristo Rey, para observar o determinar si es posible la Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Plantas Aromáticas y Medicinales.

Considerando que existe un incremento de empresas que se dedican a la producción de plantas aromáticas medicinales, se ha observado la necesidad de los moradores del Barrio y del Cantón de poseer un vivero, que satisfaga sus necesidades.

El propósito, es desarrollar el proyecto de factibilidad con el deseo de emprender una empresa que brinde a la sociedad productos confiables para el consumo del producto a ofrecerse, satisfaciendo mas allá de las expectativas del consumidor de plantas aromáticas medicinales, como también crear nuevas fuentes de trabajo y desarrollo económico de la Provincia, fortaleciendo el desarrollo integral de la zona y por ende del país en general.

Tomado en cuenta que desde los tiempos más remotos de la historia de la humanidad, la medicina siempre ha estado considerada la ciencia principal.

Para la realización de este presente estudio de factibilidad para la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de plantas aromáticas medicinales se ha tomado en cuenta que hoy en día las personas consumen lo natural.

Las plantas aromáticas medicinales son conocidas mundialmente por sus características y propiedades curativas ya que desde nuestros antepasados han sido utilizadas para curar diferentes dolencias; y para saborear su rico aroma natural.

En el primer capítulo del presente trabajo constara conceptos y comentarios sobre lo que es un proyecto y empresa, que ayudara a encaminar el desarrollo de los presentes capítulos.

Esta investigación está encaminada a la creación de una empresa que brinde productos orgánicos cuya principal función será la de constituirse como una alternativa eficiente, efectiva y productiva que optimice la utilización de los recursos mediante el estudio

mercado se obtendrá estos resultados mediante la aplicación de la investigación respectiva.

En el estudio técnico podremos ver la capacidad de producción que deberá realizar la empresa y la formación de su razón social.

Este proyecto de factibilidad permitirá analizar la creación de la empresa a largo plazo mediante el análisis financiero del mismo mediante los resultados del estudio de mercado y técnico.

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Empresa

Según REINOSO Víctor, El proceso Administrativo y su aplicación en las empresas, (1983: pág.279). “Es el sujeto o el ente que promueve y dirige la actividad económica mediante la combinación de los factores productivos”

GOXEN Antonio, Biblioteca Practica de la Contabilidad, (1996: pág.2). Considera que “Es la unidad de producción económica, está integrada por diversos elementos personales y materiales, coordinados. La empresa fundamentalmente se divide en industriales, comerciales y de servicio. Las industriales transforman unas materias en productos útiles para ser consumidos, esto es, aplicados a satisfacer necesidades humanas. Las comerciales son intermediarias entre productores y consumidores, y las de servicio facilitan las actividades de los anteriores como ocurre con las que se dedican a los seguros a facilitar créditos, transporte”

Toda empresa para su funcionamiento depende de los recursos materiales, tecnológicos, económicos y humanos siendo este el más importante ya que desempeña el coeficiente físico e intelectual para el desarrollo empresarial.

Se considera que toda empresa se dirige a una sola finalidad de brindar un bien o servicio que satisfaga a las necesidades y expectativas del consumidor.

1.1.1 Gestión Administrativa

Indica **TERRY** George, Gestión Administrativa. pág. [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3de_mercados,](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3de_mercados) 2009/08/12) “Es un

proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar, controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos”

Según JAMES Stoner, Administración de Empresa, (pág. 6). ”Se ha considerado como la técnica capaz de realizar el estudio y análisis de la organización en cada una de sus áreas y proporcionar soluciones a las regularidades halladas, por lo cual se considera que el conocimiento de la misma es indispensable para la formación académica y para el desarrollo profesional de los administradores”

Por tanto, cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo eficiente de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueren sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas planeadas.

1.1.2 Administración

Para GUERRERO Gustavo, Proyectos de Inversión, (1996: pág. 87). “Consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellos. La administración requiere de la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización; y por lo menos a eso aspiran los gerentes”

La administración es un trabajo conjunto con todos los integrantes de la organización de modo que se realicen las actividades que se desempeñan de manera eficiente y eficaz demostrando en el talento humano.

1.1.3 Importancia de la Administración

Considera HEINZ Walter, Importancia de la Administración, pág. <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm> (2009/12/12) “Brinda el éxito a cualquier organismo social ya que estos dependen directa o indirectamente de esta, porque necesitan administrar debidamente los recursos humanos y materiales que poseen. O una adecuada administración hace que se mejore el nivel de productividad.”

Dice JAMES Stoner, Administración de Empresas, (pág.7). “Es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz. La gestión administrativa de una empresa funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador”.

La importancia de la administración es el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad, proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos.

1.1.3.1 Etapas de la Administración:

Las etapas de administración son: planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso del capital humano y recursos disponibles de la empresa.

1.1.3.1.1 Planificación

Explica SCHEMERHORN, John R. Administración (2001: pág. 23) “Es la mas importante de las funciones administrativas, ya que trata de decidir que hacer, como hacerlo, donde hacerlo, quien lo va hacer, cuando hacerlo.”

JAMES Stoner, Administración de Empresas, (1998: pág.9). Manifiesta que “Lograr que el pequeño empresario comprenda la importancia de planear todas las actividades de una empresa así como ayudarla para que su empresa crezca y obtengan mayores rendimientos”

Consiste en planear las diferentes actividades que se realizaran en la empresa a través de los objetivos a alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

1.1.3.1.2 Organización

IZQUIERDO René, Gestión de proyectos (1998: pág. 56), “Se considera necesaria en todos los niveles administrativos. Se lleva a cabo cuando el trabajo se distribuye entre los departamentos y luego entre las personas. Al asignar el trabajo a la persona se le brinda autoridad para realizarlo, pero, a su vez se le responsabiliza por los resultados.”

Se considera que la organización es fundamental en el desarrollo de las actividades que se realiza en la empresa en los diferentes departamentos bajo la responsabilidad y conocimiento de personas asignadas.

1.1.3.1.3 Dirección

CHIAVENATO Idalberto, Principios de la Administración, (1998: pág. 279). Dice que “La dirección es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores con los subordinados. Para que la planeación y la organización puedan ser eficaces, requieren complementarse con la orientación dada a las personas mediante la comunicación y la habilidad de liderazgo y habilidad.”

La dirección es dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados con los administradores, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y la supervisión.

1.1.3.1.4 Control.

GARCÍA Arturo, *Proyectos de Inversión, Evaluación Integral un enfoque practico*, (2006: pág. 23), dice que el “Control completa el ciclo o laso de las funciones administrativas, mide los resultados de las actividades, comparándolos con los objetivos predeterminados y toma medidas correctivas si es necesario”

El control señala las debilidades y errores para poder rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente.

1.2 Proyecto de Factibilidad

BACA Urbina Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, (2006: pág. 11) considera “Que es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, necesidad humana”

IZQUIERDO René, *Gestión de proyectos* (1998: pág. 65), Expresa que “La ultima fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se abordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de profundizar el análisis, el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable”

Debemos explicar el motivo por el cual se hizo el estudio, propósitos fundamentales, justificación del proyecto y las repercusiones que tendrá para satisfacción de necesidades o mejorar la calidad de vida.

El presente proyecto se identificara mediante un proceso de estudio necesario para ver su factibilidad obteniendo información en el medio que nos rodea en la ciudad de Latacunga.

El éxito del proyecto será el respectivo análisis de la información obtenida, ya que arrojaran lo real para su desarrollo, su capacidad de producción, su precio, la infraestructura de la planta, personal que requiera la empresa, etc.

1.2.1 Importancia del Estudio de Factibilidad

Issa.int/span/domact,/om/omgenpág (Promonegocios) expone que el estudio de factibilidad “Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.”

GARCÍA SANTILLAN Arturo, Proyectos de Inversión, Evaluación Integral un enfoque practico, (2006: pág. 6), considera que “El hecho de establecer si el proyecto en mención primeramente es viable, (si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el proyecto) y en segundo lugar para establecer si es retornable o no, si va a generar ganancias o perdidas para quienes promuevan dicha inversión”

Ayuda a obtener datos precios en el estudio para realizar una adecuada inversión de los recursos: financieros, humanos, y tecnológicos; a través de datos certeros se observará la viabilidad del estudio.

Se puede decir que todo proyecto nace de una idea emprendedora que al trascurrir el tiempo se transforma en exitosa, con beneficios y derrotas en su crecimiento.

1.3 Estudio de Mercado

MALHOTRA Naresh, Investigación de Mercado un Enfoque Aplicado, (1998: pág. 6). Dice que “Permite conocer el entorno que existe entre la oferta, demanda y precios de un determinado bien para saber si existe demanda potencial que pueda ser cubierta. Este estudio es el punto más importante a considerar en la elaboración de un proyecto. Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar o vender”.

El estudio de mercado determina el espacio que ocupa un bien o servicio en un mercado determinado.

1.3.1 Proceso Metodológico del Estudio de Mercado

1.3.1.1 Planteamiento del Problema

El planteamiento del problema de la investigación es la delimitación clara y precisa del objeto de la investigación que se realiza por medio de preguntas, lecturas, encuestas pilotos, entrevistas, etc.

1.3.1.2 Oportunidad de Negocio

Permite establecer una idea nueva para un negocio, lo cual le permitirá innovar en productos o servicios, con la seguridad de invertir adecuadamente.

1.3.1.3 Objetivos de la Investigación

Los objetivos expresan el motivo por el cual está haciendo la investigación.

1.3.1.4 Identificación de Fuentes de Información.

Se conoce dos fuentes de información que son; primarias y secundarias que ayudan a obtener datos para la investigación, las primarias son las que se obtiene a través de la investigación de mercado; y estos pueden realizarse a través de;

Investigación de campo, entrevistas, encuestas, observación, etc. En cambio las fuentes secundarias son las existentes y están disponibles como; internet, libros, revistas, etc.

1.3.2. Tipo de Investigación

1.3.2.1 Método Deductivo

ZEA Leiva, Investigación Científica, (2008, Pág. 34) expresa que el método deductivo “Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular”.

Con el propósito de conocer el mercado de plantas medicinales, es necesario tomar en cuenta una serie de factores que son determinantes para la elaboración de cualquier producto.

1.3.3 Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación son herramientas que ayudan al investigador a obtener datos según su campo de investigación aplicando las encuestas, entrevistas y observación.

1.3.4 Diseño Estadístico

1.3.4.1 Plan de Muestreo

HERNÁNDEZ Sampiri, Metodología de la Investigación, (2001: pág. 78) indica que “Consiste en una serie de operaciones destinadas a tomar una parte del universo o población que va ser estudiada, a fin de facilitar la investigación, puesto que es obvio que en muchos casos es imposible estudiar a la totalidad de elementos de ese universo o población”.

Mediante el plan de muestreo se puede obtener la información requerida aplicando en sectores que serán dirigidas para conseguir datos reales.

1.3.4.1.1 Análisis y Tabulación de la Información.

Después de la recopilación de datos que se obtiene en el plan de muestreo es necesario interpretar y analizar los resultados arrojados por la técnica de investigación que haya sido aplicada; para eso se sugiere revisar todos los datos que se recolecto para encontrar errores y corregirlos, para codificarlos y agruparlos para la realización de las tablas; y finalmente realizar las gráficas de los resultados.

1.3.5 Identificación del Producto

Se trata de definir los productos con los que vamos a contar y sus cualidades, a efectos de hacer una valoración justa y objetiva que permita visualizar sus efectivas posibilidades en el mercado, frente a otros productos.

1.3.6 Identificación del Segmento de Mercado

Consiste en identificar a un grupo de compradores homogéneos, es decir, encontrar a los posibles consumidores/clientes del producto.

1.3.7 Estudio de la Demanda

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989, Pág. 41) explica que “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

Demanda son las necesidades del consumidor por poseer un bien o servicio a cambio de un valor monetario.

1.3.8 Oferta

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989, Pág. 43) indica que “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Oferta son los bienes y servicios existentes en el mercado con diferentes valores monetarios disponibles al consumidor.

1.3.9 Demanda Insatisfecha

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989 Pág. 45) dice que “Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

La demanda insatisfecha es la cantidad de consumidores de bienes o servicios que no han logrado satisfacer sus necesidades dentro del mercado.

1.3.10 Análisis del Precio de Mercado

Es identificar en el mercado potencial el valor monetario del producto sustituto.

1.3.11 Comercialización del Servicio en el Mercado

Es la acción que permite al productor hacer llegar un bien / servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar a través de diferentes canales de distribución.

1.4 ESTUDIO TÉCNICO

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006, Pág. 54) considera que “El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto?, ¿Dónde?, ¿Cómo y con que producirá mi empresa? Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”

CASTRO Raúl & MOKATE Karen, Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión, (1999: pág.34). Indica que “Determina los costos en los que se incurrirá para la implementación de un proyecto donde se incluye: lugar, equipo, instalaciones, tecnología y otros elementos para la producción de un bien o servicio”.

El estudio técnico se encarga de diseñar física, jerárquica y técnicamente, el proyecto; además calcula los costos/beneficio de la ingeniería del proyecto.

1.4.1 Análisis del Tamaño de la Empresa

El análisis del tamaño de la empresa consiste en la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

También se puede decir que es determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos en el estudio del proyecto.

1.4.2 Localización Óptima del Proyecto

NASSIR SAPAG Chain, Preparación y evaluación de proyectos, (2007, Pág. 98) explica que “La decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá a no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e, incluso, de preferencias emocionales. Sin embargo se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto”.

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989: pág. 107). “Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro y micro localización”.

Establecer el lugar estratégico, donde se ubicara la empresa tomando en cuenta que existan los servicios básicos, sea de fácil acceso, vías de distribución.

1.4.3 Estudio de la Ingeniería

GUERRERO Gustavo, Proyectos de Inversión, (1998: pág. 102). “Este estudio tiene como objeto fundamental, determinar las características del proceso de producción que exige este proyecto de inversión, así como también determinar el tipo de maquinaria requerido y los esquemas preliminares de la distribución de la planta”.

El estudio de la ingeniería del proyecto generara la información básica para definir el monto de la inversión y costos de producción de la empresa.

1.4.3.1 Descripción Técnica del Producto y Servicio

Detallar el proceso productivo para cada producto/servicio para el desarrollo del proyecto.

1.4.3.2 Flujograma de Procesos

La aplicación de flujograma de procesos es importante; ya que mediante el mismo se puede organizar y planificar un cronograma de trabajo según su proceso de producción.

En el se obtendrá si existe un cuello de botella o que dificultades se obtendrá en el proceso de producción.

También nos ayudara a identificar los debidos pasos y tiempos que debe aplicarse debidamente para evitar desperdicios en el proceso de producción y obtener un producto cero defectos.

1.4.4 Distribución de la Planta

Es la óptima utilización del espacio disponible, para en este ubicar a cada uno de los factores de producción: hombres, máquinas y materiales con el fin de hacer el trabajo con menores movimientos, menor esfuerzo, en el menor tiempo posible, a los más bajos costos y de la mejor calidad.

1.4.5 Análisis del Impacto Ambiental

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006, Pág.204) manifiesta que se “Tiene por objeto identificar, cuantificar y valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, aspectos importantes de incorporar en la formulación del mismo”.

Para analizar en impacto ambiental del proyecto se tomara en cuenta los componentes Calidad del Aire, Evaluación de Ruidos y Descripción Hidrológica; para llevar a cabo el Desarrollo Sustentable es necesario adquirir un compromiso en relación al ambiente y con la finalidad del bienestar de las generaciones futuras.

1.4.6 Requerimientos del Proyecto

Es detallar el valor monetario y unidades que requiere la empresa para su funcionamiento y equipamiento.

1.4.7 Análisis Administrativo

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006, Pág. 103) dice que “Tiene que ver con el procedimiento administrativo que se debe adoptar en el desarrollo del proyecto, el cual debe clasificarse y cuantificarse”

Es el proceso equitativo de previsión, estructuración, diseño y asignación óptima de recursos de la empresa, para que alcancen resultados en un tiempo y espacio dados.

1.4.8 Marco Legal de la Empresa

NASSIR SAPAG Chain, Preparación y evaluación de proyectos, (2007 Pág. 79) considera que “La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula en marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán”.

Toda actividad económica está regida a un proceso legal para su funcionamiento; ya que toda empresa debe acatar las disposiciones legales vigentes en nuestro País.

1.4.9 Estructura Orgánica y Funcional

NASSIR SAPAG Chain, Preparación y evaluación de proyectos, (2006 Pág. 124) explica que “Están sujetos a limitaciones importantes. En primer lugar, un organigrama solo muestra las relaciones formales de autoridad y omite las múltiples relaciones importantes informales que se encuentra en una empresa típicamente organizada. Muestra las relaciones importantes de líneas o formales”.

