ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

"ELABORACIÓN DE UN PROYECTO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE DE JENGIBRE Y SU USO EN LA ELABORACIÓN DE PASTELES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:

ECONOMIA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS

Presentado por

AIDA GABRIELA BENAVÍDES MANZANO
CARMEN AMELIA CABADIANA GUAMÁN
CINTHYA JACKELINE CÓRDOVA TAY HING

Guayaquil-Ecuador

2010

DEDICATORIA

Principalmente a Dios,
quién nos dio las fuerzas necesarias
para enfrentar los retos que se nos presentaron.

A nuestros queridos padres, que sin ellos,
no seríamos las personas que somos.

A los profesores, que con todo su conocimiento,
nos han ayudado en el difícil e inolvidable
trayecto para convertirnos en profesionales.

Es a todos y a cada uno de ellos a quienes
les dedicamos este proyecto,
y a quienes les agradeceremos una y otra vez
por su apoyo y ayuda incondicional.

AGRADECIMIENTO

A nuestro tutor, Ing. Marco Tulio Mejía,
a nuestros padres y a Dios.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

EC. GEOVANNY BASTIDAS
PRESIDENTE TRIBUNAL

ING. MARCO TULIOM MEJIA
DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÒN EXPRESA

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL"

Gabriela Benavides

Carmen Cabadiana

Cinthya Córdova

INDICE

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
JUSTIFICACIÓN 2
MARCO DE REFERENCIA 3

CAPITULO I:

1.1 INTRODUCCION: RESUMEN DEL PROYECTO 4
1.2 RESEÑA HISTORICA: MUNDIAL, REGIONAL Y LOCAL 6

1.3 PROBLEMA Y OPORTUNIDADES 8

1.4 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO 9

1.4.1 Principales características y descripción del producto 9
1.4.1.1 Composición química del Aceite esencial de Jengibre 10
1.4.1.2 Características físico químicas del Aceite esencial de Jengibre 10
1.4.2 Beneficios de consumir Aceite Esencial de Jengibre 12

1.5 OBJETIVO GENERAL 12

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12

CAPITULO II:

2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL: 14

2.1.1 MISIÓN 14

2.1.2 VISIÓN

14

2.1.3 ORGANIGRAMA 15

2.1.4 FODA DEL PROYECTO 15

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS: 17

2.2.1 MUESTREO 17

2.2.2 MODELO DE LA ENCUESTA 19

2.2.3 ENCUESTA 22

2.2.4 MACRO Y MICRO SEGMENTACIÓN 31

2.2.5 FUERZAS DE PORTER 34

2.2.6 LAS 4PS 37

2.3 PLAN DE COMERICALIZACIÓN DEL PRODUCTO 39

2.3.1 EL PROCESO DE MARKETING 42

2.3.2 ADMINISTRACIÓN DE LA LABOR DEL MARKETING 43

2.3.3 PLANEACIÓN DEL MARKETING 43

2.3.3.1 ANÁLISIS DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES 45

CAPITULO III

3.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN 47

3.2 INVERSIÓN 48

3.3. COTIZACIONES 50

3.4 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO 51

3.4.1 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO 51
3.4.2 PRESUPUESTOS DE COSTOS, GASTOS Y CAPITAL DE OPERACIÓN 52
3.4.2.1 COSTOS OPERATIVOS 52
3.4.2.2 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN 52
3.4.2.3 CAPITAL DE OPERACIÓN 55
3.4.3 PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y UTILIDADES 55
3.5 FLUJO NETO DE CAJA DEL PROYECTO 56
3.6 ANALISIS SOCIAL 56
3.7 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA 57
3.8 ANÁLISIS CON CRISTAL BALL 58

CONCLUSIONES 64

RECOMENDACIONES 65

ANEXOS 66

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	4
FIGURA 2	5
FIGURA 3	8

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1	10
CUADRO 2	11
CUADRO 3	15
CUADRO 4	53
CUADRO 5	53
CUADRO 6	53
CUADRO 7	54
CUARDO 8	54
CUADRO 9	55

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador, diversas instituciones han prestado atención a la elaboración de productos naturales con variadas orientaciones respecto a las materias primas, usos y localización de las plantas industriales; dentro de los cuales se encuentran los aceites esenciales que tienen una creciente demanda en el mercado nacional y pueden proporcionar ingresos tanto a los agricultores como a los productores debido a que actualmente las personas están orientando sus consumos a productos alternativos gracias a que éstos son más saludables que los tradicionales.

El aceite de Jengibre es altamente nutritivo y energético. Se ha realizado un estudio de mercado que establece que hay gran potencial para la utilización el aceite de Jengibre en la ciudad de Guayaquil, sin embargo no se ha hecho ningún esfuerzo para poder realizar la comercialización en los distintos mercados de la ciudad. De hacerlo correctamente, se podría potencializar a las industrias para que de esta manera se dedique a la producción del aceite de jengibre.

El Ecuador es considerado un país eminentemente agrícola por lo que cuenta con abundantes recursos florales y una gran variedad de climas, lo que ha permitido que se fomente el cultivo de productos no tradicionales como el jengibre, el mismo que crece en la zona litoral y amazónica de nuestro país, al que puede dársele un aprovechamiento industrial y obtenerse aceite esencial, el cual, como se mencionó anteriormente, posee una gran demanda ya que su consumo está orientado a la industria alimenticia por poseer características funcionales que permiten obtener productos elaborados de alta calidad, siendo el principal demandante la ciudad de Guayaquil.

El uso de productos naturales es mayor conforme pasa el tiempo. Esto se debe a que poseen características beneficiosas tanto en el campo culinario como en el de la salud. Es por esto que los extractos y aceites esenciales son productos muy demandados en los mercados alimenticios.

JUSTIFICACIÓN

La gran cantidad de recursos de flora identificados y estudiados actualmente en la región litoral ecuatoriana, han impulsado el desarrollo del país, convirtiéndolo en productor de bienes naturales para consumo interno y de exportación.

Por el resultado que están teniendo las constantes campañas ecologistas en todo el mundo en lo que respecta al uso de productos naturales, los aceites esenciales se han convertido en productos con creciente demanda, los cuales están desplazando a los productos sintéticos.

Es más conveniente utilizar aceites esenciales en vez de hierbas en la preparación de alimentos, ya que la calidad y el grado de concentración es uniforme en los aceites y no pierden sus propiedades durante el almacenamiento.

