

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirnos conservarnos con vida y salud, que nos dio inteligencia y nos ha guiado por el camino correcto hasta el día de hoy.

A mis padres porque gracias a su apoyo, consejos y enseñanzas impartidas durante mi formación profesional he logrado llegar a la culminación de una más de mi metas

A mi hija por el amor que recibo de ella y que además fue mi mayor motivación para finalizar este proyecto

A mi Director de tesis Ing. Víctor Hugo Pachacama y a mi Codirector Eco. Bolivar Costales por los conocimientos compartidos y la paciencia con la que dirigieron la elaboración de este proyecto.

DEDICATORIA

A Dios por la sabiduría y la salud para lograr esta meta.

Dedico este proyecto a Dios, a mi familia, mi hija, mis profesores por su apoyo incondicional. Conocimientos impartidos durante el tiempo que desarrolle este trabajo.

Lo dedico también a mis compañeros de tesis por el intercambio de ideas que me ayudaron a consolidar mejor mis conocimientos.

CERTIFICACIONES

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

INGENIERIA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARIA CAROLINA PAREDES SANCHEZ

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “ESTUDIO PARA LA CREACION DE UNA COMPANIA DE FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Septiembre del 2008

Maria Carolina Paredes Sanchez

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

INGENIERIA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, María Carolina Paredes Sánchez

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “ESTUDIO PARA LA CREACION DE UNA COMPANIA DE FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Septiembre del 2008

María Carolina Paredes Sanchez

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Víctor Hugo Pachacama S.

Eco. Bolívar Costales.

CERTIFICAN

Que la tesis titulada, “ESTUDIO PARA LA CREACION DE UNA COMPANIA DE FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NATURALES UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA” realizada por la Señora María Carolina Paredes Sanchez. ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a su contenido, aporte, análisis, conclusiones y propuestas son originales auténticas y personales SI se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre de la Señora. María Carolina Paredes Sanchez para que se entregue a la Señorita Ingeniera Fanny Cevallos, Coordinador de las Carrera de Ingeniería Comercial MED.

Sangolquí, Septiembre del 2008

Ing. Víctor Hugo Pachacama S.
DIRECTOR

Ec. Bolívar Costales
CODIRECTOR

ÍNDICE

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

Marco teórico	1
1.1. Objetivos del estudio del mercado	
1.2. Identificación del producto	1
1.2.1. Clasificación por su uso	3
1.2.2. Clasificación por su efecto	4
1.2.3. Normativa técnica y comercial	4
1.3. Análisis de la demanda	9
1.3.1. Investigación del mercado	
1.3.1.1. Segmentación de mercados	10
1.3.1.2. Cuantificación del mercado	11
1.3.1.3. Prueba piloto	12
1.3.1.4. Tamaño de la muestra	16
1.3.1.5. Procesamiento de información	17
1.3.1.6. Análisis de resultados	18
1.4. Factores que afectan la demanda	27
1.4.1. Hábitos de consumo	27
1.4.2. Gustos y preferencias	28
1.4.3. Frecuencia de consumo	28
1.4.4. Nivel de ingresos	29
1.4.5. Precio del producto	30
1.5. Comportamiento histórico de la demanda externa	30
1.5.1. Demanda actual del proyecto	31
1.5.2. Proyección de la demanda	32
1.6. Análisis de la oferta	32
1.6.1. Clasificación de la oferta	32
1.6.2. Factores que afectan a la oferta	33
1.6.3. Número y capacidad de producción de los competidores	35
1.6.4. Incursión de nuevo competidores	30
1.6.5. Comportamiento histórico de la oferta	36
1.6.6. Oferta actual	36

1.6.7.	Proyecciones de la oferta	37
1.7.	Determinación de la demanda insatisfecha	38
1.7.1.	Estrategia de precios	40
1.7.2.	Estrategias de promoción	41
1.7.3.	Estrategias de servicio	42
1.7.4.	Estrategia de plaza	43
1.8.	Análisis de precios	43
1.9.	Canales de distribución	44
1.9.1.	Cadena de distribución	44
1.9.2.	Determinación de márgenes de precio	45