Es una distribución de la empresa con niveles jerárquicos y funcionales, a través de nuestra propuesta de la estructura orgánica analizamos la estructura que contara la empresa, como también las funciones que desempeñan todos y cada uno, quienes laboraran en la empresa.

1.4.10 Direccionamiento Estratégico

La dirección estratégica es un proceso apasionante que permite a una [organización](#) ser proactiva en vez de reactiva en la formulación de su futuro.

1.4.10.1 Misión

CASTRO, GARCÍA, MARTIN Y PERIÁÑEZ, Proyectos de inversión, (2004: pág.108) dicen que "La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades"

Representa las cualidades y características que dan a conocer la existencia de la empresa a la sociedad, representa el sentido mismo de la empresa, la misión da a conocer que es la empresa, quien hace la empresa, lo que hace el día de hoy.

1.4.10.2 Visión

CASTRO, GARCÍA, MARTIN Y PERIÁÑEZ, Proyectos de inversión, (2004: pág.111) explican que "La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa".

La visión es el futuro deseable y factible a largo plazo, es el sentido de proyectarse para lograr una meta.

1.4.10.3 Objetivos

Los objetivos son la expresión genérica de una situación determinada que la empresa espera alcanzar, con el cumplimiento de sus funciones.

Los objetivos están basados a las estrategias que tiene la empresa para el futuro, es decir que una empresa esta constantemente en la mejora continúa.

1.4.10.4 Políticas

Las políticas se alcanzarán por medio de los objetivos del personal con manera de pensar y lo refleja en sus actitudes.

Las políticas constituyen el elemento que da direccionalidad y orientación al plan.

Se puede decir que la políticas de la empresa debe estar acorde a las factibilidades que va a realizar, deberá fijar para clientes internos y externos de la misma para evitar problemas futuros donde cada colaborador debe conocer con exactitud.

1.4.10.5 Estrategias

CERÓN Armstrong, Estrategia de marketing empresarial (2006 Pág. 204) dice que la “Estrategia se refiere al modelo metodológico que se va a utilizar para la realización del planeamiento cuya concepción está basada en la participación de todos los integrantes de la empresa”.

En términos sencillos la estrategia significa, lo que tratamos de hacer, como la suma de todas las decisiones, correctas o equivocadas, que determinan el futuro y producen resultados buenos a malos.

1.5 Estudio Financiero

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989 Pág. 160) explica que “El estudio Financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación del negocio, que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que conlleva a la evaluación económica del proyecto”.

Es estudio financiero parte básicamente de las proyecciones de los estudios de mercado y técnico, los ingresos y egresos de los mismos expresados en términos monetarios, determina la rentabilidad, que se esperan de la ejecución del proyecto, como también se puede decir que analiza las alternativas de endeudamiento y proyecta ingresos, egresos y rentabilidades en el tiempo.

1.5.1 Inversión Total Inicial

1.5.1.1 Inversión Inicial

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006, Pág. 205) indica que “La Inversión Inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa”.

NÚÑEZ Rafael, Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión, (pág. 82). Expresa que “Comprende la compra de todos los activos fijos o tangibles, así como todos los activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

- ✓ Los activos tangibles o fijos son las mercancías de propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo,

herramientas y otros. Se les denomina fijo en virtud de que la empresa no puede deshacerse de ellos.

- ✓ Los activos intangibles son necesarios para su funcionamiento, entre estas están: patentes, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, asistencia técnica, así también como los gastos que la empresa deberá realizar antes de comenzar a operar como: gastos de instalación, preoperación, contrato de servicios y capacitación”.

Esto nos indica que se establece los recursos económicos que permitan adquirir bienes materiales y tecnológicos que poseerá una empresa con los que desarrollará sus actividades de operación y producción.

1.5.1.2 Inversión Fija

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006 Pág. 205) explica que “Los activos fijos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc., es clasificar los elementos requeridos para la implementación de proyectos (capital fijo)”.

La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación. Es la formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina), muebles, enseres, vehículos, etc.

1.5.1.3 Inversión Diferida

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006 Pág. 206) considera que “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes

de inversión , licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”

Está constituida primordialmente por bienes intangibles que se caracterizan por ser inmateriales, al contrario de los bienes físicos. Son servicios o derechos adquiridos y como tales, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización, constitución de la empresa y capital de trabajo.

1.5.1.4 Capital de Trabajo

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006 Pág. 207) indica que “Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción, mientras se perciben ingresos”.

El Capital de Trabajo son los recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

1.5.2 Financiamiento

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006 Pág. 208) considera que “La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente quien pague costos y recibirá los beneficios del proyecto”.

Es el préstamo o dineros que ingresen de terceros para el funcionamiento de la empresa y su movimiento económico, el financiamiento para el presente proyecto se obtendrá al realizar en el capítulo III donde nos indicará cuanto deberemos invertir personalmente, y lo restante obtener por medio de una financiera donde obtendremos el endeudamiento del proyecto.

1.5.3 Amortización

NÚÑEZ Rafael, Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión, (pág. 83). Indica que “Reducciones graduales de la deuda a través de pagos periódicos por el capital prestado en préstamo más los intereses correspondientes”

La amortización es aquella que da un cargo anual para recuperar una determinada inversión realizada.

1.5.4 Presupuesto de Costos

En la actividad productiva al ofrecer o fabricar un producto o prestar un bien o servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente. Dentro los elementos del costo tenemos (los cuales constituyen el costo de producción).

1.5.4.1 Presupuestos de Ingreso

Es una proyección de ventas futuras que se van a realizar sean estas ventas por productos o servicios. Se consideran a todos los egresos necesarios para cumplir con el presupuesto de ingresos, que dependiendo de la actividad que realiza la empresa.

1.5.5 Punto de Equilibrio

CORDOVA PADILLA Marcial, Elaboración de proyectos, (2006 Pág. 208) indica que “En el análisis de punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio de proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones, en relación con su manejo financiero.”

Permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o derriban por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas, además se puede decir que existe un valor exacto que tiene costo del producto donde debemos medir en el consumo diario del mercado, para fijar el precio que se puede vender al consumidor final, menos del precio del producto que se obtuvo no se podrá vender, es decir no tenemos ganancia y el tanto por ciento que queremos ganar.

1.5.6 Estados Financieros

Los balances son un estado financiero que muestran contablemente los activos, pasivos, y patrimonio de una empresa. Las proformas son averiguaciones de costos para obtener información.

1.5.6.1 Balance de Pérdidas y Ganancias

En esta parte se presentan los estados de resultado esperados para los próximos años del proyecto; para determinar si la utilidad neta esperada para cada año y los flujos netos de efectivo son valores positivos, lo cual significa que financieramente la inversión se acepta.

1.5.6.2 Balance General

ZAPATA SANCHEZ Pedro, Contabilidad y su aplicación, (2003 Pág. 12) explica que “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente, las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989: pág. 181). “Es un estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de presentar una propuesta financiera futura probable, que contenga activos, pasivos y patrimonio que tendrá la entidad”.

El balance general es un resumen de un momento determinado. Es una lista de todos los activos y pasivos de su empresa; la diferencia entre estas dos cifras es su patrimonio.

1.5.6.3 Flujo de Caja

ÁLVAREZ MENESES Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos (2003: pág. 100) considera que “Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen un salida de dinero.”

NÚÑEZ Rafael, Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión, (1998: pág. 98). “Consiste en presentar la información pertinente sobre los cobros y pagos de efectivo de una empresa durante un período. Además este estado proporciona información acerca de todas las actividades de operación, inversión y financiamiento de la entidad”.

El flujo de caja permite determinar el movimiento de efectivo de la empresa en un periodo determinado; es decir, las entradas (ingresos) y las salidas (egresos). La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los

resultados que en ella se determinen y se podrá saber si el proyecto genera liquidez para cumplir con sus compromisos u obligaciones.

1.6 Evaluación Económica y Financiera Del Proyecto

1.6.1 Tasa Mínimas Aceptable de Retorno (TMAR)

La TMAR (Tasa Mínimas Aceptable De Retorno) El propósito de establecer una tasa mínima atractiva de retorno superior al costo de capital es racionalizar el capital. Como también se puede decir que es el propósito es evitar las inversiones no productivas en las actividades marginales, quizá favorecidas por razones políticas, y para conservar el capital durante periodos cuando se presentan menos propuestas atractivas.

1.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

NÚÑEZ Rafael, Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión, (pág. 97). “Es el valor monetario que resulta de restar, el total de los flujos descontados a la inversión inicial. Una inversión es ejecutable cuando el $VAN > 0$; es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial”.

Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los ingresos menos los egresos para cada año, actualizados a una tasa de interés predeterminada y comparar ésta equivalencia con el desembolso inicial (inversión inicial ó IO). Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial (IO), entonces es recomendable que el proyecto sea aceptado. El Valor actual neto (VAN): Indica la ganancia o la rentabilidad neta generada por el proyecto.

1.6.3 Tasa Interna De Retorno (TIR)

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (1989: pág. 216). “Es la tasa de descuento por la cual en valor presente neto es igual a cero, o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

La TIR es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado y está definida como la tasa de interés que reduce a cero el VAN. En términos económicos la tasa interna de retorno representa la rentabilidad exacta del proyecto.

1.6.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

CASTRO Raúl & MOKATE Karen, Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión, (1999: pág.72). menciona que “Es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos sobre una inversión igualen el valor de los costos de inversión”.

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

1.6.5 Relación Beneficio/ Costo (RB/C)

La relación beneficio-costo mide la utilidad obtenida por cada unidad de capital invertido; mide la ganancia que genera el proyecto por cada dólar invertido.

1.6.6 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad ayudara a ver si es posible mostrar cómo la rentabilidad del proyecto se modifica cuando se asignan diferentes valores a las variables necesarias para el cómputo (precios de venta, costos unitarios, volumen de ventas). El análisis de sensibilidad se usa con frecuencia cuando se considera posible introducir mejoras cambiando algunas de las variables, aún cuando el

empleo de los métodos de evaluación actualizada ya descritos no indique una rentabilidad satisfactoria.

CAPITULO II

2. Estudio de Mercado

El estudio de mercadeo se lleva a cabo dentro del proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica por

medio de la toma de información sobre las variables que se dan en el mercado, precio, competencia, demanda insatisfecha, oferta y comercialización.

2.1 Importancia del Estudio de Mercado

Ayuda a obtener datos precios en el estudio para realizar una adecuada inversión de los recursos: financieros, humanos, y tecnológicos; a través de datos certeros se observará la viabilidad del estudio.

Con el propósito de conocer el mercado de plantas aromáticas medicinales, es necesario tomar en cuenta una serie de factores que son determinantes para la elaboración de cualquier producto, como son:

- ✓ El Mercado Productor
- ✓ Proveedores
- ✓ Competidores
- ✓ Distribuidor y
- ✓ Consumidor

Estos son los entes principales que intervienen en el mercado y en el desarrollo de un proyecto.

Para realizar el estudio de factibilidad tomaremos en cuenta lo siguiente:

- ✓ Qué Producir
- ✓ Cómo Producir
- ✓ Cuánto Producir
- ✓ A quienes se Dirigirá el Producto.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

- ✓ Satisfacer las necesidades del consumidor por medio del análisis de una demanda insatisfecha.

2.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la variedad de nuestro producto.
- ✓ Establecer un segmento de mercado adecuado para dar a conocer el producto, identificando nuestro mercado meta.
- ✓ Identificar la competencia de nuestro mercado meta.
- ✓ Establecer por medio del estudio de mercado la distribución del producto.

2.3 Identificación del Mercado Meta

El mercado meta consiste en el conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa decide servir sea un bien o servicio.

2.3.1 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica, a un grupo de compradores homogéneos, es decir aquellos que tienen los mismos gustos y preferencias.

2.3.1.1 Segmentación Geográfica.

Requiere la división de los mercados en diferentes unidades geográficas como son países, Provincias, Cantones, Ciudades, Parroquias, Barrios, Comunidades, etc.

La variable geográfica a utilizar en la comercialización de Plantas Aromáticas y medicinales será la Provincia de Cotopaxi, específicamente en el cantón de Latacunga con sus:

Cuadro N° 1

Parroquias del Cantón Latacunga

URBANAS	RURALES
Eloy Alfaro (San Felipe)	Alaques (Alaques)
Ignacio Flores (Parque Flores)	Belisario Quevedo (Guanailín)
Juan Montalvo (San Sebastián)	Guaytacama (Guaytacama)
La Matriz	Joseguango Bajo
San Buenaventura	Mulaló
	11 de Noviembre (Llinchisí)
	Poaló
	San Juan de Pastocalle
	Tanicuchí
	Toacaso.

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Grupo Investigador

En general podemos decir que la provincia de Cotopaxi tiene condiciones climáticas que facilitan la actividad de cultivo de plantas aromáticas y medicinales, teniendo en cuenta que

las plantas, soporta temperaturas desde los 0 grados centígrados hasta 25 grados centígrados.

2.3.1.2 Segmentación Demográfica:

Estas variables de segmentación, son una estadística vital que describe a la población objetivo. Entre las características más relevantes para esta propuesta tenemos las siguientes:

Cuadro N° 2

Segmentación de Mercado

DEMOGRÁFICA	
Edad	1 año en adelante
Sexo	Hombres – Mujeres
Ciclo de vida familiar	Niños, jóvenes, adultos y adultos mayores
Ocupación	Amas de Casa, Profesionales, Técnicos, Empleados de Oficina, Trabajadores de Servicio, Agricultores , Operadores de Máquinas, Trabajo no Calificados y otros
Establecimientos	Hoteles, Restaurantes, hosterías.etc.
Religión	Católica, Cristiana, entre otros
Nacionalidad	Ecuatoriana – extranjeros

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Grupo Investigador

2.4 Actividades Realizadas en la Investigación de Mercado (Proceso Metodológico)

Actividad Nº 1. Planteamiento del Problema

En la Provincia de Cotopaxi **no existe un vivero de plantas Aromáticas medicinales que tenga una amplia variedad y que proveen alternativas para prevenir, y tratar numerosas condiciones de salud de forma efectiva y segura.** Más aún, que existan plantas aromáticas y medicinales que pueden ayudarnos e incluso optimizar y mejorar diversas funciones de nuestro organismo aún en el caso de personas que gozan de buena salud. En la actualidad hay personas que ya no confían en los fármacos y optan en consumir plantas medicinales ya sean en estado natural o procesado.

Actividad Nº 2.- Oportunidad de Negocio

Crear una empresa que produzca y comercialicé plantas aromáticas y medicinales en estado natural y procesadas.

Actividad Nº 3.- Identificación de Fuentes de Información

La recopilación de la información se realizó mediante las fuentes de informaciones primarias y secundarias, ya que por medio de ellas se obtuvo datos sobre las plantas aromáticas y medicinales, su uso y aplicación para enfermedades que se pueden tratar con las mismas.

a) Fuentes Primarias.- A través de la aplicación de instrumentos de investigación se pudo obtener información por medio de la técnica de **observación** en los siguientes lugares.

- ✓ Personas que concurren a los mercados de la Ciudad de Latacunga en calidad de ofertantes y demandantes.
- ✓ Hogares de la ciudad.

b) Fuente de información secundaria:

Páginas de Internet.

- ✓ www.salinerito.com.
- ✓ www.plantisan.com.
- ✓ www.herbolariodatenea.com.
- ✓ Libros medicinales.
- ✓ Implamek.
- ✓ Secreto de la naturaleza.
- ✓ Vida Natural.
- ✓ Ministerio del medio Ambiente.
- ✓ El comercio (en la pagina del Medio Ambiente).

Actividad N° 4.- Metodología de la Investigación.

a) Método de Investigación

Método Deductivo.- Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular, es decir que en el presente trabajo estará investigado por tesis realizadas en la Universidades de la localidad, libros de proyectos de factibilidad, donde se empleara el desarrollo del mismo mediante la información en general.

b) Técnicas de Investigación

Se aplica la técnica de investigación, encuesta ya que nos permitirá recolectar suficiente información clara y precisa, necesaria para nuestro estudio, aplicada a los 203 personas que es la muestra de la población de Latacunga para realizar la correspondiente tabulación de datos con los resultados arrojados de la misma.

Actividad N° 5.- Diseño Estadístico

Cuadro N° 3

Población de la Provincia de Cotopaxi.