El aceite esencial del Jengibre se usa principalmente para la elaboración de productos horneados, como pasteles, también se lo puede utilizar como aderezo en las comidas. Estos usos hacen que el mercado sea muy extenso, constituyéndose en un producto de gran demanda en el mercado

El presente proyecto demostrará la factibilidad de la comercialización de Aceite Esencial de Jengibre, la cual tendría efectos positivos por ser un recurso natural renovable lo cual motivará la puesta en marcha de planes agroindustriales promovidos por el Ministerio de Agricultura para el cultivo de diversos productos agropecuarios, entre ellos el Jengibre, creando mayores fuentes de trabajo, para aliviar en parte el problema ocupacional.

En la actualidad dentro de las estrategias de desarrollo del país propuestas por el gobierno, están los proyectos agroindustriales orientados al uso de los recursos naturales de flora y fauna para la obtención de productos naturales, para lo cual se han abierto líneas de crédito con intereses bajos cuyo fin es el de atraer a los inversionistas en estos rubros. Un buen sistema de distribución y comercialización del aceite de Jengibre permitirá garantizar las ventas del producto y por tanto invertir con seguridad en la comercialización del producto.

MARCO DE REFERENCIA

Las industrias que se han dedicado a la fabricación de aceite en su mayoría han sido elaborados a base de maíz, entre ellos UNILEVER, ALES, sin embargo todas están enfocadas a la producción de aceites comerciales conocidos, pero aun no se ha explotado el uso del aceite de Jengibre.

CAPITULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Además de ser un condimento muy apreciado, el aceite de jengibre ha sido utilizado con propósitos curativos desde hace miles de años. En la medicina ayurvédica de la India y en la medicina china el aceite de jengibre ocupa un lugar importante. Existen estudios que apuntan a que en muchos casos el aceite de jengibre es más efectivo que los medicamentos recetados. El jengibre es una Hierba cultivada en las tierras calientes del trópico. Tubérculo articulado (*gráfico 1*), en forma de mano, a los cuales se les da el nombre de rizomas. Parte esencial de la planta, de un olor fuerte aromático; sabor agrio, picante. Los rizomas son de color cenizo por fuera y blanco amarillento por dentro, los cuales crecen horizontalmente en el suelo y se ramifican en un solo plano; el tallo puede alcanzar la altura de 30 a 100 cm.

Las hojas son alargadas como las de maíz cuando apenas brotan de la tierra y envuelven con su vaina el tallo. Las flores son vistosas, están dispuestas en espigas cónicas y soportadas por escamas empizarradas.

Figura 1

Es una planta herbácea, perenne, rizomatosa, hasta de 1 m de altura. Rizoma grueso, carnoso, nudoso. Tallos simples. Hojas lanceoladas, oblongas, dispuestas a lo largo del tallo en dos líneas paralelas (*gráfico 2*).

Flores sésiles, amarillas y labios purpúreos, reunidas en una espiga densa al extremo del tallo.

Figura 2

La parte utilizada del jengibre es la raíz, denominada rizoma, la cual se consume de forma natural, deshidratada y confitada, la misma que puede ser ingerida diariamente.

Debido a que la planta se reproduce por vía asexual, existen pocas variedades de jengibre cuyo origen probablemente se han dado por mutaciones accidentales.

La gran cantidad de recursos de flora identificados y estudiados actualmente en la región litoral ecuatoriana, han impulsado el desarrollo del país, convirtiéndolo en productor de bienes naturales para consumo interno y exportación.

En el Ecuador, se ha prestado atención a la elaboración de productos naturales con variadas orientaciones respecto a las materias primas, usos y localización de las plantas industriales; dentro de los cuales se encuentran los aceites esenciales que tienen una creciente demanda en el mercado internacional y pueden proporcionar ingresos tanto a los agricultores como a los productores debido a que actualmente las personas están orientando sus consumos a productos alternativos gracias a que éstos son más saludables que los tradicionales.

El uso de productos naturales es mayor conforme pasa el tiempo. Esto se debe a que poseen características muy beneficiosas para la salud. Es por este motivo que los extractos y aceites esenciales son productos muy demandados en los mercados para elaborar alimentos.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA

El jengibre es originario de las zonas tropicales de Asia, su nombre proviene del sánscrito, pasando por el persa y el griego, hasta llegar al latín zingiber y al español jengibre.

Ha sido utilizado por miles de años como aliviante digestivo. Establecido en Europa y América como hierba medicinal e ingrediente de diferentes bebidas. Llego a África de mano de los portugueses y los españoles lo llevaron a las Antillas.

Se utiliza aun extensamente en la cocina francesa y asiática, desde pastelería, hasta como ingrediente de aderezos para ensaladas, curries y salteados. Por su elevado costo y difícil conservación, el jengibre hoy en día se encuentra en muchas presentaciones, desde polvo, confitado, en vinagre y fresco. En la cocina medieval europea, el jengibre ocupó un lugar de gran importancia.

Tiene un olor fuerte y aromático, con matices agrios y un poco picantes
El jengibre es considerado como un cultivo no tradicional, por lo que es un desafío para los productores de cultivos no tradicionales, debido a que se deben contar con sistemas ágiles de información acerca del mercado de sus

productos, y se debe tener muy en cuenta las condiciones de calidad y precio que ofrecen los competidores.

El nombre científico del jengibre es Zingiber Officinole Roscoe, utilizado durante milenios por las culturas hindúes y chinas como un aliviante digestivo, el cual fue introducido en Europa en la época de los romanos, desde donde fue comercializado a otras partes del mundo hasta nuestros tiempos. Actualmente el jengibre es cultivado mundialmente en países como India, China, Japón, Indonesia, Islas del Caribe y en ciertas zonas de Latinoamérica.
En Malasia existen 3 tipos de jengibre: El *halyia betul* o *jengibre verdadero*; el *halyabora* o *halyiabora* o *halyia padi* que es más pequeño, con hojas más estrechas, con rizoma amarillento que se caracteriza por un aroma más ardiente y que se utiliza casi exclusivamente en medicina; y el *halyia hudang* o *jengibre rojo* el cual tiene rojiza la base del tallo.