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1.	Tamaño del proyecto	47
2.1.1.	Factores determinantes del tamaño	47
2.1.1.1.	Mercado	47
2.1.1.2.	Disponibilidad de recursos financieros	48
2.1.1.3.	Disponibilidad de mano de obra	48
2.1.1.4.	Economías de escala	49
2.1.1.5.	Disponibilidad de tecnología	49
2.2.	Definición de la capacidad de la Producción	49
2.3.	Localización del proyecto	51
2.3.1.	Macro localización	52
2.3.2.	Micro localización	52
2.3.3.	Factores locacionales	53
2.3.3.1.	Medios y costo de transporte	53
2.3.3.2.	Cercanía de las fuentes de abastecimiento	53
2.3.3.3.	Factores ambientales	53
2.3.3.4.	Disponibilidad de servicios básicos	53
2.3.3.5.	Seguridad	53
2.3.4.	Matriz locacional	54
2.4.	Ingeniería del proyecto	55
2.4.1.	Diagrama de flujo	55
2.4.2.	Descripción del proceso de producción	56
2.4.2.1.	Requerimiento de mano de obra	57
2.4.2.2.	Requerimiento de maquinaria y equipo	58
2.4.2.3.	Distribución de planta (plano del laboratorio)	63

2.4.2.4. Requerimiento de servicios	64
2.4.3. Calendario de ejecución del proyecto	65

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. La Empresa	66
3.1.1. Clasificación de las empresas	66
3.1.2. Nombre o Razón Social	66
3.1.3. Titularidad de la Propiedad de la Empresa	66
3.1.4. Tipo de Empresa	69
3.2. Base Filosófica de la Empresa	70
3.2.1. Visión	71
3.2.2. Misión	72
3.2.3. Estrategia Empresarial de la Empresa	73
3.2.4. Objetivo y acciones Estratégicas	73
3.2.5. Principios y Valores	76
3.3. La Organización	78
3.3.1. Organigrama Estructural	78
3.3.2. Organigrama Funcional	79

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Presupuestos	80
4.1.1. Presupuesto de Inversión	81
4.1.1.1. Activos Fijos	83
4.1.1.2. Activos Intangibles	83
4.1.1.3. Capital de Trabajo	83
4.1.2. Cronograma de Inversiones	84
4.1.3. Presupuestos de Operación	85
4.1.3.1. Presupuesto de Ingresos	86
4.1.3.2. Presupuesto de Egresos	87
4.1.3.3. Estructura de Financiamiento	89
4.1.4. Punto de Equilibrio	90
4.2. Estados Financieros Pro Forma	93
4.2.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)	94

4.2.2. Estado de Origen y Aplicación de fondos	94
4.3. Flujo de Fondos	94
4.3.1. Del Proyecto	96
4.3.2. Del Inversionista	97
4.4. Evaluación Financiera	98
4.4.1. Determinación de las Tasas de Descuento	98
4.4.1.1. Del Proyecto	98
4.4.1.2. Del Inversionista	99
4.4.2. Criterios de Evaluación	99
4.4.2.1. Valor Actual Neto	100
4.4.2.2. Tasa Interna de Retorno	101
4.4.2.3. Periodo de Recuperación de la Inversión	103
4.4.2.4. Relación Beneficio/Costo	105
4.4.3. Análisis de Sensibilidad	106

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	112
5.2 Recomendaciones	114
Bibliografía	115
Anexos	117

INDICE GRAFICOS		
CONTENIDO		PAGINA
Grafico 1	Etiquetado para suplemento dietético	8
Grafico 2	Prueba Piloto	13
Grafico 3	Sector de la población	18
Grafico 4	Comentarios Productos Naturales	19
Grafico 5	Recomendación Consumo Productos Naturales	19
Grafico 6	Porcentaje utilización Productos Naturales	20
Grafico 7	Comparación Productos Naturales versus Productos contemporáneos	21
Grafico 8	Consumo Productos naturales	21
Grafico 9	Frecuencia de Productos Naturales	22
Grafico 10	Lugares de adquisición	23
Grafico 11	Clases de productos	24
Grafico 12	Nivel de Aceptación	24
Grafico 13	Promedio Valor a Pagar	25
Grafico 14	Nivel de Ingresos	26
Grafico 15	Promedio destinado para el consumo de productos Naturales	26
Grafico 16	Promedio de Habito de Consumos	28
Grafico 17	Promedio Niveles de Ingresos	29
Grafico 18	Precios del producto	30
Grafico 19	Macro y Mico localización del proyecto	54
Grafico 20	Proceso de Elaboración – Citrus Aloe	55
Grafico 21	Proceso de Elaboración – Tensor	56
Grafico 22	Distribución del laboratorio	63
Grafico 23	Organigrama Estructural	78
Grafico 24	Organigrama Funcional	79
Grafico 25	Punto de Equilibrio	93
Grafico 26	Variación de costos fabricación del inversionista	108
Grafico 27	Variación costos fabricación del proyecto	108
Grafico 28	Variación de ventas del proyecto	109
Grafico 29	Variación de ventas del inversionista	110
Grafico 30	Variación costos administrativos proyecto	111