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN RURAL
LATACUNGA	164.933	77.859	87.074
LA MANÁ	36.789	26.023	10.766
PANGUA	22.770	2.163	20.607

PUJILÍ	69.566	10.265	59.301
SALCEDO	58.771	14.841	43.930
SAQUISILÍ	23.844	7.884	15.960
SIGCHOS	23.738	1.916	21.822
TOTAL	400.411	140.951	259.460

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 4

Población Económicamente Activa de la Provincia de Cotopaxi

GRUPO DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Total	58.884	37.044	21840
Miembros, profesionales técnicos	4.381	2.413	1.968
Empleados de oficina	2.697	1.410	1.287
Trab. de los servicios	6.094	2.649	3.445
Agricultores	11.397	6.698	4.699
Operarios y operadores de maquinas	14.457	12.518	1.941
Trab. no calificados	16.806	9.103	7.703
Otros	3.052	2.255	797

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Grupo Investigador

- ✓ Según la Información del PEA (población económicamente activa), la tasa de crecimiento es del 1,9% anual para la provincia de Cotopaxi, donde proyectamos la tasa de crecimiento hasta el año 2.008.

Cuadro N° 5

Proyección de la Población Económicamente Activa (año 2008)

Años	PEA	Tasa de Crecimiento	Incremento
2.001	58.884	0,019	1.119
2.002	60.003	0,019	1.140
2.003	61.143	0,019	1.162
2.004	62.305	0,019	1.184
2.004	63.488	0,019	1.206
2.005	64.695	0,019	1.229
2.006	65.924	0,019	1.253
2.007	67.176	0,019	1.276
2.008	68.453	0,019	1.301

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 6

Mercado Meta (año 2008)

GRUPO DE OCUPACIÓN	TOTAL
Total	68.453

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Como podemos apreciar en el cuadro N° 6, nuestro mercado meta está constituido por 68.453 habitantes, de la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga según la proyección hasta el año 2.008.

Actividad N° 6 Tamaño de la Muestra

FÓRMULA

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

SIMBOLOGÍA:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza población (0.25)

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5% = 0.1.)

K = Coeficiente de corrección del error (2)

Si establecemos un error del 7%, entonces el tamaño de la muestra será:

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

$$n = \frac{68453 * 0,25}{(68453 - 1)\frac{0,07^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{17113,25}{83,91}$$

$$n = 203 \text{ encuestas}$$

Actividad N° 7.- Plan De Muestreo

La investigación para la aplicación de la encuesta se lo realizo en los Mercados de la ciudad de Latacunga que son: (Ver cuadro N° 7).

Cuadro N° 7
Plan de Muestreo

NUMERO DE ENCUESTAS APLICADAS DEL PLAN DE MUESTREO	
Mercado el Salto	40
Mercado La Merced	22
Mercado Mayorista	15
Mercado San Felipe	24
Mercado de Ropa (La Laguna)	22
Barrio Cristo Rey	29
Barrio Plaza Arenas	25
Barrio San Pedro	26
Total	203

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Actividad N° 8.- Diseño de la Encuesta

La encuesta aplicada está diseñada con preguntas abiertas y cerradas, para encontrar las necesidades del posible consumidor.

Actividad N° 9 Análisis y Tabulación de la Información

Pregunta N° 1

¿Conoce Ud. Que es un vivero?

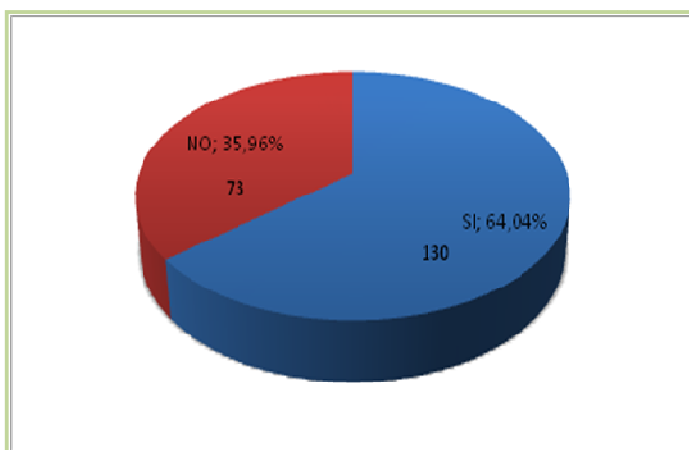
Cuadro N° 8: Pregunta N° 1

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	130	64,04%
NO	73	35,96%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 1



Elaborado: Grupo Investigador

Análisis:

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 64,04% si conoce que es un vivero, mientras que el 35,96% manifiesta no conocerlo.

Interpretación:

Con los resultados de la encuesta se ha determinado que el proyecto justifica su estudio; por lo que nos indica la gente; que muestra su interés y relación con los cultivos en este caso con el de plantas aromáticas y medicinales.

Pregunta N° 2

¿Consume Ud. Plantas Aromáticas y Medicinales?

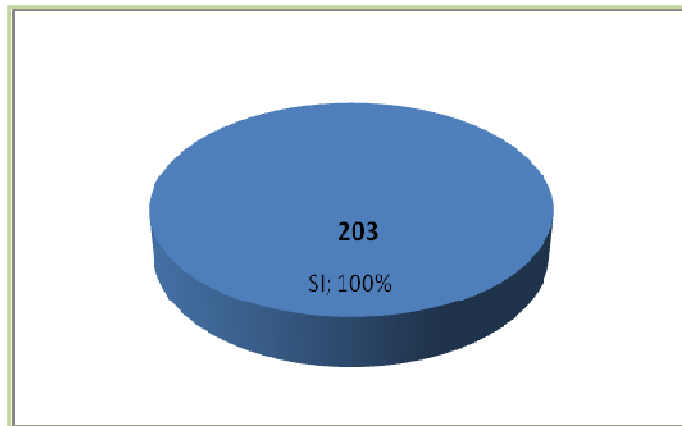
Cuadro N° 9: Pregunta N° 2

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	100%
NO	0	
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 2



Elaborado: Grupo de Investigador

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de los encuestados ha consumido plantas aromáticas y medicinales.

Interpretación:

Mediante nuestro estudio se ha determinado que todas las familias han consumido plantas aromáticas y medicinales, lo que nos indica que nuestro proyecto es factible en relación al estudio realizado.

Pregunta N° 3

¿Qué plantas aromáticas y medicinales le gustaría que se cultive?

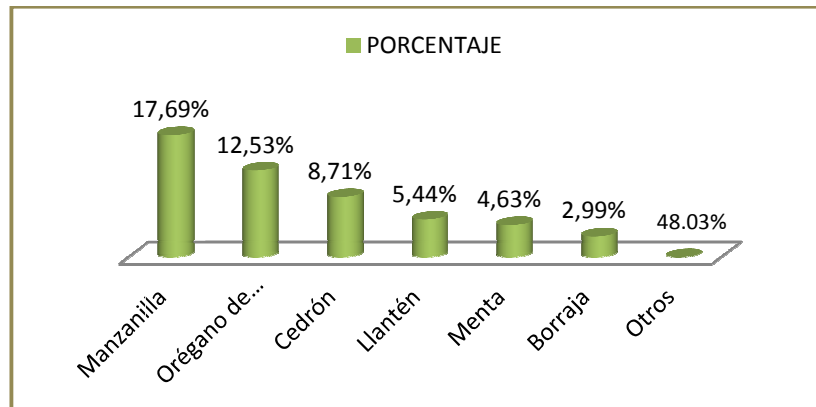
Cuadro N° 10: Pregunta N° 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manzanilla	130	17,69%
Orégano de dulce	92	12,53%
Cedrón	64	8,71%
Llantén	40	5,44%
Menta	34	4,63%
Borraja	22	2,99%
Otros	357	48.03%
TOTAL	735	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 3



Elaborado por: Grupo Investigador

Análisis:

De los resultados obtenidos se puede manifestar que el producto de mayor consumo es la manzanilla con el 17,69%, mientras que el orégano de Dulce es consumido en un porcentaje menor que representa el 12,53%

Interpretación:

El grupo encuestado indica que todas las plantas aromáticas y medicinales son consumidas de acuerdo a sus gustos y preferencias, siendo la manzanilla la de mayor aceptación por sus múltiples usos como medicinales, estéticos.

Pregunta N° 4

¿Esta Ud. de acuerdo con la producción orgánica en los viveros para plantas aromáticas y medicinales?

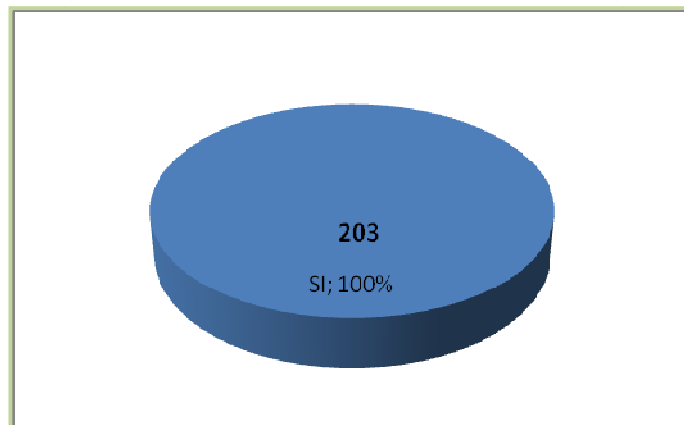
Cuadro N° 11: Pregunta N° 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	100%
NO	0	
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Grupo Investigador

Grafico N° 4



Elaborado por: Grupo Investigador

Análisis:

De acuerdo a los resultados arrojados en la investigación el 100% prefiere la producción orgánica en los viveros.

Interpretación:

La producción orgánica es de total aceptación en vista que las personas se preocupan en mantener una buena salud y consumir productos naturales; ya que hoy en día se habla mucho de los cultivos orgánicos en el Ecuador por sus beneficios.

Pregunta N° 5

5 ¿Cómo consume usted las plantas aromáticas y medicinales?

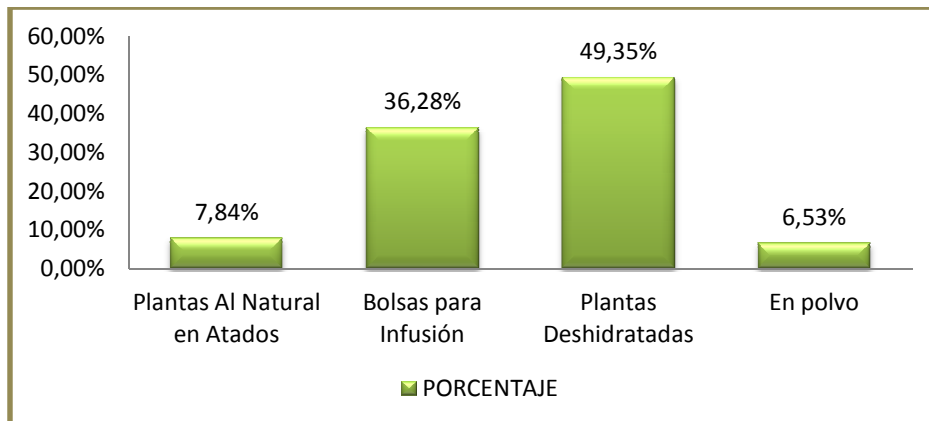
Cuadro N° 12: Pregunta N° 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plantas Al Natural en Atados	24	7.84%
Bolsas para Infusión	111	36.28%
Plantas Deshidratadas	151	49.35%
En polvo	20	6.53%
TOTAL	306	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Grupo Investigador

Grafico N° 5



Elaborado por: Grupo Investigador

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 49,35% representa el grupo de mayor consumo correspondiente a las plantas deshidratadas, en tanto el 6,53% opta por las plantas en polvo que representa el menor consumo.

Interpretación:

Se observa que la mayor parte de la población investigada tiene preferencia en utilizar las plantas deshidratadas; en nuestra investigación nos ayuda a determinar el producto que más demanda tiene por lo que se pondrá énfasis en las plantas deshidratadas ya que es la que más demanda presenta.

Pregunta Nº 6

¿Con qué frecuencia usted consume las plantas aromáticas medicinales?

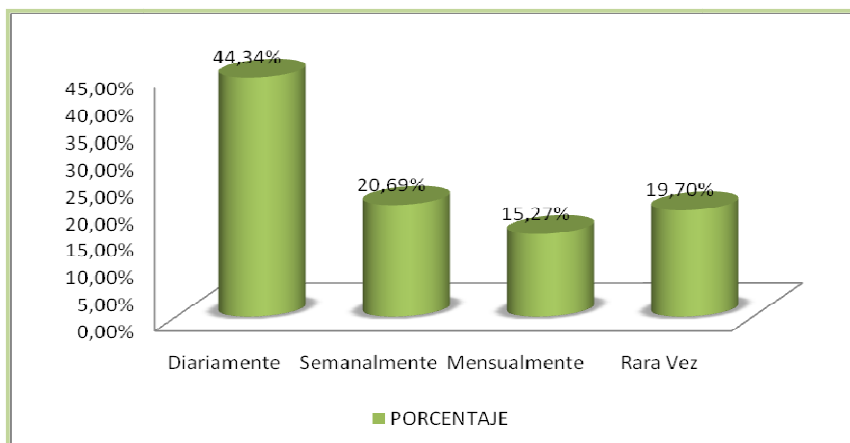
Cuadro Nº 13: Pregunta Nº 6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	90	44,34%
Semanalmente	42	20,69%
Mensualmente	31	15,27%
Rara Vez	40	19,70%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 6



Elaborado por: Grupo de Investigador

Análisis:

De la investigación aplicada el 44,34% indica que consumen plantas aromáticas y medicinales con una frecuencia diaria, en cambio 19,70% las utilizan para preparar un remedio casero.

Interpretación:

Se puede establecer que las plantas aromáticas y medicinales son consumidas diariamente demostrando un elevado grado de consumo, contribuyendo así a mantener una buena salud a las familias, ayudando así a identificar que el presente proyecto será factible por la aceptación de consumo de las familias de Latacunga.

Pregunta Nº 7

¿Cuánto invierte Ud. para el consumo de plantas aromáticas y medicinales semanalmente?

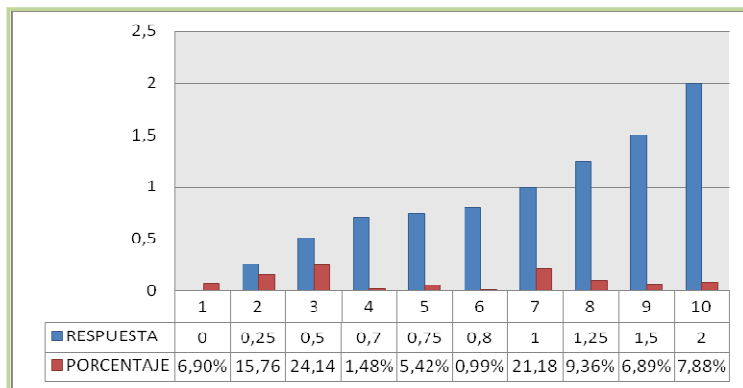
a) Natural Cuadro Nº 14: Pregunta Nº 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,00	14	6,90%
0,25	32	15,76%
0,50	49	24,14%
0,70	3	1,48%
0,75	11	5,42%
0,80	2	0,99%
1,00	43	21,18%
1,25	19	9,36%
1,50	14	6,89%
2,00	16	7,88%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 7



Elaborado por: Grupo Investigador

Análisis:

Los datos obtenidos muestran que la mayoría de las personas invierten un valor monetario de 0,50 ctvs, que corresponde al 24,14%, por otra parte el 0,99% invierte 0,80 ctvs.

Interpretación:

Los jefes de hogar consumen las plantas aromáticas y medicinales de acuerdo a la cantidad y necesidades que se presenten, demostrando así que el consumo es constantemente sea en valores altos y bajos pero existirá siempre su compra, esto quiere decir que la empresa tendrá su aceptación por que se podrá ofrecer productos en diferentes presentación según sus necesidades y gusto.

Procesadas (deshidratadas, bolsa para infusión, en polvo)

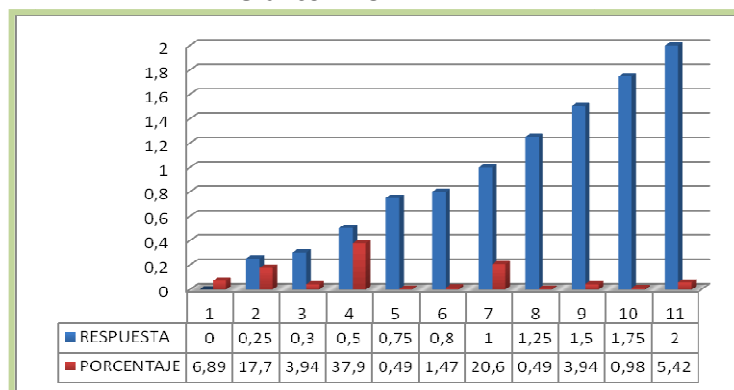
Cuadro N° 15: Pregunta N° 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0	14	6,89%
0,25	36	17,73%
0,3	8	3,94%
0,5	77	37,93%
0,75	1	0,49%
0,8	3	1,47%
1	42	20,68%
1,25	1	0,49%
1,5	8	3,94%
1,75	2	0,98%
2	11	5,42%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 8



Elaborado por: Grupo Investigador

Análisis:

En lo referente al consumo de plantas procesadas existe un alto porcentaje del 37,93% que compran a 0,50 ctvs., mientras el 0,49% invierte 0,75 ctvs. semanalmente en adquirir este producto.