En Jamaica existen 2 tipos de jengibre distinguibles por el color de los rizomas: El *jengibre blanco* o *jengibre amarillo* también conocido como *turmeric ginger* el cual no se lo debe confundir con el auténtico *turmeric* de los ingleses que es el *Curcuma longa*; y el *jengibre azul* también conocido como *flint ginger* (jengibre córneo) debido a la consistencia de su rizoma. Estas dos variedades se distinguen por el color y la contextura del rizoma; el jengibre azul produce rizomas fibrosos, duros, difíciles de moler, de sabor menos ardiente y de menor valor.

En la India existen 5 tipos de jengibre Indio: El *Cochin* cuyos rizomas son largos; el *Calicut* que es el de menor calidad; el *Hawaiano* o *crema* que es productivo y vigoroso; el Wynad Manantody, y la variedad originaria del Brasil la cual sobrepasa a todas las demás debido a las dimensiones de sus rizomas. (*gráfico 3*)

En el Ecuador sólo existe la semilla para el jengibre hawaiano o crema, el cual es el más demandado en el mercado internacional, especialmente en Estados Unidos a donde se dirige el 80% de las exportaciones ecuatorianas.

Figura 3

1.3 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

En la actualidad el consumo de aceite de Jengibre es muy importante para la sociedad, tomando en cuenta, los beneficios que este brinda. Pero existen muchos vacíos de conocimientos acerca del aceite de Jengibre y de las propiedades que posee, sobre todo en la ciudad de Guayaquil.

Problemas:

- Uno de los problemas más importantes es la falta de conocimiento del producto por parte de los posibles consumidores.
- La falta de personas que quieran invertir en el proceso de comercialización.

- Posibles barreras de entrada que dificulten el ingreso del producto al mercado de la ciudad de Guayaquil.

Oportunidades:

- La ventaja de ser primeros y únicos en el mercado objetivo.
- Existen muchos puntos de venta que no comercializan el producto
- Gracias a que en estos tiempos el cuidado personal está en expansión, el producto tendría gran aceptación ya que este básicamente se enfoca en cuidar la salud de las personas.

1.4 CARACTERISTICAS DEL ACEITE DE JENGIBRE

1.4.1 Principales características y descripción del producto

El aceite esencial de jengibre se caracteriza por ser una sustancia volátil oleosa de color amarillo - verdoso y altamente viscoso que se obtiene de someter los rizomas secos, sin pelar y recién triturados de la planta, a un proceso de destilación con vapor. Dicho aceite no es soluble en agua pero es totalmente soluble en alcohol o éter.

De un jengibre se puede extraer un 2% de aceite esencial, por lo que para obtener un kilogramo de aceite esencial, son necesarios 50 kilogramos de jengibre.

1.4.1.1 Composición química del Aceite esencial de Jengibre

El aceite esencial de jengibre, está compuesto químicamente por monoterpenos, sesquiterpenos, citral y zingiberol, en las proporciones que se detalla en el cuadro a continuación.

CUADRO 1

COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL ACEITE ESENCIAL DE JENGIBRE

Compuesto	Proporción (%)
Sesquiterpenos (zingibereno, curcumeno)	51.3
Citral	23
Zingeberol	25
Monoterpenos	0.7

FUENTE: Jacques Maestre, Las Plantas de Especias, 1967
ELABORADO POR: Autores de la Tesis

1.4.1.2 Características físico químicas del Aceite esencial de Jengibre

El siguiente cuadro, muestra la composición físico - química del aceite esencial de jengibre.

CUADRO 2

CARACTERÍSTICAS FÍSICO-QUÍMICAS DEL ACEITE ESENCIAL DE JENGIBRE

Características	(1) 15º C.	(2) 25º C.	(3) 25º C.	(4) 25º C.	(5) 15º C.
Densidad	0.877 a 0.226	0.279 a 0.224	0.222 a 0.224	0.279 a 0.224	-------------
Rotación óptica	-26º a -50º	-42º 12' a -32º 12'	-21º 45' a 16º 36'	-41º 6' a -35º 30'	-30º 10' a 40º 20'
Índice de refracción	1.429 a 1.494	1.491 a 1.493	1.494 a 1.495	1.492 a 1.494	1.427 a 1.491
Índice de acidez	Arriba de 2	2.93 a 4.29	2.6 a 4.2	3.46 a 3.5	
Solubilidad en alcohol	95% arriba de 7 volúmenes	-------------	-------------	-------------	-------------
Índice de Ester	Arriba de 15	11.02 a 12.7	25.3 a 35.3	16.03 a 17.7	-------------
Temperatura de ebullición		85º c.	85º c.	85º c.	85º c.
Temperatura de condensación		54º C.	54º C.	54º C.	54º C.

FUENTE: Gunther, The Essential Oils, 1963

ELABORADO POR: Autores de la Tesis

1.4.2 Beneficios de consumir Aceite Esencial de Jengibre

Al consumir el aceite esencial de jengibre, las personas están evitando enfermedades musculares y reumáticas; ayuda a prevenir enfermedades de las arterias coronarias, artritis, úlceras estomacales, reduce el crecimiento de tumores, migraña; es un excelente antioxidante para el cuerpo humano, disuelve coágulos, reduce la presión arterial; ayuda a mejorar el funcionamiento del sistema digestivo eliminando de esta forma los mareos y náuseas; combate la tos y relaja los músculos abdominales disminuyendo los dolores y la diarrea, estimula los pulmones, previene el cáncer de piel, combate la fiebre y estimula el apetito. .

1.5 OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un proyecto para la comercialización y uso del Aceite de Jengibre.

1.6 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer las características generales de la Planta de jengibre.
- Realizar una encuesta para medir el nivel d aceptación de las personas al consumo del aceite de jengibre.
- Determinar la demanda potencial y la oferta del Aceite Esencial de Jengibre.
- Diseñar un proceso de comercialización para el aceite de Jengibre en la ciudad de Guayaquil.

- Determinar la inversión y el financiamiento requerido para la comercialización del producto

- Determinar la rentabilidad esperada del proyecto.

- Analizar la sensibilidad del proyecto mediante el uso del Crystal ball.