INDICE TABLAS

CONTENIDO	PAGINA
Tabla No 1 Clasificación de la población Urbana	11
Tabla No 2 Matriz de Planteamiento del Cuestionario	14-15
Tabla No 3 Promedio edad personas encuestadas	17
Tabla No 4 Sector de Vivienda	18
Tabla No 5 Comentarios productos naturales	18
Tabla No 6 Recomendación de consumo productos naturales	19
Tabla No 7 Utilización de productos naturales	20
Tabla No 8 Productos Naturales frente a contemporáneos	20
Tabla No 9 Consumo de Productos Naturales	21
Tabla No 10 Frecuencia de consumo de Productos Naturales	22
Tabla No 11 Lugares de Adquisición de Productos Naturales	22
Tabla No 12 Clases de Productos Naturales mas utilizados	23
Tabla No 13 Nivel de Aceptación	24
Tabla No 14 Promedio de Valor a pagar	25
Tabla No 15 Nivel de Ingresos	26
Tabla No 16 Porcentaje promedio de consumo de Productos Naturales	26
Tabla No 17 Clasificación de la población urbana según condición de actividad principal y sexo.	30
Tabla No 18 Clasificación de la población urbana según condición de actividad principal y sexo, ocupados	31
Tabla No 19 Demanda actual consumo promedio productos naturales	31
Tabla No 20 Proyección de la Demanda	32
Tabla No 21 Serie Histórica de los productos Total	36
Tabla No 22 Promedio de Comercialización Nacional Farmacéuticos	36
Tabla No 23 Promedio de Comercialización Nacional de Productos	38

Tabla No 24 Demanda Insatisfecha	38
Tabla No 25 Valor en dólares comercialización Producto Naturales	39
Tabla No 26 Precios promedio comercialización	46
Tabla No 27 Margen Comisión Distribuidores	46
Tabla No 28 Requerimiento Mano de obra Laboratorio	48
Tabla No 29 Maquinaria Instalada	49
Tabla No 30 Nivel de producción maquinaria	50
Tabla No 31 Maquinaria utilizada	50
Tabla No 32 Matriz Locacional	54
Tabla No 33 Requerimiento mano de obra	58
Tabla No 34 Requerimiento mano de obra anual	59
Tabla No 35 Requerimiento maquinaria y equipo	60
Tabla No 36 Requerimiento equipo de seguridad industrial	61
Tabla No 37 Requerimiento materia prima Citrus Aloe	62
Tabla No 38 Requerimiento materia prima Tensor	62
Tabla No 39 Requerimiento servicios básicos	64
Tabla No 40 Calendario Ejecución de Proyecto	65
Tabla No 41 Activos Fijos	81
Tabla No 42 Activos Intangibles	82
Tabla No 43 Capital de Trabajo	83
Tabla No 44 Estimación Inversión Inicial	85
Tabla No 45 Presupuesto Ingreso Mensual	87
Tabla No 46 Presupuesto Ingreso Anual	87
Tabla No 47 Presupuesto Egresos Anual	88
Tabla No 48 Presupuesto Egresos Mensuales	89
Tabla No 49 Estructura de Financiamiento	90
Tabla No 50 Punto de Equilibrio Unidades	92
Tabla No 51 Punto de Equilibrio Dólares	93
Tabla No 52 Grafico Punto de Equilibrio	93
Tabla No 53 Estados de Resultados	95
Tabla No 54 Flujo de fondos del proyecto	97
Tabla No 55 Flujo de fondos del inversionista	98
Tabla No 56 VAN del Proyecto	101

Tabla No 57 VAN del Inversionista	101
Tabla No 58 TIR del Proyecto	102
Tabla No 59 TIR del Inversionista	103
Tabla No 60 Periodo de Recuperación de la Inversión	105
Tabla No 61 Relación Beneficio del Proyecto	106
Tabla No 62 Relación Beneficio del Inversionista	107
Tabla No 63 Variación de costos fabricación del proyecto	107
Tabla No 64 Variación de costos fabricación del inversionista	108
Tabla No 65 Variación de ventas del proyecto	109
Tabla No 66 Variación de ventas del inversionista	110
Tabla No 67 Variación costos administrativos del proyecto	111
Tabla No 68 Variación costos administrativos del inversionista	111
Tabla No 69 Tabla resumen análisis de sensibilidad	112

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de los productos naturales se ha incrementado durante los últimos años es tanto así que lo que antes era un pequeño nicho de mercado que se concentraba en las tiendas naturistas se ha convertido en un segmento de alto crecimiento y desarrollo.