Interpretación:

Las personas adquieren estos productos según sus gustos y necesidades que se pueden presentar diariamente.

Pregunta N° 8

¿Qué marca de Plantas Aromáticas y medicinales prefiere?

Cuadro N° 16: Pregunta N° 8

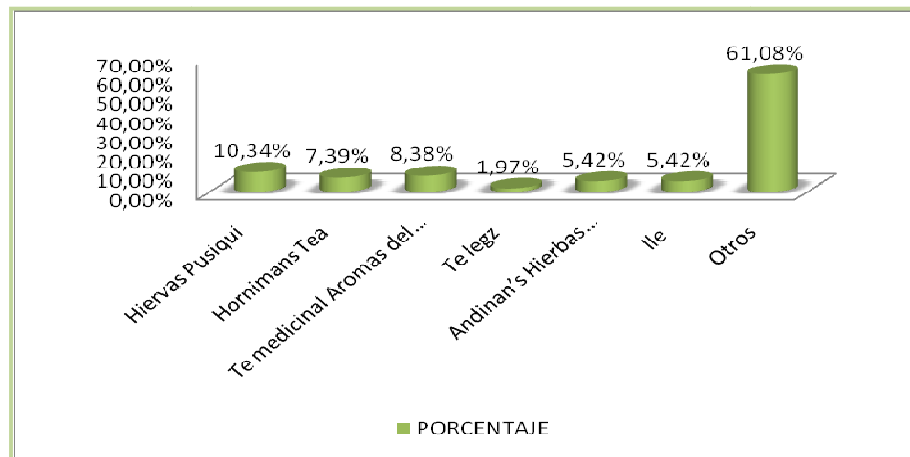
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hiervas Pusiqli	21	10,34%
Hornimans Tea	15	7,39%
Te medicinal Aromas del Tungurahua	17	8,38%
Te legz	4	1,97%
Andinan's Hierbas Aromaticas	11	5,42%
Ile	11	5,42%
Otros	124	61,08%

TOTAL	203	100%
-------	-----	------

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Grafico N° 9



Elaborado por: Grupo de investigador.

Análisis:

En relación al grafico N° 9 se aprecia que el 61,08% de las personas investigadas prefieren adquirir productos de otras marcas debido a que existe una amplia gama de presentaciones, y el 1,97% representa el menor grupo que consume productos de marca Te legz .

Interpretación:

Debido a la preferencia de la población en adquirir otra marca se presenta una oportunidad de crear una nueva marca que enfrente a la competencia para lograr ubicación en el mercado.

2.5 Identificación del Producto

Luego de haber realizado la investigación de mercado se establece que los clientes requieren los siguientes productos:

Plantas aromáticas y Medicinales en las siguientes presentaciones:

2.5.1 Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados

Las plantas que mayor demanda tienen por parte de los consumidores, en esta presentación según nuestra investigación han sido las siguientes:

✓ **Manzanilla**

Nombre Científico: Matricaria Chamomilla

Descripción: Hierba Aromática

Propiedades y Usos: Se toma frecuentemente como té; se usa en afecciones hepáticas, excesos alimenticios, Antiespasmódica, facilita la expulsión de gases, baja la fiebre, Dolor en la menstruación, Ayuda en la formación de jugos intestinales

✓ **Orégano de dulce**

Nombre Científico: Origanum Vulgare

Familia. Labiadas

Propiedades y Usos: Tónico, digestivo, estomacal, béquico, medicinal, culinario y expectorante.

✓ **Cedrón**

Nombre Científico: Lippia Citriodora

Familia: Verbenáceas

Propiedades y Usos: Tónico estomacal, sedante, Carminativo, antineurálgico, aromático

✓ **Llantén**

Nombre científico: Plantago major

Familia: Plantagináceas

Propiedades y Usos: la hoja es expectorante relajante, tonifica las membranas mucosas, anticatarral, antiespasmódica, cicatrizante tópico. Mientras que las semillas son emolientes, laxantes ayudan con el colon estreñido o irritable. Además son cicatrizantes para las heridas e infecciones de la piel. La recolección es una vez que están maduras.

✓ **Menta**

Nombre científico: Mentha piperina.

Familia: Labiata.

Propiedades y Usos: La menta es una de las plantas medicinales más conocidas y utilizadas para curar afecciones.

Hojas: contienen un aceite esencial cuyo compuesto principal es el mentol.

Entre sus propiedades principales se pueden enumerar:

Antiespasmódica.

Antiséptica.

Calma la pared interna del estómago.

Ayuda a acelerar la digestión.

Estimula la secreción de la bilis.

✓ **Borraja**

Nombre Científico: *Borago Officinalis*

Familia: Boraginaceae

Propiedades y Usos: Casi todo el tallo tiene pelitos y las hojas son pequeños bordes sinuosos, las flores forman una estrella.

Contra la bronquitis, la retención de la orina, la fiebre y la urticaria.

2.5.2 Bolsas para Infusión

Según la investigación realizada se pudo conocer que existe una demanda insatisfecha de plantas aromáticas y medicinales en bolsas para infusión. Las plantas aromáticas y medicinales que emplearemos para esta presentación según las necesidades de los consumidores son: manzanilla, orégano, y cedrón.

Uso y propiedades: Da la facilidad al consumidor de una preparación rápida y fácil al momento de degustar el té. El té también es un producto reconstrúyete facial.

2.5.3 Plantas Deshidratadas.

Otro tipo de presentación que se requiere en el mercado son las plantas deshidratadas; las plantas aromáticas y medicinales que emplearemos en esta presentación son: borraja, manzanilla, cedrón, llantén, orégano, y menta.

Uso y propiedades: facilita al consumidor a realizar aguas a infusión para calmas dolencias o disfrutar de baños naturales, como también degustar una rica agua aromática.

2.5.4 Plantas en polvo

En el mercado no existe tanta variedad de plantas aromáticas y medicinales en polvo; por lo que existe una demanda insatisfecha en este tipo de presentación. La planta aromática medicinal que utilizaremos es el orégano; ya que esta planta es de potente acción en los usos culinarios ya que es considerado un condimento de primer orden.

Uso y propiedades: Son un aliciente básico para ser de nuestros platos delicias a gusto de muchos a través de pocos, con ellas conseguimos , por ejemplo prolongar la conservación

de los preparados, mejorar los procesos digestivos y potenciar el aspectos, aroma y sabor de los alimentos.

2.5.5 Productos Sustitutos

Son productos sustitutos, aquellos que no siendo iguales pueden eventualmente satisfacer las mismas necesidades como por ejemplo:

- ✓ El café
- ✓ Te helados (Tonny)
- ✓ Yogurt Tonny
- ✓ Refrescos Hidratantes. (Getorade, Sport, etc)

2.6 Análisis de la Demanda

La demanda se refiere a los compradores que están dispuestos a adquirir durante un período de tiempo señalado, según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos y gastos de los mismos.

2.6.1 Demanda Actual del Producto.

Actualmente no existen negocios de plantas aromáticas y medicinales que tengan un seguimiento de la demanda de su producto por esa razón se a tomado como referencia para la proyección de la demanda la población Económicamente Activa.

Cuadro Nº 17

Demanda Actual Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados.

CANTONES	MERCADO	% DE	POBLACIÓN	FRECUENCIA DE	DEMANADA
----------	---------	------	-----------	---------------	----------

	META	ACEPTACIÓN	CONSUMIDORES	CONSUMO ANUAL	
LATACUNGA	68.453	7,84%	5.366	12 veces	64.392

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 18

Demanda Actual Bolsas para Infusión

CANTONES	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	POBLACIÓN CONSUMIDORES	FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	DEMANADA
LATACUNGA	68.453	36,28%	24.834	12 veces	298.016

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 19

Demanda Actual de Plantas Deshidratadas

CANTONES	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	POBLACIÓN CONSUMIDORES	FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	DEMANADA POR EL PRODUCTO
LATACUNGA	68.453	49,35%	33.781	12 veces	405.372

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 20

Demanda Actual de Plantas en Polvo

CANTONES	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	POBLACIÓN CONSUMIDORES	FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	DEMANADA POR EL PRODUCTO
LATACUNGA	68.453	6,53%	4.469	12 veces	53.639

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador

2.6.1.1 Demanda Proyectada

-La proyección de la demanda se realizó en base a la tasa de crecimiento poblacional, que según datos de la PEA (población económicamente activa), es del 1,9% anual para la provincia de Cotopaxi, lo que significaría que en ese porcentaje se va a incrementar la demanda en el mercado.

Cuadro N° 21

Tabla de la demanda proyectada de plantas aromáticas y medicinales al natural en atados.

AÑO	DEMANDA
2.009	64.392

2.010	65.615
2.011	66.821
2.012	68.090
2.013	69.383
2.014	70.701

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 22

Tabla de la demanda proyectada de bolsas para infusión

AÑO	DEMANDA
2.009	298.016
2.010	303.678
2.011	309.447
2.012	315.326
2.013	321.317
2.014	327.422

Anteriores

Fuente: Cuadros

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 23

Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas Deshidratadas

AÑO	DEMANDA
2.009	405.372
2.010	413.074
2.011	420.922
2.012	428.919
2.013	437.068
2.014	445.372

Fuente: Cuadros

Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 24

TABLA DE LA DEMANDA PROYECTADA DE PLANTAS EN POLVO

AÑO	DEMANDA
2.009	53.639
2.010	54.658
2.011	55.696
2.012	56.754
2.013	57.832

2.014	58.930
-------	--------

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

2.6.2 Análisis de la Oferta

La oferta al igual que la demanda, es función de una serie de factores que determinan la oferta del producto individual; además da a conocer el número de productores en el mercado, en base a las respuestas obtenidas en las encuesta aplicadas y la observación directa se puede realizar un sondeo de las despensas y negocios dedicados a la comercialización de plantas aromáticas y medicinales encontrándose las siguientes: (Ver Cuadro N° 25 y Anexo N° 3, 4, 5, 6, 7).

Cuadro N° 25

Cantidad del Producto Ofertado

BOLSAS PARA INFUSIÓN		
NEGOCIO PRODUCTO	DIRECCIÓN	CANTIDAD DE OFERTA ANUAL*
Hiervas Pusiqui	Narcis, Tía	7.560
Hornimans Tea	Narcis, Tía, aki	5.400
Te medicinal Aromas del Tungurahua	Narcis, Tía, aki	6.120
Te legz	Narcis, Tía, aki, Multisa	1.440
Andinan's Hierbas Aromaticas	Narcis, Tía, aki	3.960
Ile	Narcis, Tía, aki	3.960
TOTAL		28.440
PLANTAS AL NATURAL EN ATADOS		

Atados de Plantas Aromáticas y medicinales	Multisa	1.220
Nuevo Amanecer	2 de mayo Y Guayaquil	6.480
TOTAL		7.700
PLANTAS DESIDRATADAS		
Su mundo Naturista	Belisario Quevedo y J.A.E	7.200
Sobrevivencia	Av. Belizario Quevedo y Pasaje Tobar	5.400
Biosalud	Av. Marco Aurelio Subía	4.320
TOTAL		16.920
PLANTAS EN POLVO		
Sazonador de carne	Narcis, Tia, aki, multisa	2.456
Sazona todo	Narcis, Tia, aki, multisa	1.870
TOTAL		4.326

*Detalle en los anexos 3, 4, 5, 6, 7.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Grupo Investigador

2.6.2.1 Oferta Proyectada

- ✓ La proyección de la oferta se realizó en base a la tasa de crecimiento poblacional, que según datos de la PEA, es del 1,9% anual para la provincia de Cotopaxi.

Cuadro Nº 26

Tabla de la oferta proyectada de plantas aromáticas y medicinales al natural en atados.

AÑO	OFERTA
2.009	7.700
2.010	7.846
2.011	7.995
2.012	8.146
2.013	8.300
2.014	8.457

Fuente: Cuadros

Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 27

Tabla de la Oferta Proyectada de Bolsas Para Infusión

AÑO	OFERTA
2.009	28.440
2.010	28.980
2.011	29.530

2.012	30.091
2.013	30.662
2.014	31.244

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 28

Tabla de la Oferta Proyectada de Plantas Deshidratadas

AÑO	OFERTA
2.009	16.920
2.010	17.241
2.011	17.568
2.012	17.901
2.013	18.241
2.014	18.587

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 29

Tabla de la Oferta Proyectada de Plantas En Polvo

AÑO	OFERTA
2.009	4.326
2.010	4.408
2.011	4.491
2.012	4.576
2.013	4.662
2.014	4.750

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

2.7 Estimación de la Demanda Insatisfecha

A través de este proyecto de factibilidad se conocerá la demanda por satisfacer; en la cual se hará un análisis de un porcentaje a cubrirse acorde a los recursos técnicos y económicos con los que se pretende emprender esta idea de negocio para cual se ha considerado el 10% a cada producto que se pretende ofertar. (ver cuadro N° 30, 31, 32, 33).

Cuadro Nº 30

DEMANDA INSATISFECHA DE PLANTAS AROMÁTICAS Y MEDICINALES			
AL NATURAL EN ATADOS.			
Desde el año 2.009 hasta el 2.014			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	64.392	7.700	56.692
2.010	65.615	7.846	57.769
2.011	66.821	7.995	58.826
2.012	68.090	8.146	59.944
2.013	69.383	8.300	61.083
2.014	70.701	8.457	62.244
Total	405.00	48.44	356.55

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 31

DEMANDA INSATISFECHA DE BOLSAS PARA INFUSIÓN			
Desde el año 2.009 hasta el 2.014			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	298.016	28.440	269.576
2.010	303.678	28.980	274.698
2.011	309.447	29.530	279.917
2.012	315.326	30.091	285.235
2.013	321.317	30.662	290.655
2.014	327.422	31.244	296.178
Total	1.875.20	178.94	1.696.25

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 32

DEMANDA INSATISFECHA DE PLANTAS DESHIDRATADAS			
Desde el año 2.009 hasta el 2.014			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	405.372	16.920	388.452
2.010	413.074	17.241	395.833
2.011	420.922	17.568	403.354
2.012	428.919	17.901	411.018
2.013	437.068	18.241	418.827
2.014	445.372	18.587	426.785
Total	2.550.72	106.45	2.444.26

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 33

DEMANDA INSATISFECHA DE PLANTAS EN POLVO			
Desde el año 2.009 hasta el 2.014			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	53.639	4.326	49.313

2.010	54.658	4.408	50.250
2.011	55.696	4.491	51.205
2.012	56.754	4.576	52.178
2.013	57.832	4.662	53.170
2.014	58.930	4.750	54.180
Total	337.50	27.21	310.29

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Grupo Investigador

2.8 Análisis de Precio

De acuerdo a las características del producto se elige y fija el precio de venta.

2.8.1 Precio Promedio

En el presente cuadro se dará a conocer los precios investigados en el mercado por medio de la investigación aplicada por las tesis por medio de la observación.

Cuadro Nº 34

PRECIOS INVESTIGADOS EN EL MERCADO	
Plantas en Atados	0,25 a 1,00
Bolsas para infusión	1,00
Plantas Deshidratadas	0,50 a 1,00
En polvo	1,50 a 2,50

Fuente. Observación

Elaborado: Grupo Investigador

2.8.1.1 Proyección del Precio

Según la información proporcionada por el INEC del índice de inflación dentro del período (2.008-2.012), será el 4.94% anual, para aplicar en el proyecto y proyección del precio.

Cuadro Nº 35

PROYECCIÓN DE PRECIOS

Desde el año 2.009 hasta el 2.014

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsas para Infusión	1	1,05	1,10	1,16	1,21
Plantas al Natural	1	1,05	1,10	1,16	1,21
Plantas Deshidratadas	0.95	1,00	1,05	1,10	1,15

En polvo	1.50	1,57	1,65	1,73	1,82
----------	------	------	------	------	------

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Grupo Investigador.

2.9 Comercialización

Se define como el conjunto de actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios, desde el productor al consumidor, que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, marketing, planificación de productos, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transporte y almacenamiento.