CAPITULO II

2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.1.1 MISION

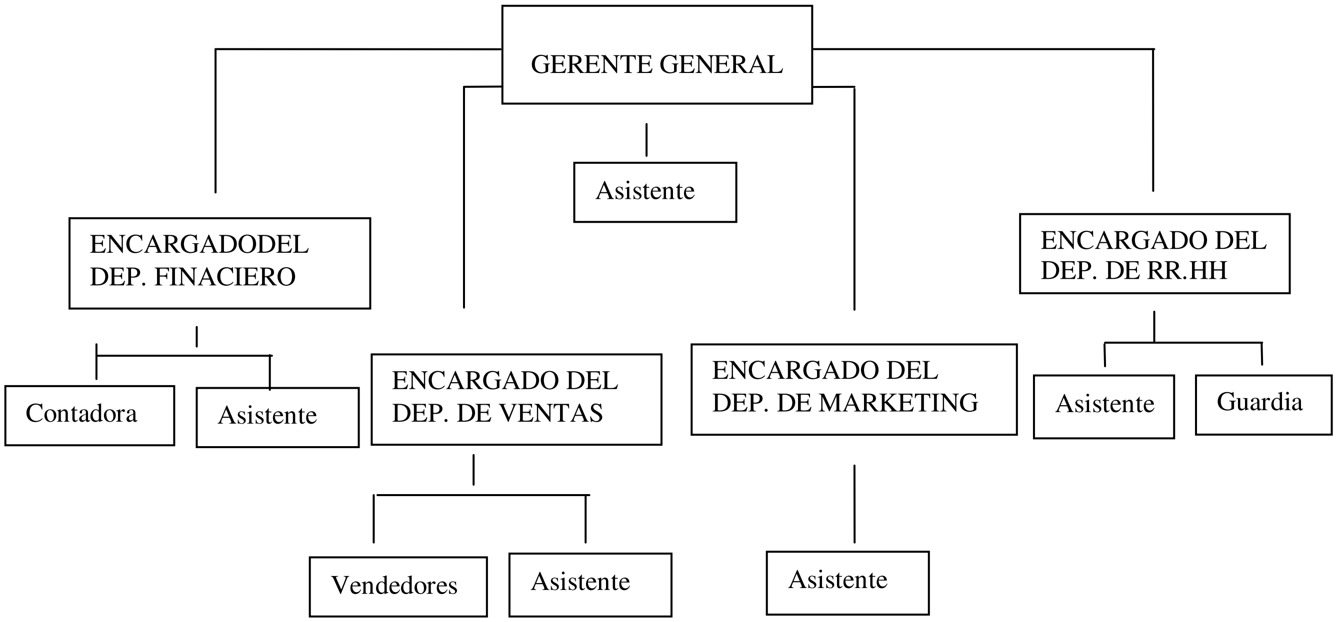
Dar a conocer los beneficios del aceite de Jengibre, su uso en la cocina para prevenir enfermedades y curarlas, dirigido para la ciudadanía guayaquileña. Optimizar la introducción del producto, y ofrecer una nueva alternativa.

2.1.2 VISION

Que todos los guayaquileños conozcan el aceite de jengibre y sus beneficios para la salud. Posicionarnos en el mercado para lograr los objetivos como empresa, para que en el futuro, el aceite de Jengibre se pueda comercializar no solo en la ciudad de Guayaquil, sino en el resto de país, como un inicio de expansión, para luego poder internacionalizarnos.

2.1.3 ORGANIGRAMA

Cuadro 3



2.1.4 FODA DEL PROYECTO

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito del negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia, las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Fortalezas.

- La producción de la materia prima se da casi durante todo el año.

- La producción del aceite esencial, se ve favorecida por las excelentes condiciones climáticas del Ecuador.
- Los precios de la materia prima se mantendrán sin muchas variaciones debido a que se realizará compra directa a los productores.
- Bajos costos de producción.
- El ciclo de cultivo de jengibre es corto y no se necesita de tecnología agromecánica compleja.

Oportunidades.

- Al ser un mercado nuevo tenemos asegurados a los clientes que les guste el producto.
- Vamos a tener clientes fijos por ser los únicos que ofrecemos el producto en el mercado.
- La demanda por parte de la ciudad de Guayaquil, tiene un comportamiento creciente.
- Creciente interés y consumo de los consumidores hacia los aceites, grasas y derivados.
- Disponibilidad de mano de obra.
- El jengibre no es muy conocido en el medio por lo tanto debemos hacer una mayor publicidad para que las personas se animen a comprarlo.

Debilidades.

- Va a ser difícil la entrada porque es un producto nuevo.
- Falta de promoción de las propiedades, usos y disponibilidad del producto.

- Carencia de plantas extractoras de aceite esencial en el Ecuador.
- Incentivar el cultivo de jengibre en mayor producción.

Amenazas.

- Los competidores, que en este caso podrían ser productores de otros aceites en el país.
- El desconocimiento de los potenciales clientes acerca de los grandes beneficios del aceite de jengibre
- Los productos competitivos y sustitutos tienen alta demanda.
- Desastres ambientales como El Fenómeno del Niño, inundaciones, etc.

2.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Y SU ANÁLISIS

2.2.1 MUESTREO

El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo proporcional cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia.

Primero se debe determinar si el universo es finito o infinito. Para nuestro caso, el tener que encuestar a personas de una ciudad representa un universo finito, es también claro que no se puede precisar un valor exacto, por lo que partiendo del criterio de que nuestro universo es mayor a 100.000 personas, procedimos a aplicar las fórmulas para el cálculo de la muestra con una población infinita

Cuando no se conoce el porcentaje de personas, usuarios o consumidores de un producto, a P se le da su valor máximo que es de 0,5, lo mismo que a Q que son los literales empleados para determinar ocurrencia o no ocurrencia de un evento. Se determina el error máximo que puede aceptarse en los resultados, máximo en un 6%, ya
que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información.

Obtenemos entonces la siguiente fórmula:

$$n = \frac{4\,PQ}{e^2} \text{ (universo considerado infinito)}$$

n= tamaño de la muestra

P= probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q= probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

e= error permitido.

Dicha fórmula se emplea cuando se trabaja con un intervalo de confianza del 95%, esto es, 2 veces el error estándar a partir de la media

De allí que, el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{4\,(0.50)\,(0.50)}{(0.05)^2} = 400 \text{ personas}$$

2.2.2 MODELO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

1.- Sexo

Masculino ___ Femenino ___

2.- Su edad es

18 – 24 años___ 25 – 31 años___ 32 - 38 años___

39 – 45 años___ Más de 45 años___

3.- Sus ingresos son

$200 – $350 ___ $351 – $ 500___ $501 – $650 ___

Más de $650___

4.- Su formación académica es

Primaria ___ Secundaria ___ Superior ___

Masterado ___ Otros ___

5.- ¿A que actividad se dedica actualmente?