El estudio de mercado genera información correspondiente a los niveles de consumo de la población, los gustos y preferencias, la competencia y precios del mercado; y, principalmente determinar si existe una demanda insatisfecha. La proyección de crecimiento de la población esta dada la población actual, según las estadísticas se espera que el promedio de crecimiento en el Ecuador sea del 2.18% por año.

El estudio técnico tiene por objeto proveer información que permita cuantificar el monto de la inversión y de los costos de operación, una de las conclusiones de este estudio es que se debe poder analizar los procesos de producción de tal forma que optimice el empleo de los recursos disponibles para la producción final, así como información a cerca de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales necesarios para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

La correcta localización del proyecto es uno de los factores más importantes en el éxito o fracaso del mismo, este debe ser analizado basándose en varios factores, como la naturaleza del proyecto, las estrategias operacionales y los criterios económicos.

El estudio financiero permite determinar la viabilidad del proyecto al detallar los presupuestos de inversión, ingresos, gastos y financiamiento con los cuales se realizan y analizan mediante una evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto y la variación de ciertos factores de sensibilidad que pueden afectar al funcionamiento del proyecto.

ELEMENTOS CONCEPTUALES

Las necesidades y los proyectos.

Un proyecto es un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos y encontrar soluciones a los problemas, obteniendo beneficios propios.

La naturaleza de los proyectos depende de las necesidades que se desean atender. Los proyectos surgen como ideas que busca poder resolver problemas y necesidades de los demás, es así que existen múltiples clasificaciones de los proyectos, una de ellas los consideran como proyectos productivos y sociales

Proyecto productivo

Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos, manifestados a través de una rentabilidad adecuada.

Proyecto público o social

Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son los estados, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

En conclusión se puede decir que los proyectos son fruto de las necesidades, si un empresario o un inversionista detecta que existe un mercado insatisfecho ó que existe una necesidad latente debe buscar la mejor forma para poder cubrir esa demanda y además recibir una rentabilidad adecuada, gracias a la elaboración de un proyecto correcto él podrá lograr sus metas.

Proyectos buenos y proyectos malos

No se puede determinar con exactitud que es un mal proyecto o que es un buen proyecto, debido a que cada idea puede ser considerada como un proyecto. En el éxito ó fracaso de un proyecto influyen muchos factores, factores que pueden ser

controlados y otros factores externos que no pueden ser controlados, estos factores pueden hacer que un proyecto muy rentable sea fallido, uno de los factores mas influyentes son los aspectos políticos. Sin embargo esto no se puede convertir en una excusa para la evaluación de los proyectos, por lo contrario mientras más factores se analicen se puede reducir el nivel del riesgo del proyecto, las decisiones que se tomen mientras mayor información tengan más reales serán sus conclusiones y ofrecerán mejores resultados.

A base de esto se puede concluir que los proyectos no pueden ser considerados o calificados como buenos o malos, se debe analizar la mayor cantidad de circunstancias asociadas al proyecto para que las decisiones que se tomen sean las más adecuadas y permitan que el proyecto sea viable.

La toma de decisiones asociada a un proyecto

Son muchos los mecanismos que se utilizan en la actualidad por parte de los empresarios para decidir sobre los proyectos, estas decisiones, no son tomadas al azar, son analizadas técnicamente lo cual permite que las mismas sean las más acertadas.

Es importante mencionar que la lógica de los empresarios juega un papel importante en sus decisiones, sin embargo lo más importante es contar con bases sólidas, con conocimientos claros de todas las variables que se puede presentar dentro del proyecto, esto ayudará para que la decisión que se tome sea la más acertada y que el riesgo se vea disminuido. A los antecedentes y conocimientos previos para la toma de una decisión se le conoce como evaluación de proyectos.¹

¹ SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill 5 Edición , pag 2- 5