2.9.1 Estrategias de Precios

Dentro de las estrategias de precios que seguirá la empresa se tiene las descritas en a continuación en la siguiente matriz: Matriz de Estrategias de Precios.

Cuadro Nº 36

Matriz de Estrategias de Precios

Nº	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO
1	Precios de acuerdo al mercado	Establecer los precios más referenciales de acuerdo a los que tiene la competencia.	Análisis de precios de la competencia.	Entrar al mercado con precios competitivos y semejantes a los que ofrece la competencia.
2	Promoción de las plantas aromáticas y medicinales.	Promoción de los productos considerando su frecuencia de uso y preferencias de los	Plan de incentivos en las ventas de los productos pague dos y el tercero a	Incentivar las ventas de los productos con estas promociones

		consumidores.	mitad de precio.	atractivas
3	Precio que permita utilidad a los clientes	Analizar los costos, a tal punto que se pueda poner un margen atractivo de utilidad para nuestros clientes por la venta de plantas aromáticas y medicinales en diferentes presentaciones.	Análisis de costos en este caso descuentos y crédito.	Incentivar el consumo de las plantas aromáticas y medicinales en diferentes presentaciones de nuestra marca.
4	Listado de precios de productos	Emitir un listado de precios de las plantas aromáticas y medicinales en diferentes presentaciones, con sus respectivos beneficios y promociones.	Manejar listados de precios de las plantas aromáticas y medicinales.	Aumentar el consumo de los productos que se comercializan.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador.

2.9.1.1 Estrategias de Promoción

La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado; la promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta, a continuación detallamos lo siguiente:

- ✓ Publicidad, los anuncios publicitarios en prensa radio y T.V.
- ✓ Relaciones públicas.
- ✓ Promoción de ventas (por ejemplo, 2 X 1, compre uno y el segundo a mitad de precio, etc.)

Cuadro N° 37

Matriz de Estrategias de Promoción

Nº	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO
1	Publicidad a clientes	Dar a conocer la empresa y los productos a través de una visita a los clientes potenciales.	Plan de rutas de visitas a potenciales clientes.	Captar la mayor cantidad de clientes
3	Promoción en productos	Realizar promociones considerando las cantidades de productos adquiridos.	Plan de incentivos por demanda de productos.	Aumentar la demanda de los productos y dar mayor oportunidad de salida de los productos que se comercializan.
4	Acercamiento del Gerente General con el cliente	Entrevistas mensuales del Gerente General con medianos y grandes clientes.	Conocimiento de la opinión que tienen los clientes acerca de nuestros productos	Conocer lo que piensan los clientes y evaluar el grado de satisfacción del servicio.
5	Estudio del mercado	Exploración permanente de nichos de mercado, para posicionar los productos.	Diseño de productos de acuerdo a necesidades de clientes.	Cubrir las expectativas de los clientes.
6	Convenios con grandes, medianos y pequeños clientes de los productos.	Establecer alianzas estratégicas comerciales.	Realizar convenios con los clientes del producto.	Incrementar y asegurar las ventas del producto.
7	Materiales publicitarios	Proveer a clientes corporativos de materiales publicitarios.	Programa de publicidad de los productos.	Posicionar la marca de los productos.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

2.9.2 Canales de Distribución

Los productos que se desean comercializar estarán dirigidos a bodegas o distribuidores de víveres, supermercados, micro mercados y tiendas de la ciudad, por lo que se ha establecido el siguiente canal largo de distribución.

Mayorista. El comercio mayorista es un intermediario que se caracteriza por vender a los detallistas, a otros mayoristas o fabricantes, pero nunca al consumidor o usuario final. Los mayoristas pueden comprar a un productor o fabricante y también a otros mayoristas.

Minoristas. Los minoristas son los que venden productos al consumidor final, siendo el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

Consumidor. Es la persona que adquiere el producto para satisfacer sus necesidades mediante un proceso de negociación.

De los presentes canales de distribución se escogerá el más factible para la distribución de la mercadería para mayor eficiencia en sus entregas y llegada al consumidor final.(Ver cuadros N° 38 y Grafico N° 10).

Cuadro N° 38

Canales de Distribución.

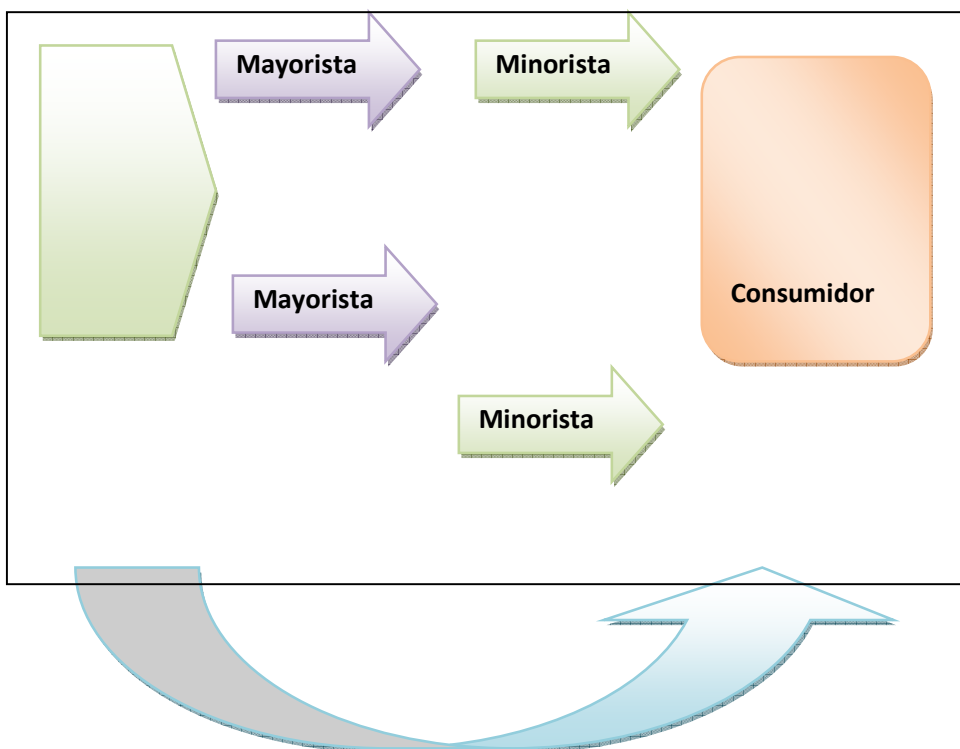
CANAL	RECORRIDO								
Directo	Fabricante	----->						Consumidor	
Corto	Fabricante	----->				Minoristas	---->	Consumidor	
Largo	Fabricante	----->		Mayorista	--->	Minoristas	---->	Consumidor	
Doble	Fabricante	--->	Agente exclusivo	---->	Mayorista	--->	Minoristas	---->	Consumidor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Gráfico N° 10

Canal de Distribución



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

El gráfico N° 10, indica que la distribución de la mercadería de plantas aromáticas y medicinales será mediante:

La **distribución larga** para la comercialización de plantas aromáticas y medicinales, que tiene la finalidad de obtener posesión en el mercado con el nuevo producto fabricado en la ciudad de Latacunga y compita con los demás productos ofertados, y el **canal directo** ayuda a fortalecer la calidad del producto que estará en las mentes del consumidor al saber que es producida por una empresa local, ayudando así al consumidor a visualizar la calidad del producto con su cultivo orgánicos y procesos naturales.

2.10 Estrategias de Comercialización

La estrategia de comercialización para el producto será la: Matriz de Estrategias de Comercialización.

Cuadro N° 39

Matriz de Estrategias de Comercialización

Nº	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO
1	Determinación clara de los canales de distribución	Establecer, cuáles serán los canales de distribución y comercialización.	Establecer políticas de distribución y comercialización	Minimizar al máximo que los productos pasen por varios intermediarios hasta llegar al cliente final.
2	Determinación de los costos de distribución.	Establecer los costos de distribución de los productos.	Tener de manera clara y oportuna, el costo de la distribución del producto	Tener definido los costos de distribución para evitar la pérdida del margen de utilidad propuesto.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

CAPITULO III

3. Estudio Técnico

En esta parte de la investigación se procederá a realizar un estudio que permita determinar el tamaño y la localización óptima de la empresa; la ingeniería del proyecto en la que se detallará las características que tendrán los productos que se desean producir y comercializar, se realizará una descripción de los procesos productivos que se deberán seguir para obtener los productos, dichos procesos serán reflejados a través de diagramas de flujos que permitirán su fácil y rápida interpretación; además se propondrá la distribución de la planta y el diseño general de la estructura que tendría la empresa, se describirán los recursos físicos que serán requeridos para llevar a cabo el proceso productivo; además se realizará una propuesta administrativa que indica cómo estaría estructurada la empresa; y finalmente se presentará un direccionamiento estratégico que permita tener conocimiento hacia donde quiere ir la empresa con la actividad económica que se desea incurrir.

3.1 Objetivos del Estudio Técnico

3.1.1 Objetivo General

- ✓ Desarrollar el estudio Técnico y Financiero con los datos exactos arrojados por el estudio de mercado.

3.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el tamaño óptimo de la planta, tomando en cuenta la demanda de los productos, materias primas requeridas, maquinaria y equipos de producción y capacidad instalada.

- ✓ Establecer los requerimientos del proyecto que serán necesarios para llevar a cabo las actividades productivas dentro de la empresa.
- ✓ Establecer índices Financieros que determinan la Factibilidad o no del Proyecto.

3.2 Tamaño Óptimo de la Empresa

3.2.1 Tamaño

Se procederá a determinar el tamaño óptimo que tendrá la empresa que se desea implementar, para lo cual se realizará el análisis de diferentes factores que ayudarán a tomar decisión sobre dicho tamaño.

Los factores que tomaremos en cuenta son infraestructura, distribución de la mano de obra, materia prima, maquinaria y equipo.

3.2.2. Tamaño en función del mercado

La cantidad demandada proyectada a futuro es un factor muy importante para determinar el tamaño, aunque éste no necesariamente deberá definirse.

Se optará por la estrategia de satisfacer deficitariamente la demanda, que implica definir un tamaño pequeño que vaya ampliándose de acuerdo con las posibilidades de las escalas de producción, donde se dejará de percibir beneficios que ocasionaría la opción de satisfacer a toda la demanda y se irá obteniendo utilidades conforme se vaya satisfaciendo la demanda y cubriendo el punto óptimo de equilibrio.

3.2.3 El Tamaño en función de los Costos de Producción

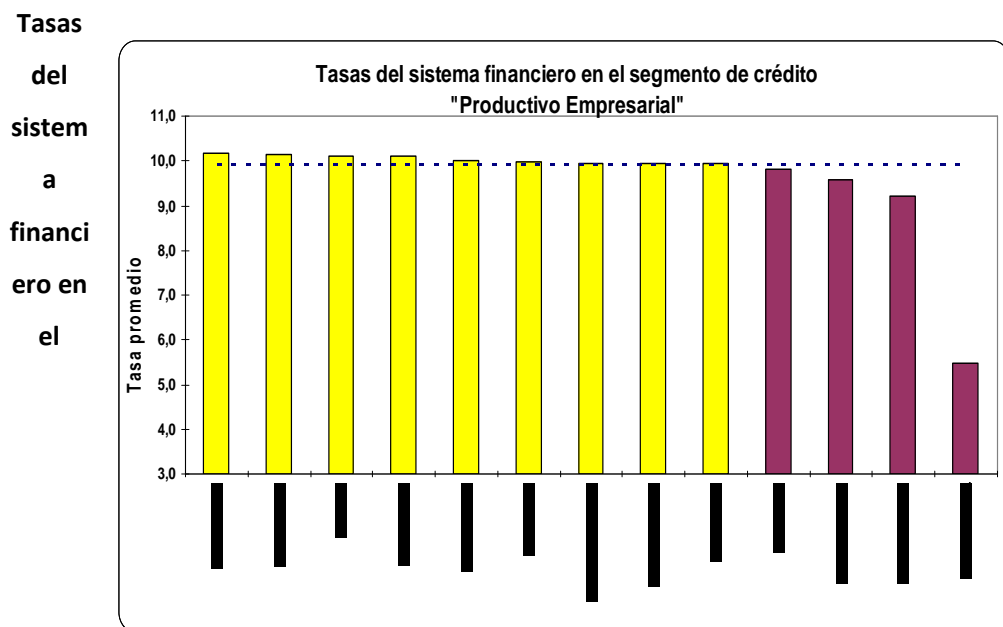
El tamaño mínimo de producción de plantas aromáticas y medicinales se puede determinar a través del punto de equilibrio, el cual nos proporcionará información acerca del nivel en que el proyecto comienza a generar utilidades. El punto de equilibrio toma como base sustentar tanto los costos fijos como los variables, tal como lo analizaremos más adelante en el estudio financiero.

3.2.4. Tamaño en función del Financiamiento

Como el presente proyecto es nuevo, se necesitará financiar la totalidad de la inversión, por lo tanto se buscará el menor costo del capital para poner en marcha el proyecto y así obtener utilidades las cuales sirvan para responder al apalancamiento, donde se demostrara en el estudio financiero más adelante.

La tasa promedio de cada institución financiera en cada segmento es ponderado por el volumen de crédito.

Gráfico N° 11



segmento de crédito "Productivo Empresarial"

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo Investigador

3.2.5 Disponibilidad de Mano de Obra

La empresa que se está analizando requerirá de personal tanto en áreas administrativas como de producción capacitadas para desarrollar las actividades necesarias para poder producir bienes de excelente calidad y además para brindar un servicio diferenciado.

Se estipula que para la operación del proyecto se requiere del siguiente personal:

Cuadro Nº 40

Personal Necesaria para el Proyecto

MANO DE OBRA	
Ing. Agrónomo	1
Operarios	2
Jornaleros	4
TOTAL	12

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

En la ciudad de Latacunga se cuenta con personal que se encuentra preparado en diferentes ámbitos para responder efectivamente a los requerimientos de personal de las empresas existentes en el medio.

3.2.6 Disponibilidad de Materia Prima

Existe gran disponibilidad de materia prima para el proceso productivo del presente proyecto:

- ✓ Abono orgánico.
- ✓ Temperaturas favorables para el cultivo desde 0°C hasta 20 °C.
- ✓ Semillas que son de fácil adquisición.
- ✓ Agua de regadío.

3.2.7 Tamaño Propuesto

Del Cuadro Nº 20, 21, 22 y 23 de la “Demanda Proyectada”, determinaremos el tamaño en función del mercado.

Cuadro Nº 41

Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas Aromáticas y Medicinales en Atados

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	56.692
2.010	57.769
2.011	58.826
2.012	59.944

2.013	61.083
--------------	--------

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 42

Tabla de la Demanda Proyectada de Bolsas para Infusión

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	269.576
2.010	274.698
2.011	279.917
2.012	285.235
2.013	290.655

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro N° 43

Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas Deshidratadas

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	388.452
2.010	395.833

2.011	403.354
2.012	411.018
2.013	418.827

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Grupo Investigador

Cuadro Nº 44

Tabla de la Demanda Proyectada de Plantas En Polvo

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2.009	49.313
2.010	50.250
2.011	51.205
2.012	52.178
2.013	53.170

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Grupo Investigador

3.3 Localización Óptima del Proyecto

El proyecto se encontrará localizado en el Barrio Cristo Rey de la ciudad de Latacunga por su espacio físico y vías de acceso; cabe señalar que se ha tomado en cuenta este sitio porque este terreno es de propiedad de una de las investigadoras. Es importante considerar que la

localización óptima será aquella que permita obtener una maximización de los beneficios, reduciendo los costos.

3.3.1 Macro localización

El presente proyecto estará ubicado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Barrio Cristo Rey. La macro localización se fundamenta en lo siguiente:

- ✓ Que el barrio Cristo Rey se encuentra dentro las vías Pujilí-Latacunga, entre 1.5 km. De Latacunga y 5.8Km. desde Pujilí.
- ✓ El tipo de suelo es arenoso.
- ✓ Cuenta con agua de regadío.
- ✓ Tiene servicio Básico.