Comerciante ___ Servicios Profesionales ___

Ama de Casa ___ Estudiante ___

Chofer ___ Profesor ___

Otros ___

6.- ¿Cuál es su área profesional?

Administrativa ___ Salud ___

Civil ___ Social ___

Gastronómica ___ No tiene ___

7.- ¿Elabora pasteles?

Si ___ No ___

Si su respuesta es NO, aquí termina su encuesta, GRACIAS.

8.- ¿Qué aceite usa para elaborar pasteles?

Aceite Vegetal ___ Aceite de Girasol ___

Aceite de Oliva ___ Aceite de Jengibre ___

9.- ¿Por qué razones usa ese aceite?

Sabor ___ Textura ___ Salud ___

Precio ___ Otras ___

10.- ¿Ha utilizado aceite de Jengibre?

Si ___ No ___

Si su respuesta es Si, continúe con la pregunta 12

11.- ¿Por qué no lo ha utilizado?

Por falta de conocimiento ___ Porque no es el apropiado __

Por el sabor ___ Otras ___

12.- ¿Conoce las propiedades del Aceite de Jengibre?

Si ___ No ___

Propiedades del Aceite de Jengibre: Es bueno contra efectos antieméticos o control de náuseas y vómitos, prevención de enfermedades de arterias coronarias, curación y prevención de artritis y úlceras estomacales, así como también es efectivo contra el crecimiento de tumores, reumatismos, migraña y sirve como un antioxidante para el cuerpo.

13.- Conociendo estas propiedades, consumiría el aceite de Jengibre

Si ___ No ___

14.- ¿Con qué frecuencia compraría Aceite de Jengibre?

Una vez a la semana ___ Una vez al mes ___

Dos veces al mes ___ Tres veces al mes ___

15.- ¿En qué presentación le gustaría encontrarlo?

Sachet ___ Frasco de 125 ml ___ Frasco de 250 ml ___

Frasco de 500 ml ____ Frasco de 1 Lt ___

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de 250 ml?

De $0,50 a $0,75 ___ De $0,76 a $1,00 ___

De $1,01 a $1,50 ___ De $1, 51 a $2,00 ___

Más de $2,01 ___

17.- ¿Dónde le gustaría comprar el producto?

Comisariatos ___ Supermercados ___

Tiendas de barrio___ Mercados ___ Otros ___

18.- ¿Por cuales medios le gustaría informarse acerca del aceite de Jengibre?

Hojas Volantes ___ Televisión ___

radio ___ Revistas ___ Propagandas en el Supermercado ___

19.- ¿Qué nombre le gustaría que tenga el producto?

EcuaJengibre ___

Aceite de Jengibre ___

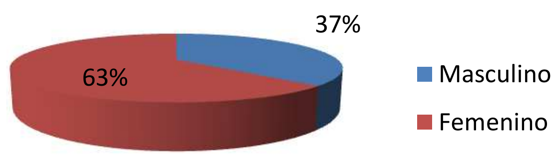
Acegibre ___

2.2.3 ENCUESTAS

RESULTADOS

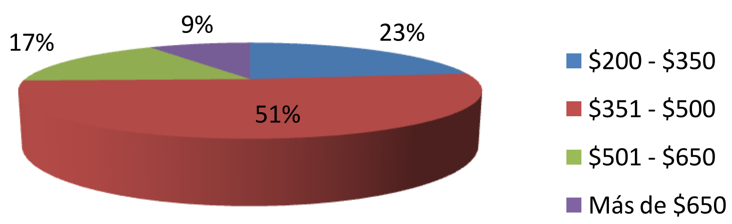
1.- Sexo

Masculino	148
Femenino	252
	400



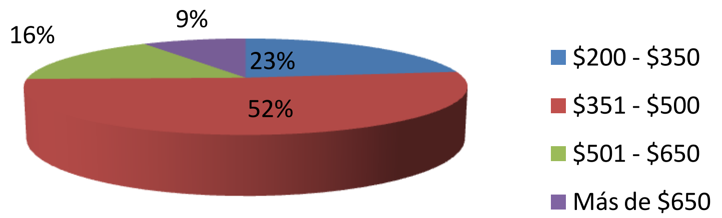
2.- Su edad es

18 - 24 años	64
25 - 31 años	103
32 - 38 años	105
39 - 45 años	72
Mas de 45 años	56
	400



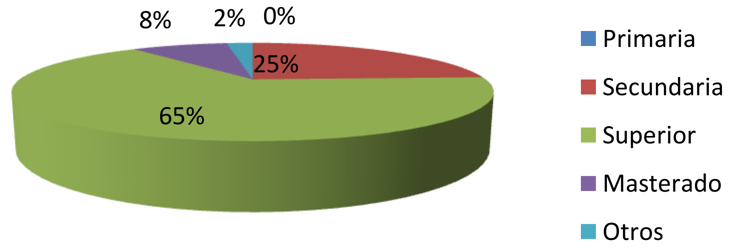
3.- Sus ingresos son

$200 - $350	92
$351 - $500	206
$501 - $650	66
Más de $650	36
	400



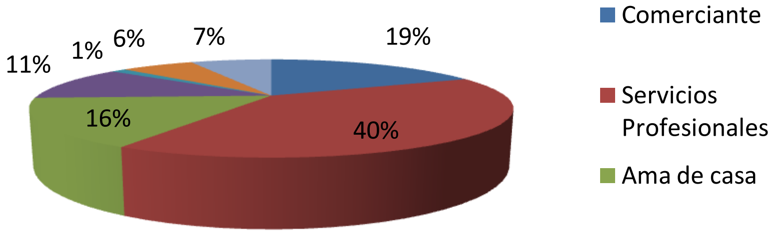
4.- Su formación académica es

Primaria	0
Secundaria	97
Superior	261
Masterado	33
Otros	9
	400



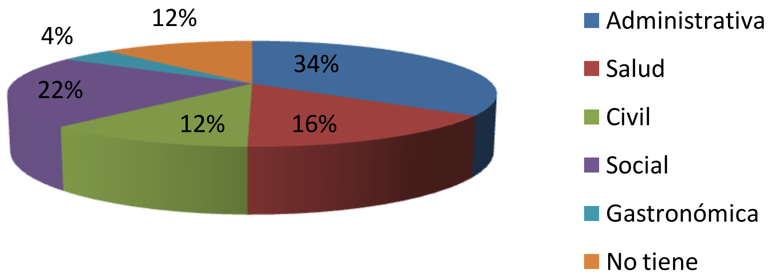
5.- ¿A qué actividad se dedica actualmente?

Comerciante	74
Servicios Profesionales	159
Ama de casa	64
Estudiante	45
Chofer	5
Profesor	25
Otra	28
	400



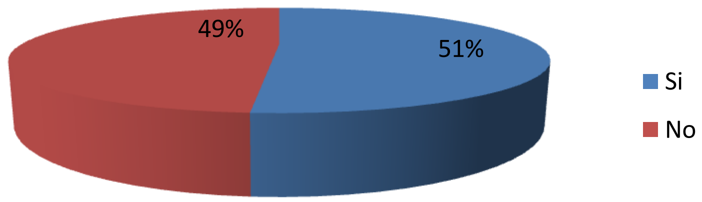
6.- ¿Cuál es su área profesional?

Administrativa	138
Salud	63
Civil	47
Social	87
Gastronómica	17
No tiene	48
	400



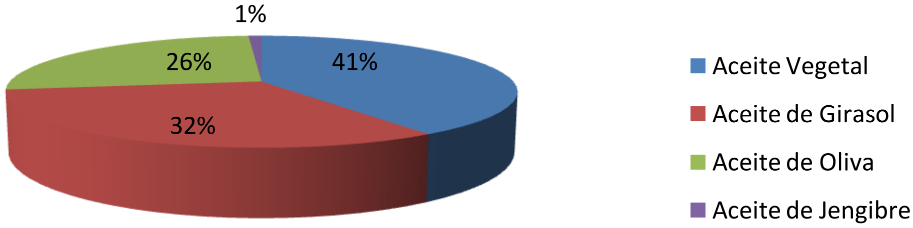
7.- ¿Elabora pasteles?

Si	205
No	195
	400



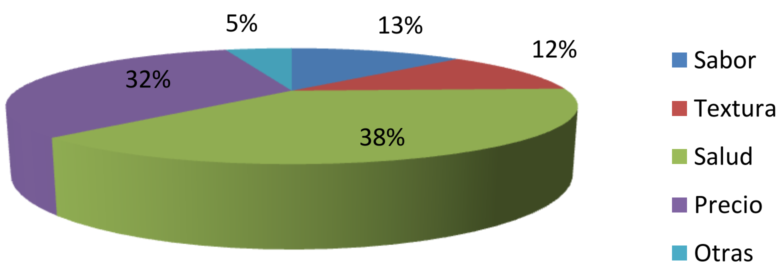
8.- ¿Qué aceite usa para elaborar pasteles?

Aceite Vegetal	83
Aceite de Girasol	66
Aceite de Oliva	54
Aceite de Jengibre	2
	205



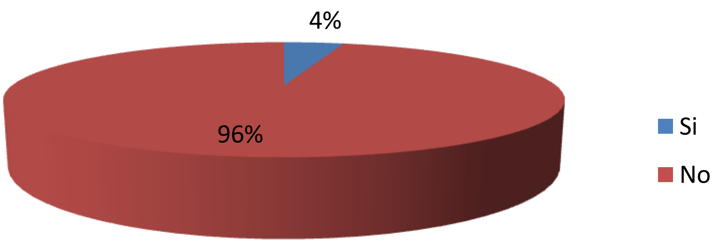
9.- ¿Por qué razones usa ese aceite?

Sabor	26
Textura	24
Salud	78
Precio	67
Otras	10
	205



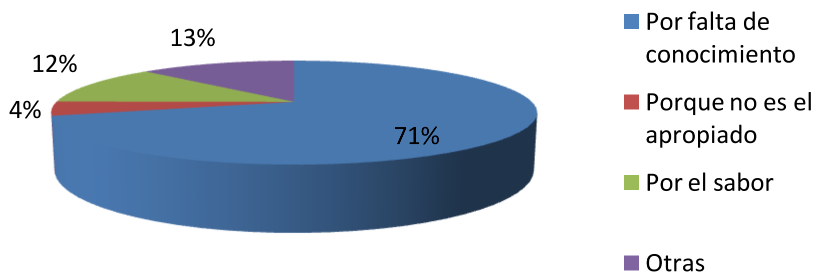
10.- ¿Ha utilizado aceite de Jengibre?

Si	9
No	196
	205



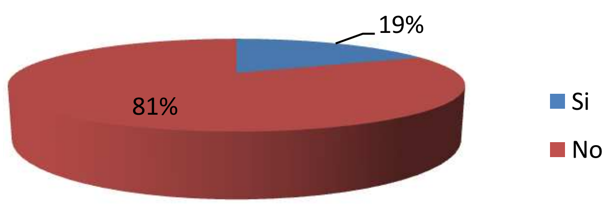
11.- ¿Por qué no lo ha utilizado?

Por falta de conocimiento	145
Porque no es el apropiado	9
Por el sabor	25
Otras	26
	205



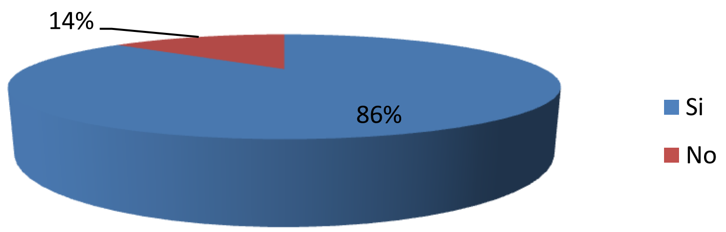
12.- ¿Conoce las propiedades del aceite de jengibre?