Figura N° 1

Mapa De La Macro localización Del Proyecto



Fuente: Investigación de Campo

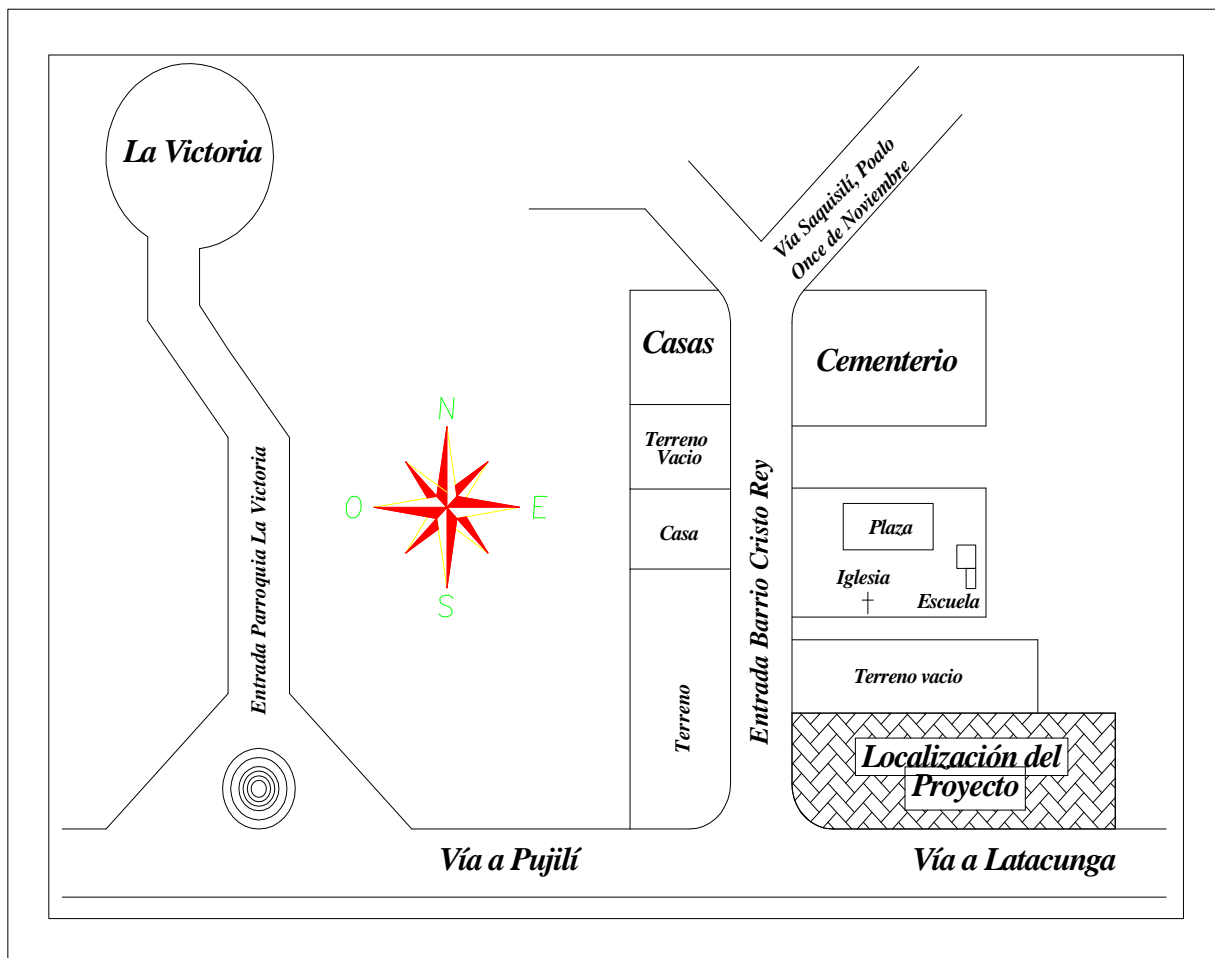
Elaborado por: Grupo Investigador

3.3.2 Micro localización

- ✓ Vías de acceso principales Latacunga, Pujilí con sus vías alternativas Saquisilí, Poalo, Once de Noviembre, La Victoria,
- ✓ Su ubicación Geográfica es la siguiente:
Al norte a dos cuadras se encuentra localizada la Iglesia, al sur vía Pujili Latacunga, al este el terreno de la Sra. Ofelia Veintimilla y al oeste la entrada al barrio Cristo Rey.

Figura N° 2

Mapa de Localización del Proyecto



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.4 Ingeniería del Proyecto

En el presente capítulo se determinará la ingeniería del proyecto, la misma que comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitirán el proceso de fabricación del producto.

3.4.1 Características del Producto

Dentro del proyecto se trabajará en la elaboración de cuatro tipos de presentaciones de plantas aromáticas y medicinales:

- ✓ Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados.
- ✓ Bolsas Para Infusión.
- ✓ Plantas deshidratadas.
- ✓ Plantas en polvo.

A continuación detallaremos las características de cada uno de ellos:

3.4.1.1 Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados.

Esta presentación que se expenderá será de seis tipos de plantas: manzanilla, orégano, cedrón, llantén, menta y borraja.; en el siguiente gráfico se presenta este tipo de producto:

Figura N° 3

Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Características de las plantas aromáticas y medicinales en atados.

- ✓ Plantas naturales.
- ✓ Papel celofan para su empaque.
- ✓ Peso de 250 gr. cada atado.
- ✓ Cintas tricolores.
- ✓ Su etiqueta con la marca de forma redonda ubicada en el centro.
- ✓ Tabla nutricional y su uso.

Tabla N° 1

Tabla nutricional de Plantas Aromáticas y Medicinales al Natural en Atados

Información Nutricional	
Plantas al natural capacidad de 3 oz.	
Cantidad por porción	
Calorías 0	
Grasa total	0%
Sodio Omg.	0%
Carbohidratos 0g	
Azúcares 0g	
Proteína 0g.	

Los valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.1.2 Bolsas para Infusión

Las bolsas para infusión de uso personal permiten dosificar y disfrutar del buen sabor de cada una de las hierbas procesadas; las plantas que utilizaremos para esta presentación son: la manzanilla, el orégano, y cedrón.

Figura N° 4

Bolsas para Infusión



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Características del producto.

- ✓ Plantas trituradas.
- ✓ Pape filtro Para su envoltura de 5x5 cm.
- ✓ Hilo Chillo cortado en 17 cm.
- ✓ Etiqueta en la parte superior para su identificación y agarre.
- ✓ Peso del té por bolsa de un gramo.
- ✓ Presentación en cartón de 6 cm. de ancho y 15 cm. de largo
- ✓ Capacidad por caja 25 bolsas.
- ✓ Peso total bolsas para infusión 1 gr.
- ✓ Peso Total 250 gr.
- ✓ Tabla nutricional y beneficio de ingerirlo en la parte derecha del cartón.
- ✓

Tabla N° 2

Tabla Nutricional de bolsas para Infusión

Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 bolsita para infusión (1g.)	
Cantidad por porción Calorías 0	
Grasa total	0%
Sodio Omg.	0%
Carbohidratos	0g
Azúcares	0g
Proteína	0g.
Los valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías.	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.1.3 Plantas Deshidratadas

En esta presentación tendremos seis variedades de hierbas y utilizaremos: Borraja, manzanilla, cedrón, llantén, orégano y menta.

Figura N° 5

Plantas Aromáticas y Medicinales Deshidratadas



Características del producto.

- ✓ Plantas deshidratadas.
- ✓ Fundas transparentes, selladas al vacío.
- ✓ Contenido de 250 gr.
- ✓ Su etiqueta y marca de forma redonda ubicada en el centro.
- ✓ Tabla nutricional y beneficio de la hierba al ingerir o usarla.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Tabla N° 3

Tabla Nutricional de Plantas Deshidratadas

Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 funda de (250 gr.) Porción 10	
Cantidad por porción Calorías 0	
Grasa total	0%
Sodio Omg.	0%
Carbohidratos 0g	
Azúcares 0g	
Proteína 0g.	
Los valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías.	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.1.4 Plantas Aromáticas en Polvo

La planta aromática medicinal que utilizaremos es el orégano; ya que esta planta es de potente acción en los usos culinarios ya que es considerado un condimento de primer orden; según nuestro estudio existe una demanda insatisfecha en este tipo de presentación.

Figura N° 6

Plantas Aromáticas en Polvo



Características del producto.

- ✓ Envase de plástico PET ideal para especias y condimentos.

- ✓ Cantidad 50 gr.
- ✓ Tapones de plástico con huecos.
- ✓ Tapa Rosca.
- ✓ Dimensiones de 10 cm. de largo por 3cm. de ancho.
- ✓ Etiqueta y marca en el centro
- ✓ Cuadro de beneficios de consumo en la parte posterior y tabla nutricional .

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Tabla N° 4

Tabla nutricional de Plantas en Polvo

Información Nutricional	
Porción 20	
Cantidad por porción	
Calorías 0	
Grasa total	0%
Sodio Omg.	0%
Carbohidratos 0g	
Azúcares 0g	
Proteína 0g.	
Los valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías.	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.2 Proceso Productivo

Para la comercialización de productos elaborados con plantas aromáticas y medicinales en las cuatro presentaciones que han sido propuesto, es preciso definir el proceso productivo que tendrá cada una de ellas, de modo que se tenga claramente diferenciadas las actividades que se deberán desarrollar para lo obtención de dichos productos; por lo tanto se procederá a puntualizar los siguientes procesos:

- ✓ Proceso Productivo Para El Cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales.
- ✓ Proceso Productivo de Plantas Aromáticas y Medicinales en Atados.
- ✓ Proceso Productivo de Bolsitas Para Infusión.
- ✓ Proceso Productivo de Plantas Deshidratadas.
- ✓ Proceso Productivo de Plantas en Polvo.


3.4.2.1 Diagrama de Flujo del Proceso Productivo







Se han procedido a realizar cinco tipos de diagramas de flujos, el primero representa el proceso productivo para el cultivo de plantas aromáticas y medicinales, el segundo abarca la producción de plantas aromáticas y medicinales al natural en atados; el tercero contempla todas las actividades que tendrán que desarrollarse dentro del proceso para la elaboración productos de plantas aromáticas y medicinales deshidratadas como también el proceso productivo de las bolsa para infusión y finalmente el quinto diagrama de flujo grafica el proceso productivo para la elaboración de productos de plantas en polvo.

A continuación se presenta la simbología a utilizarse para representare de manera gráfica las operaciones que se realizara para elaborar el producto final. (Ver cuadros Nº 45, 46, 47, 48, 49, 50).

Cuadro Nº 45

Simbología del Diagrama de Flujo de Procesos

SÍMBOLO	NOMBRE
	Inicio

	Operación
	Transporte
	Demora
	Almacenaje
	Decisión
	Inspección

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador








3.4.2.1.1 Descripción del Proceso Productivo para el Cultivo de Plantas Aromáticas y Medicinales.

El cultivo de las plantas aromáticas y medicinales tienen éxito en todos los tipos de terreno ricos en materia orgánica, suelos silíceos, arcillosos, francos, fumíferos, calcáreos, arcilloso - arenosos e incluso en lugares áridos. Se han descrito las siguientes actividades a desarrollarse para la producción de plantas aromáticas y medicinales:

- ✓ Preparación del Terreno.
- ✓ Realizar una labor de desfonde, que consiste en romper las capas más compactadas hasta unos 50 cm. de profundidad lo cual lo vuelve más poroso, es decir, mejora su drenaje y facilita el desarrollo radicular.
- ✓ Preparar el terreno con abono orgánico.
- ✓ Regar las semillas en el terreno donde se va a plantar, un día antes que se realice esta actividad.

- ✓ Realizar el riego por aspersión, en las primeras horas de la mañana o al atardecer, esto se lo realizara únicamente por las mañanas o por la tarde no a la presencia del sol.
- ✓ Hacer varias cavas del terreno para romper la costra de la superficie, airearlo, mullirlo y también, de paso, para eliminar las malas hierbas que haya alrededor de las plantas.
- ✓ Labrar muy superficialmente, sin profundizar, puesto que se rompería raíces. Mínimo, 2 veces al año; y máximo, 5 ó 6.
- ✓ Eliminación de las "malas hierbas"; por lo que se propagan con facilidad y hay que eliminarlas a tiempo, ya que son muy invasoras.
- ✓ Realizar la poda de las plantas aromáticas y medicinales, recortándolas tras la floración para provocar un nuevo desarrollo sano, de lo contrario se harán leñosas.
- ✓ Realizar el corto de las plantas que tengan un crecimiento excesivo.
- ✓ Eliminar restos de flores pasadas, de modo que no consuman reservas y dañen la estética de la planta, eliminar las hojas secas.
- ✓ Vigilar los posibles ataques de plagas o de enfermedades con la utilización del Biol que es un plaguicida natural.
- ✓ Realizar revisiones periódicas de las plantas.
- ✓ Cosechar las plantas que ya han alcanzado su altura y maduras para poder llevar a su debido proceso.
- ✓ Lavar las plantas para limpiar impurezas de la cosecha teniendo mucho cuidado en su manipulación.
- ✓ Trasladar las plantas a la plancha de cemento que se seque con los rayos solares.

Cuadro N° 46

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE	
											
Preparar el terreno			2 días	*							Jornalero
Realizar tarea de desfonde			1 día		*						Jornalero
Abonar el terreno	200 lbs.		1 día		*						Jornalero
Hacer cavas del terreno		20cm.			*						Jornalero
Sembrar las semillas	5 lbs.		1 día		*						Jornalero
Regar por aspersión		3 m2	1 día		*						Jornalero
Labrar superficialmente					*						Jornalero
Recoger la maleza			1 día		*						Jornalero
Desarrollo Productivo			3 meses				*				Ing. Agrónomo
Podar las plantas					*						Jornalero
Cortar las plantas de crec.exc.			1 día		*						Jornalero
Eliminar restos de plantas					*						Jornalero
Vigilar ataques de plagas			1 día						*		Ing. Agrónomo
Utilizar insecticidas biológicos	10 lts.								*		Jornalero
Realizar revisiones de planta			1 día						*		Ing. Agrónomo

Cosechar las plantas	100 lbs.		2 días		*						Jornalero
Lavar las plantas	100 lbs.		1 día		*						Jornalero
Trasladar al área de secado		5m2	7 días			*					Operario

3.4.2.1.1.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para el cultivo de plantas aromáticas y medicinales.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador








3.4.2.1.2 Descripción del proceso productivo de plantas aromáticas y medicinales en atados.

Una vez que se procedió a realizar las actividades de cultivo de las plantas aromáticas y medicinales, se realizará las actividades necesarias, para preparar el producto en atados.

- ✓ Primero realizamos las labores de Cosecha de plantas aromáticas y medicinales.
- ✓ Lavar las plantas aromáticas y medicinales que fueron cultivadas cuidado de modo que no afecte su calidad y evitando cualquier impureza.
- ✓ Realizar control de calidad de las plantas que ingresan a la sección de empackado, que permita asegurar la calidad en las materias primas que se utilizarán para la elaboración de las Plantas Aromáticas y Medicinales en Atados.
- ✓ En la sección de empackado se verifica el peso que es de 250 gr. del producto.
- ✓ Cuando este verificado se empackará en una papel celofán de colores.
- ✓ Luego se colocara las cintas tricolor y;
- ✓ Se realiza el etiquetado del producto el cual contendrá su logo y tabla nutricional.
- ✓ Por último se lo almacena adecuadamente para distribuirlo.

Cuadro N° 47

3.4.2.1.2.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas en atados.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	SIMBOLOGÍA							RESPONSABLE
											
Cosecha de plantas	100 lbs.		2 días	*							Jornalero

Lavar las plantas	100 lbs.		1 día	*							Jornalero
Control de calidad										*	Ing. Agrónomo
Verifica el peso	250 gr.		1 día							*	Operario
Empaquetado y etiquetado			1 día	*							Operario
Almacenamiento		5 m2	1 día					*			Operario

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador








3.4.2.1.3 Descripción del proceso para la elaboración productos de plantas aromáticas y medicinales en bolsas para infusión.

- ✓ Realizar control de calidad de las plantas que ingresan a la sección de secado, que permita asegurar la calidad en las materias primas, como que no tengan gusanos las plantas y que estén limpias que se utilizarán para la elaboración de fundas de té.
- ✓ Seguido a esto, se realizará la trituración de las plantas aromáticas y medicinales secas.
- ✓ Para la elaboración de las bolsitas se deberá cortar un pedazo de papel de un metro de largo, también se procede a doblar en medidas adecuadas para el relleno del producto.
- ✓ Ya obtenido el corte deseado de la bolsa es sellado en partes laterales para transformarle en bolsa para contener el producto.
- ✓ Colocar en fundas el contenido de 1 gramos de la trituración de las plantas aromáticas y medicinales en el papel cortado.
- ✓ Verificación del peso que contendrá el producto ya procesado.
- ✓ Fijar la medida de los hilos que es de 17 cm. que servirá para sujetar al contenido de la bolsitas.
- ✓ Una vez que las bolsitas tengan el peso adecuado, se introduce la punta del hilo que normalmente se usa, y se procede a sellarla (se realizará doble sellado).
- ✓ Se coloca una etiqueta del producto en la parte superior en la punta del hilo para que el consumidor reconozca la marca del producto.
- ✓ Cuando este lista la bolsa para infusión se los empacará en una caja de cartón. Cada caja contendrá 25 bolsitas de té y tendrá un peso de 26 gramos.