Si	38
No	167
	205



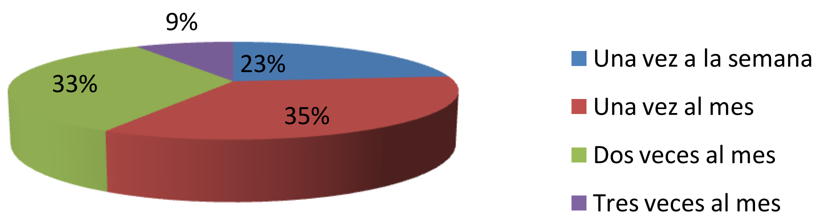
13.- Conociendo estas propiedades, consumiría el aceite de Jengibre

Si	176
No	29
	205



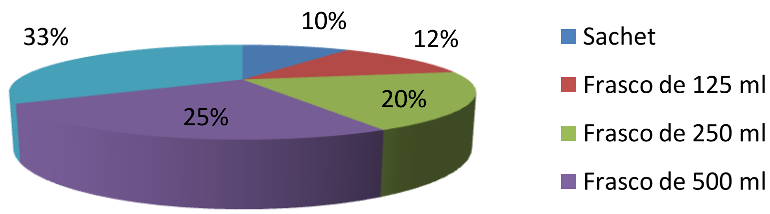
14.- ¿Con qué frecuencia compraría el Aceite de Jengibre?

Una vez a la semana	41
Una vez al mes	61
Dos veces al mes	59
Tres veces al mes	15
	176



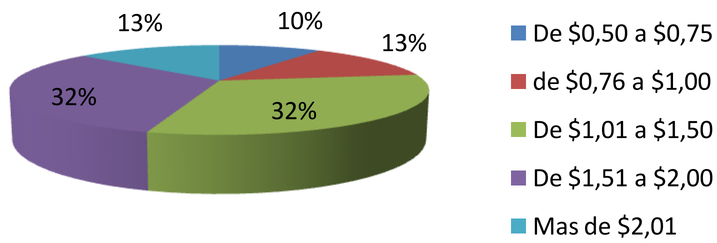
15.- ¿En qué presentación le gustaría encontrarlo?

Sachet	17
Frasco de 125 ml	22
Frasco de 250 ml	35
Frasco de 500 ml	44
Frasco de 1 lt	58
	176



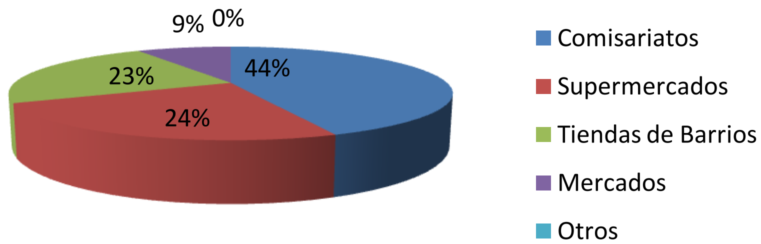
16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de 250 ml?

De $0,50 a $0,75	17
de $0,76 a $1,00	23
De $1,01 a $1,50	56
De $1,51 a $2,00	56
Mas de $2,01	24
	176



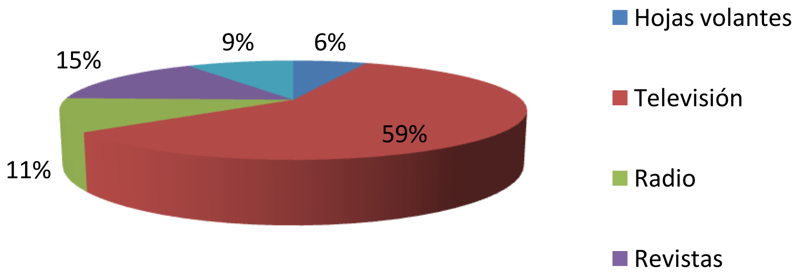
17.- ¿Dónde le gustaria comprar el producto?

Comisariatos	77
Supermercados	43
Tiendas de Barrios	41
Mercados	15
Otros	0
	176



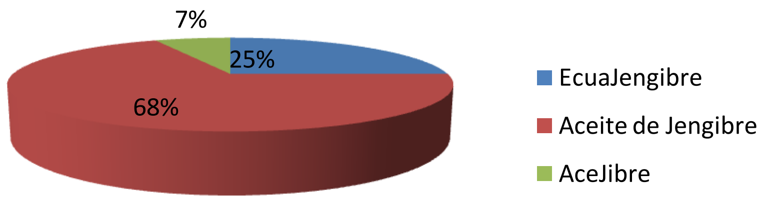
18.- ¿Por cuáles medios le gustaría informarse acerca del aceite de Jengibre?

Hojas volantes	11
Televisión	103
Radio	19
Revistas	27
Propagandas en el Supermercado	16
	176



19.- ¿Qué nombre le gustaría que tenga el producto?

EcuaJengibre	44
Aceite de Jengibre	120
AceJibre	12
	176



2.2.4 MACRO Y MICROSEGMENTACIÓN

MICROSEGMENTACION

- La empresa :

  El departamento de mercadeo tendrá el apoyo de toda la gerencia con lo que respecta al logro de sus objetivos, el convencer el mercado y aumentar la cantidad de personas que consuman el aceite.

- Proveedores:

  El aceite de jengibre llegará a nuestras instalaciones de manera directa ya que la extractora será nuestro proveedor sin tener la necesidad de buscar un intermediario y comprarla a un mayor precio que el que nos ofrece directamente la antes mencionada extractora.

Suministros para la Comercializadora de Aceite de jengibre: como, envases para materia prima (aceite de jengibre) etc. Serán traídos de los mejores proveedores de la zona.

Los escritorios sillas computadoras etc. serán adquiridos de las bodegas de Ferrisariato y Computron ya que estos ofrecen los mejores precios.

Reparaciones para la maquinaria, equipos, muebles de oficina y equipo de computación de la Comercializadora de Aceite de Jengibre serán efectuadas por personal técnico contratado.

El personal de servicio será contratado en la ciudad de Guayaquil, de los cuales serán previamente entrenados para su óptimo desempeño y manejo de maquinas.

Se contará con la ayuda de personal previamente capacitado para mejorar las ventas en la Comercializadora de Aceite de jengibre.

- Intermediarios Comerciales:

Televisión por cable, se hará uso de este medio para promocionar el consumo de aceite de jengibre y dar a conocer los beneficios que ofrece.

Radio, se realizará una campaña masiva para que las personas conozcan el producto mientras estén conduciendo o caminando.