Cuadro N° 48

3.4.2.1.3.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales de bolsas para infusión.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	SIMBOLOGÍA	RESPONSABLE
-------------	----------	-----------	--------	------------	-------------

											
Secado de plantas	100 lbs.		7 días				*				Operario
Molienda de las plantas	100 lbs.		1 día	*							Operario
Cortado y doblado del papel	2 m.			*							Operario
Sellos laterales de bolsitas				*							Operario
Llenado de bolsitas	1 gr.			*							Operario
Controlar el peso del producto	1 gr.		1 día						*		Ing. Agrónomo
Medir los hilos	17 cm.		1 día	*							Operario
Sellado de las bolsas con los hilos				*							Operario
Etiquetar la bolsas de te				*							Operario
Empacar las 25 bolsas en la caja.	250 gr.			*							Operario

Fuente: Investigación de Campo








Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.2.1.4 Descripción del Proceso para la elaboración productos de plantas aromáticas y medicinales Deshidratadas.

- ✓ Realizar control de calidad de las plantas que ingresan a la sección de secado, que permita asegurar la calidad en las materias primas.
- ✓ Una vez que estas plantas son secadas, se procede a la trituration de las plantas para obtener diferentes productos con sabores y aromas distintos.
- ✓ Colocar en fundas transparentes el contenido de 250 gramos de la trituration de las plantas aromáticas y medicinales, que permitan su adecuado almacenamiento una vez abierta.
- ✓ Se procede a sellar el producto en medida exacta para ser presentado ante el mercado meta.
- ✓ Finalmente, se etiquetarán las fundas que contienen las plantas deshidratadas.

Cuadro N° 49

3.4.2.1.4.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales Deshidratadas.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	SIMBOLOGÍA							RESPONSABLE
											
Secado de plantas	100 lbs.		7 días			*					Operario

Trituración	100 lbs.		1dia	*							Operario
Llenado del producto en las fundas	250 gr.			*							Operario
Comprobar el peso del producto	250 gr.								*		Operario
Sellado	250 gr.		1dia	*							Operario
Etiquetado	250 gr.		1dia	*							Operario

Fuente: Investigación de Campo








Elaborado por: Grupo Investigador

3.4.2.1.4 Descripción del Proceso para la elaboración de productos de plantas aromáticas y medicinales en polvo.

- ✓ Transportar las plantas aromáticas y medicinales a la sección de secado, con el debido cuidado de modo que no afecte su calidad y evitando cualquier impurezas, siendo el orégano la planta que mas se utilizará para esta presentación por ser un excelente condimento.
- ✓ Se procederá a moler el material a ser empacado en los respectivos recipientes con la ayuda del molino.
- ✓ Las plantas en polvo serán colocadas en un envase de plástico, ideal para especias y condimentos, cuya capacidad es de 120 ml.
- ✓ Cada envase contendrá 50 gramos de material molido.
- ✓ Una vez que los envases contengan el peso adecuado se procederá a sellarlos con la tapa rosca dispuesta para cada envase y con una etiqueta que contendrá la marca del producto, esto se lo hará de forma manual.
- ✓ Una vez que se tendrán los envases con el producto se procederá a etiquetarlos con autoadhesivos previamente elaborados con la marca y logo de la empresa que visualizara la tabla nutricional de modo que permita identificar el producto de la empresa. Estos autoadhesivos tienen la ventaja de que no necesitan pegamento y quedan a todo color y se encuentran a bajos costos en el mercado.
- ✓ Finalmente, el producto quedará listo para ser expandido en el mercado.

Cuadro N° 50

3.4.2.1.4.1 Diagrama de flujo para del proceso productivo para las plantas aromáticas y medicinales en polvo.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	SIMBOLOGÍA	RESPONSABLE
				      	

Secado de plantas	100 lbs.		7 días			*				Operario
Molienda de las plantas	100 lbs.		1 día		*					Operario
Llenado del producto en el frasco	50 gr.				*					Operario
Comprobar el peso del producto	50 gr.							*		Operario
Sellado del envase	50 gr.		1 día		*					Operario
Etiquetado del envase	50 gr.				*					Operario
Distribución del producto			2 días					*		Agente vendedor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.5 Distribución en Planta y Diseño General de la Estructura

Se presenta un diseño de cómo estará dispuesto el espacio físico con el que se contará para llevar a cabo tanto las actividades administrativas como productivas de la empresa.

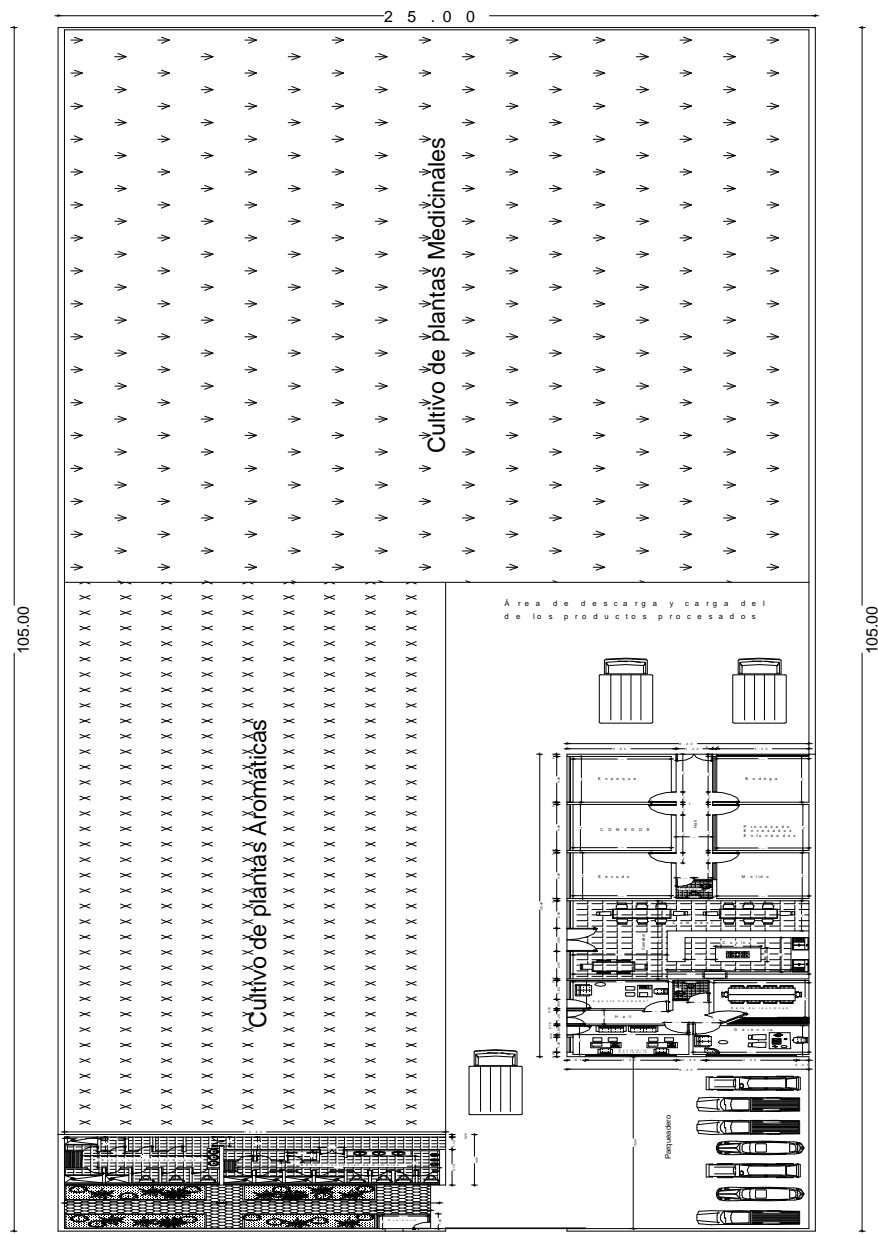
Para realizar la distribución de la planta se han considerado las áreas establecidas que serán necesarias instalarse dentro de la empresa para logra su correcto funcionamiento.

3.5.1 Diseño General de la estructura

En la figura N° 7 se describe a continuación, resume la distribución que se realizará dentro de la empresa, considerando las principales áreas establecidas que son: administración y producción.

DISEÑO
 O
 GENERAL
 DE LA
 ESTRUCTURA
 DE LA
 EMPRESA

Figura Nº 7



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

Figura N° 8

DISEÑO GENERAL DE LA ESTRUCTURA DE LA EMPRESA, PLANTA ADMINISTRATIVA

Figura N° 9

DISEÑO GENERAL DE LA ESTRUCTURA DE LA EMPRESA, PLANTA DE PROCESO DE CULTIVO .

3.5.1.1 Infraestructura

A continuación detallaremos la distribución de la planta de la figura N° 10.

Cuadro N° 51

Infraestructura

Descripción	Metros Cuadrados	Tipo de Construcción
Área Administrativa		
Área de Gerencia General	2.50 x4m	De hormigón armado
Área de recepción y Contabilidad	2.50 x4m	De hormigón armado
Área de Mercadeo	2.50 x4m	De hormigón armado
Área de Producción		
Área de Producción	14 x 98.5 m	Invernadero
Área de Procesado		
Área de secado	4 x 4m	De hormigón armado
Área de molido	4 x 4m	De hormigón armado
Envasado	4 x 4m	De hormigón armado
Enfundado	4 x 4m	De hormigón armado
Área de sellado	4 x 4m	De hormigón armado
Área de empaque	4 x 4m	De hormigón armado

Bodega	4 x 4m	De hormigón armado
2 Baños	1.5 x 1m	De hormigón armado
Comedor	4x8m	De hormigón armado
Parqueadero	15x8m	Adoquín
Espacio verde	4 x14 m	Césped
Garita	2.50 x2.50m	De hormigón armado
Sala de espera	4 x 4m	De hormigón armado

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigad

3.6 Análisis del Impacto Ambiental.

La realización del presente proyecto no generará un impacto ambiental negativo, debido a que las cuatro clases de productos que se desea producir y comercializar presentan un bajo nivel de industrialización, siendo las principales actividades el tratamiento de secado en pos-cosecha, trilla, limpieza y clasificación, molido o mezclas.

Se controlará los productos a utilizarse dentro de la empresa de modo que no causen mayor impacto ambiental; se manejará únicamente productos orgánicos durante el proceso de cultivo de las plantas aromáticas y medicinales. (Ver cuadro N° 52).

Cuadro N° 52
Impacto Ambiental

ELEMENTOS DEL MEDIO	PARÁMETROS DE CONTRASTE	MEDIDAS CORRECTIVAS
Suelo	El estado de la tierra no se encuentra en óptimas condiciones para realizar un proceso productivo orgánicamente.	La solución ante esta situación es tratar debidamente al terreno con la ayuda de abonos orgánicos.
Agua	Absorción en abundancia del agua por el suelo.	Construir un tanque reservorio para evitar desabastecimiento del liquido vital para la producción
Ruido	Para este proyecto se pretende emplear cierta maquinaria que no es tan ruidosa pero perjudica a las personas sensibles para su oído.	La maquinaria que ayudara a la producción no emitirá mayores ruidos que incomoden a la comunidad.
Paisaje	Grado de incompatibilidad de la visualización del paisaje en el barrio.	Señalización del barrio para identificar su entrada y el nombre en sí.
Población Humana	Impactó de transformación en el barrio.	Acciones compensatorias, utilizando mano de obra local.
Vegetación	Crecimiento de plantas no deseadas en el vivero, perjudicando así el desarrollo de las plantas para su debido proceso.	Donar a las personas de la comunidad las plantas dañinas para las demás, para el cuidado de sus animales, ya que no serán perjudiciales para los mismos ya que son tratadas orgánicamente.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.7 Requerimientos del Proyecto

Se procederá a describir todos los recursos físicos que serán necesarios dentro de la empresa productora y comercializadora de plantas aromáticas y medicinales.

Se puntualizará las descripciones de los bienes que serán necesarios, sus cantidades y precios unitarios y totales, información que servirá para calcular la inversión total del proyecto que se indicará en el Estudio Económico y Financiero. A continuación se detallan los requerimientos. (Ver cuadro 53)

Cuadro Nº 53

Requerimientos del Proyecto.

Terreno

DESCRIPCIÓN	ÁREA m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	m ²	\$	\$
TERRENO	260 m	9.00	2.340,00

Fuente: Municipio de Latacunga (catastros)

Elaborado por: grupo Investigador

DETALLE	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO \$	VALOR TOTAL \$	Edificio s y Constr uccione s
			(DÓLARES)		
	Área Administrativa			2.000,00	
	Área de Producción			10.000,00	
	Área de Procesado			5.000,00	
	Bodega			500,00	
	2 Baños			600,00	
	Comedor			800,00	
	Parqueadero			600,00	
	Espacio verde			250,00	
	Garita			500,00	
	Sala de espera			250,00	
	Total edificios y construcción			20.500,00	

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Maquinaria y equipo.

Palas	Hierro	8	7,00	56,00
Carretillas	Metal	3	50,00	150,00
Machetes de 20"	Hierro	3	5,00	15,00
Barretones de 3 lb.	Hierro	3	10,00	30,00
Fumigadora	Bomba fumigadora 10 litros	3	100,00	300,00
Tijeras podadoras	Hierro	4	24,00	96,00
Mesa	Mesa seleccionadora	2	250,00	500,00
Molino	Molino eléctrico	2	350,00	700,00
Báscula	Báscula para medir un gramo	2	80,00	160,00
Selladora	Selladora de impulso	2	150,00	300,00
Papel celofán	Empaque	1500	0,06	90,00
Etiquetas	Autoadhesivos	1500	0,08	120,00
Cintas	Tricolor	100 m	6,00	6,00
Hilo chillo	Rollo	100m	5,00	5,00
Papel	Rollo de papel filtro	50	12,00	600,00
Cartón	cartón de 6 cm. por ancho y 15 cm. de largo	1000	0,05	50,00
Paquetes de Fundas Plásticas	Fundas 5x8	100	2,50	250,00
Frascos	Frascos de plástico	500	0,35	175,00
Total Maquinaria y equipo.				3.603,00

DETALLE	TIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO \$	VALOR TOTAL \$
Escritorios	Madera	3	200,00	600,00
Sillas	Giratorias	3	125,00	3,75
Sillas	Estables	10	15,00	150,00
Archivadores	Metal	3	200,00	600,00
Anaqueles	madera	2	85,00	170,00
Juego de comedor	Madera	1	600,00	600,00
Cocina	Industrial	1	500,00	500,00

Fuente:
Cotizaciones

Elaborado
por: Grupo
Investigador

Muebles y Enseres

Total Muebles y Enceres	2.995,00
--------------------------------	-----------------

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Equipos de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	MARCA	MODELO	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Teléfonos	5	PANASONIC	Kx T7730	85	425,00
Total Equipos de Oficina					425,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Equipos de Computación

		MARCA	MODELO	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL

DETALLE	CANTIDAD				\$
Computadora	2	HP	NE148LA DC5800 C2D E8400 3.0GHZ,2GB,250GB	800,00	1.600,00
Impresora Copiadora	1	Epson	Epson 190g	400,00	400,00
Total Equipos de Computación					2.000,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	MARCA	MODELO	PRECIO UNITARIO \$	PRECIO TOTAL \$
Vehículo	1	Fiat	2006	9.000,00	9.000,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Gastos Administrativos y de Ventas

DETALLE	CANTIDAD	GASTO MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
ADMINISTRATIVOS			

Gerente	1	500,00	6.000,00
Secretaria y Contadora	2	480,00	11.520,00
Recursos Humanos	1	240,00	2640,00
Suministros de limpieza		50,00	600,00
Total Gastos Administrativos		1.270,00	20.760,00
VENTAS			
Publicidad Radial	1	250,00	250,00
Hojas volantes y trípticos (0.02)	500	10,00	120,00
Total Gastos De Venta		260,00	370,00
SUMA TOTAL:		1530,00	21.130,00

Fuente: Tablas Salariales

Elaborado por: Grupo Investigador

Mano de Obra Directa

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO UNITARIO	SUELDO MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
Ing. Agrónomo	1	300,00	300,00	3600,00
Operarios	2	220,00	440,00	5280,00
Jornaleros	4	220,00	880,00	10560,00
Total:			1620,00	19.440,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Mano de Obra Indirecta

DETALLE	CANTIDAD	GASTO MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
Guardián	1	300,00	3.600,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Servicios Básicos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (DÓLARES)	COSTO MENSUAL (DÓLARES)	COSTO ANUAL (DÓLARES)
Energía Eléctrica	Kw	400	0,18	72,00	864,00
Agua Potable	m ³	200	0,12	24,00	288,00
Agua de regadío	m ³	600	0,02	12,00	144,00
Teléfono	min	350	0,18	63,00	756,00
Total Servicios Básicos				171,00	2.052,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Materia Prima

DETALLE	CANTIDAD EN LIBRAS Y LITROS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL \$	COSTO ANUAL \$
Semillas				
Manzanilla	1	0,50	0,50	6,00
Orégano	1	0,50	0,50	6,00
Llantén	1	0,50	0,50	6,00
Menta	1	0,75	0,75	9,00
Cedrón	1	1,50	1,50	18,00
Borraja	1	1,50	1,50	18,00
Insumos agrícolas				
Abono Orgánico	200	6,00 (Por quintal)	12,00	144,00
Biol (fungicida orgánico)	40 L	5,00 (Por 10 litros)	20,00	240,00
Total:			37,25	447,00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

Gastos Diferidos

Tipos de gastos diferidos	Valor USD
Trámites de Notaria	450,00
Inscripción en el Registro Mercantil	650,00
Honorarios Abogado	500,00

Gastos de Instalación	1.300.00
Total Gastos Diferidos	2.900.00

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Grupo Investigador

3.8. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.8.1. Razón Social

A continuación se muestra el nombre de la empresa, la marca, el logotipo comercial que lo identificará en el mercado.

“VITA & SALUTE S.A.”



3.8.2 Constitución de la Empresa

Para determinar la constitución legal de la empresa, se tomará en cuenta las leyes existentes en el país.

Se pretende establecer esta empresa bajo escritura pública de constitución de **“VITE & SALUTE S.A.”** bajo la autorización de la Superintendencia de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el lugar de domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

Esta se constituirá como una compañía anónima.

Como uno de los requisitos para la constitución de la compañía es el Registro Único de Contribuyente (RUC), los pasos para su obtención son los siguientes:

- ✓ Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Nombramiento del representante legal
- ✓ Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento en donde se desarrollará la actividad comercial.
- ✓ Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

El RUC es necesario para la emisión de facturas y el pago de impuestos el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Otro de los requisitos previo al constituirse una compañía es la Patente Municipal, en cuyo caso se necesita lo siguiente:

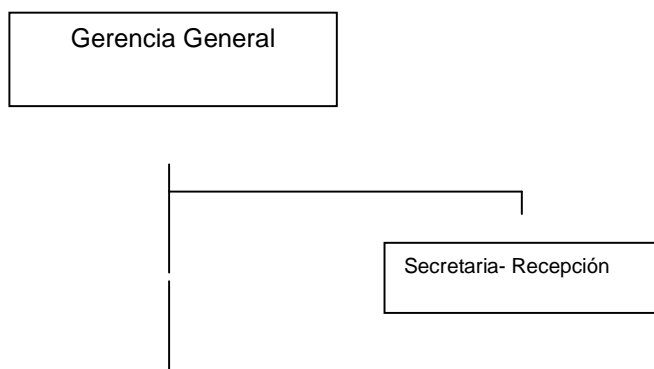
- ✓ Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- ✓ Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

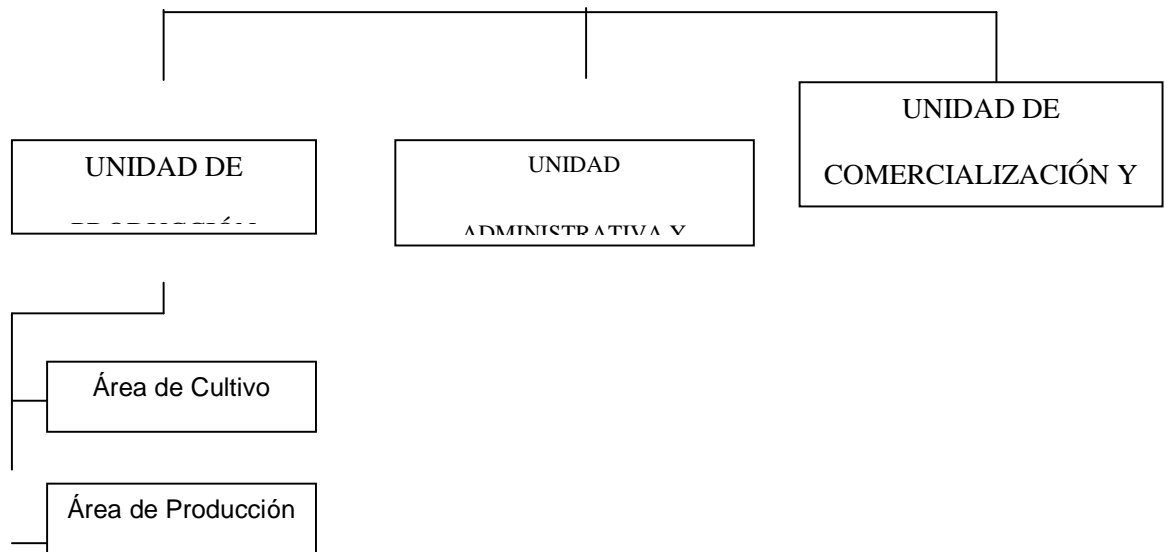
3.8.3 Estructura Organizacional de la Empresa

La estructura organizacional de la empresa productora y comercializadora de plantas aromáticas y medicinales, tendrá una estructura vertical, en donde los lineamientos de la empresa estén en función del nivel gerencial; y se la representa a continuación en el gráfico N° 12

Gráfico N° 12

Organigrama Estructural





Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.8.4 Estructura Funcional de la Empresa

El recurso más valioso de la compañía es el capital humano, ya que son quienes generan valor. Como se trata de una empresa nueva necesitará de áreas administrativas, mercadeo, contables, comerciales, entre otras, para llevar a cabo la producción y comercialización de plantas aromáticas y medicinales en cuatro presentaciones. Cabe recalcar que para no

incurrir en excesos de personal y por ende en gastos se analizará únicamente las áreas estrictamente necesarias para que la empresa funcione.

A continuación se presenta el personal requerido para llevar a cabo las actividades que contemplan el proceso productivo de la empresa:

Cuadro N° 54

Personal Requerido

Cargo	Nº	Competencia Central
Gerente General	1	Administra, organiza, planifica, dirige y controla.
Secretaria- Recepcionista	1	Es la persona que demuestra la imagen de la empresa relacionándose con los clientes internos y externos, como accionistas etc.
Contador- Administrador	1	Responsable del área financiera y contable de la empresa Contrata al personal requerido por la empresa, resolver los problemas que se presenten dentro y fuera de la empresa.
Jefe de Producción (Ing. agronomo)	1	Vigila y organiza los procesos de producción.
Operarios	2	Elaborar y envasar productos elaborados con plantas aromáticas y medicamentos.
Jornaleros	4	Cultivo de plantas aromáticas y medicinales
Agente Vendedor	1	Captar nuevos nichos de mercado y atención al cliente.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

3.8.4.1 Descripción de Funciones

✓ **Análisis de Cargo del Gerencia General**

Se procedió a analizar el cargo que tendrá el Gerente General de la empresa, para lo cual se realizó una descripción y especificación de las funciones.

El Gerente General será la persona encargada de poner en práctica las políticas y los procedimientos establecidos dentro de la empresa y de supervisar el cumplimiento de los mismos. En el siguiente cuadro se presentará el análisis de cargo del Gerente General:

Cuadro Nº 55

Análisis de Cargo del Gerencia General

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Elaborar los planes de trabajo.	Coordinar la ejecución de los diferentes departamentos. Planificar con los jefes de los otros departamentos las actividades a desarrollarse.
Conjuntamente con representantes de otras áreas, realizar el planteamiento de objetivos, políticas y estrategias o procesos de toma de decisiones.	Conservar las políticas, misión y visión de la empresa para conjuntamente con los demás cumplir las normas de las mismas. Informar a los colaboradores de la empresa todos los eventos que se presenten en la empresa.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

-Título de Ingeniero Empresarial, comercial, administración de empresas o carreras afines.

-Hombre o mujer entre 25 y 45 años

-Experiencia de 2 años en cargos administrativos.

-Disponibilidad de tiempo completo.

✓ **Análisis de Cargo de Secretaria-Recepción**

Dentro de las principales funciones que tendrá persona que vaya a ocupar el cargo de asistente de gerencia, se describen en el siguiente cuadro conjuntamente con la especificación de sus funciones.

Cuadro Nº 56

Análisis de Cargo de Secretaría- Recepción

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Asistir en las principales actividades que requiere a empresa	Dar información al cliente de la variedad del producto que tiene empresa.
Establecer nexo de	Realizar ventas del producto mediante llamadas

comunicación entre la gerencia general y las demás áreas de la empresa	telefónicas. Tomar el pedido de ventas durante el día.
Manejo de la agenda de la gerencia general	Anotar los depósitos, números de cheques y números importantes de los clientes, proveedores etc.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

- Estudiante o egresado de Administración de Empresas, Ingeniería
- Empresarial, comercial o carreras afines.
- Hombre o mujer entre 24 a 30 años
- Experiencia de 2 años en cargos similares.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Aptitudes de liderazgo
- Orientación al logro
- Trabajo bajo presión
- Excelente presencia

✓ **Análisis de Cargo del Contador**

Se realiza el análisis de cargo de la persona que ocupe el puesto de Contador de la empresa, para lo cual se presenta el cuadro siguiente en el que se describe las actividades que deberá desarrollar así como las características de la persona que vaya a ocupar el cargo.

Cuadro N° 57

Análisis de Cargo del Administrador - Contador

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Responsable del área financiera y contable de la empresa	<p>Ingresar el total de inventarios.</p> <p>Ingresar en el sistema de trabajo los respectivos productos para evitar faltantes o sobrantes.</p> <p>Facturar el producto.</p>
Elaboración y presentación de Impuestos.	Verificar diariamente las facturas emitidas a los clientes.

Elaboración de asientos contables.	Cuadrar las ventas y compras diarias.
Realización de estados financieros de la empresa.	Obtener los resultados contables, cada fin de mes
Elaboración de conciliaciones bancarias, emisión de cheques y demás documentos autorizados por el SRI.	Facturar en orden numérico.
	Realizar lo correspondiente para las respectivas declaraciones de cada mes.
Observar y analizar las carpetas receptadas	Revisión de carpetas acorde a los requerimientos de la empresa.
Plantear estrategias para la marcha positiva de la empresa.	Organizar controles administrativos en los colaboradores de la empresa para evitar futuros problemas.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

-Título de Contador

-Hombre o mujer entre 23 y 35 años.

-Experiencia de 2 años en cargos similares

✓ **Análisis de Cargo del Jefe de Producción**

En el cuadro que se describe a continuación se presenta la descripción y especificación de las funciones.

Cuadro Nº 58

Análisis de Cargo del Jefe de Producción

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Planificar todas las actividades a desarrollarse dentro del proceso productivo.	Realizar cambios del flujo grama de procesos según su actividad y crecimiento diario.
Organizar los recursos físicos y humanos del área de producción, de modo que se utilicen de manera eficaz.	Verificar que desde a entrada a la empresa este todo correctamente, que utilicen todos los materiales de seguridad.
Dirigir cada una de las actividades dentro del proceso de producción.	Vigilar los procesos de producción.
Controlar o supervisar las actividades que se desarrollan dentro del área de producción, así como también los recursos disponibles.	Es responsable de los materiales que exista en el área de producción.
Elaboración de reportes semanales y mensuales sobre la producción de las plantas aromáticas y medicinales.	Entregar a la contadora la producción para el debido ingreso para la venta y saca costos.
Realizar revisiones periódicas del funcionamiento y buen estado de las maquinarias y equipos necesarias para desarrollar el proceso productivo.	Dar mantenimiento de la maquinaria mediante un chequeo respectivo.
Controlar y despachar las órdenes de pedidos.	Por medio de la factura emitida por la contadora despachar el producto

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

-Ing. Agrónomo

-Hombre o mujer entre 25 y 35 años

-Experiencia de 1 años en cargos similares

-Aptitudes de liderazgo

-Capacidad de organización

✓ **Análisis de Cargo de los Jornaleros**

Los jornaleros serán las personas dedicadas a desarrollar todas las actividades relacionadas con el cultivo de las plantas aromáticas y medicinales. Serán una pieza fundamental dentro del departamento de producción, ya que son quienes tendrán bajo su responsabilidad la calidad de dichas plantas.

Cuadro Nº 59

Análisis de Cargo de los Jornaleros

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Desarrollar actividades de control de calidad de las plantas aromáticas y medicinales cultivadas.	Tarea de desfonde Remover el terreno Abonar las plantas Sembrar las semillas en el terreno. Regar las plantas
Disponer adecuadamente el uso de los recursos existentes en el área de producción.	Realizar el acolchado Podar las plantas Cortar las plantas de crec.exc. Eliminar restos de plantas Vigilar ataques de plagas Utilizar insecticidas biológicos Realizar revisiones de planta

	Cosechar las plantas Lavar las plantas
--	---

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

-Instrucción primaria

-Hombre o mujer entre 18 a 40 años.

-Experiencia en el cultivo de plantas aromáticas y medicinales.

-Excelentes condiciones físicas.

-Aptitudes y facilidades en el cultivo de plantas.

-Capacidad de trabajo en equipo.

✓ **Análisis de Cargo de los operarios**

Los operarios al igual que los jornaleros son una pieza fundamental dentro del departamento de producción, pues se encuentran vinculados con el proceso productivo de las plantas aromáticas y medicinales en sus diferentes presentaciones, por lo que a continuación se realiza su análisis de cargo:

Cuadro Nº 60

Análisis de Cargo de los Operarios

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Realizar las actividades necesarias dentro del proceso de industrialización de las plantas	Secado de plantas

aromáticas y medicinales.	Molienda de las plantas Sellar y envasar Controlar el peso del producto
Desarrollar las actividades para el envasado del producto.	Control de calidad Sellado de las bolsas con los hilos
Disponer adecuadamente el uso de los recursos existentes en el área de producción.	Etiquetar Empacar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

-Experiencia en la industrialización de plantas aromáticas y medicinales.

-Aptitudes de colaboración.

-Hombre o mujer entre 18 a 40 años.

-Excelentes condiciones físicas.

✓ **Análisis de Cargo de Agente Vendedor.**

El agente vendedor es responsable en obtener nuevos clientes y conservar a los clientes fieles del consumo de plantas aromáticas y medicinales, como también tener estrategias de ventas y cuentas por cobrar, deberá ofrecer en instituciones, hostales, restaurantes, tiendas, etc.

Cuadro Nº 61

Análisis de Agente Vendedor.

Descripción de funciones	Especificación de funciones
Llamar a los posibles clientes.	Realizar visitas de venta.
Hacer un seguimiento a los clientes.	Verificar la cartera vencida de clientes y realizar las respectivas llamadas para recuperar cartera.
Estrategias de ventas	Negociar con el cliente los precios que oferta la empresa a comparación de la competencia.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Grupo Investigador

✓ **Requerimientos.**

- Títulos Administrativos.
- Excelente presencia.
- Hombre o mujer entre 25 y 35 años.
- Experiencia en Captación y selección del personal.
- Estudiar la competencia y planear estrategias.

3.9 Direccionamiento Estratégico

3.9.1 Misión

“Mejorar la salud de la sociedad a través de la elaboración de productos a base de plantas aromáticas y medicinales cultivadas orgánicamente, mediante el empleo eficaz de nuestros

recursos humanos y tecnológicos y una amplia variedad de productos de excelente calidad, con el espíritu de servicio y entrega al trabajo cotidiano que permitan obtener la satisfacción total de nuestros clientes.”

3.9.2 Visión

“Al 2014, ser una marca reconocida a nivel nacional por la excelente calidad y variedad de productos de plantas aromáticas y medicinales, la innovación constante de sus ideas, y la pasión forjada en sus clientes, anticipándose a las necesidades de los mercados y operando en forma responsable con la sociedad y el medio ambiente.”

3.9.3 Principios Corporativos

Los principios que contribuyen al desarrollo de la administración de la empresa “VITA&SALUTE S.A.”, son los siguientes:

- ✓ **Importancia máxima al cliente:** Los clientes son la parte fundamental de la organización.

- ✓ **Calidad:** La calidad permitirá el crecimiento de la empresa, logrando óptimos niveles de eficiencia y eficacia que aseguren la satisfacción del personal y de los clientes.

- ✓ **Trabajo en Equipo:** Todas las personas que conforman la organización estén integrados y aporten alternativas para la solución de problemas.

✓

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

855
15684
8