- Los clientes:

  El consumo de aceite de jengibre por el momento está destinado para el mercado de la ciudad de Guayaquil ya que nuestra mayor prioridad es que el producto tenga una buena aceptación y en un futuro comercializarlo en toda de provincia. Entre los principales consumidores están: Las amas de casa y el personal de servicio aquellos encargados de realizar las compras de víveres.

- La competencia:

  Se considera competencia al aceite de oliva, aguacate, girasol por lo tanto se intentará dar a conocer sus ventajas.

- Los públicos:

  Los accionistas, banco que concede el crédito. Serian quienes presionen para que el proyecto tenga flujo de fondos acorde a sus requerimientos de capital.

  Ciudadanía: Muy importante la buena relación con ellos. Por esto la administración proyectará hacia ellos una imagen de solidaridad participando en actividades sociales para dar a conocer las propiedades que ofrece el aceite de jengibre.

  Personal Interno: se harán boletines de revistas mensuales que motiven a los empleados del establecimiento haciéndolo parte de la misión de la empresa.

MACROAMBIENTE

- Fuerzas económicas

  Se espera que para la fecha de capitalización del proyecto la situación económica – financiera del país este mejor. De no ser así la capitalización se hará totalmente mediante la emisión de acciones.

  En el largo plazo sectores industriales y comerciales tienen que mejorar la productividad para mantener sus niveles de crecimiento.

- Entorno político

  Otro importante factor en la creación de la Comercializadora de Aceite de Jengibre S.A es el de proyectar una imagen de protección a la salud y promover el uso del mismo en la elaboración de pasteles.

2.2.5 FUERZAS DE PORTER

Las 5 Fuerzas o también conocido como el Diamante de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. La rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores.

1.- Poder de negociación de los clientes

En el mercado existe gran variedad de empresas que venden aceite pero ninguna se han encargado de comercializar y dar a conocer las propiedades que el Aceite de Jengibre brinda al ser humano. Así que son los consumidores los que toman la decisión de comprar el Aceite de Jengibre o continuar con los aceites tradicionales.

El canal de distribución es un camión repartidor que va a entregar el producto a las diversas tiendas de los barrios más representativos y a supermercados como Mi Comisariato, Supermaxi, Megamaxi, Súper Tía, Tía.

Existen productos sustitutivos como el aceite de oliva, el aceite de girasol y otros hechos a base de químicos que pueden ser competencia, pero los clientes elegirán el Aceite de Jengibre por su sabor, los beneficios para la salud, y por su cómodo precio.

2.- Poder de negociación de los Proveedores

El proveedor de aceite que abastece a la comercializadora va a tener un precio estable ya que va a vender una cantidad fija, por lo tanto no le conviene aumentar el precio porque perdería a uno de sus mejores clientes.

3.- Amenaza de nuevos entrantes

Cada día existen más empresas que desean entrar al mercado pero también existen muchas barreras de entrada. Se trabaja en posicionar la marca y lograr acaparar gran parte del mercado, el consumidor sabrá que en el

Aceite de Jengibre encontrará muchos beneficios y que puede ser usado para diversas áreas, por lo que pueden tener confianza en él.

Este mercado no está muy explotado por lo que muchas empresas podrían ver una gran oportunidad, pero siendo primeros en él y aplicando una buena campaña publicitaria que informe al consumidor acerca del Aceite de Jengibre tendremos clientes garantizados.

4.- Amenaza de los productos sustitutivos

En el mercado existen algunos productos que podrían ser sustitutos para el aceite de Jengibre por ejemplo los aceites de Oliva, Girasol, Aguacate, también el Jengibre como tal lo pueden usar como sustituto.

Por lo tanto no se debe descuidar las decisiones que toman los competidores para poder realizar estrategias que ayuden a superar a los adversarios.

5.- Rivalidad entre los Competidores

No hay competencia directa por lo que no habría una gran rivalidad entre competidores.

2.2.6 Las 4 PS

- PRODUCTO

La empresa ofrece al mercado un único producto que es el "Aceite de Jengibre".

Este producto lo pueden encontrar en presentaciones de:

- ✓ Frasco de 500ml

Las características principales del producto son que protegen el sistema inmunológico de las personas que lo van a consumir, protegiéndolos así de varias enfermedades.

Sus usos son en la cocina, para pasteles y como aderezo.

Presentación del Producto.- Todo producto debe llevar su respectiva etiqueta que representa una verdadera descripción de lo que está comprando. Ésta incluye:

- ➢ Declaración de identidad y Descripción del producto.
- ➢ Declaración de volúmenes del precio neto (peso o número de pedazos).
- ➢ Nombre y dirección del fabricante, empaquetador, distribuidor o consignatario.
- ➢ Lista de ingredientes (en orden descendente de volumen o peso).
- ➢ País de origen, fecha de fabricación, fecha de vencimiento, cualidades nutritivas.

- PRECIO

El precio del aceite esencial de Jengibre se rige de acuerdo a la normatividad del mercado objetivo, variando de una marca a otra y a la calidad del producto.
El aceite esencial de jengibre no es tan comercializado internamente pero con este proyecto se impulsa a que la adquisición del producto se lo haga en la ciudad de Guayaquil ya que su utilización tiene diversos fines.

El precio de costo del aceite es de $14 cada litro por lo tanto un precio estimado para la venta de botellas de 500ml sería de $8,8.

Para empezar en la penetración del mercado se realizara una promoción para los dueños de los establecimientos en los que se va a expender el producto, estas promociones serían en cantidad es decir por cierta cantidad de producto se le da producto gratis.

Los periodos de pago dependerían del cliente con el que estamos haciendo el negocio y de la cantidad que estemos negociando.

- PROMOCIÓN

Para realizar la promoción del producto se va a enfocar en spots publicitarios en medios televisivos, en la radio y vallas en puntos estratégicos.

En las campañas de promoción se va a comunicar principalmente las características y beneficios del producto, las cuales recuerden al consumidor porque deben elegir el aceite de jengibre.

También se optó por la publicidad de boca a boca ya que está demostrado que es una publicidad que da muy buenos resultados y no genera mayores costos.

Se va a colocar posters con la propaganda del producto en los diferentes establecimientos que expenderán el producto para que los clientes conozcan el aceite de jengibre y se conviertan en consumidores del mismo.

- PLAZA

Al inicio del negocio se va a contratar camiones para la distribución del producto ya que la compra de un camión implicaría una fuerte inversión la cuál se podría destinar a la promoción.

Se tendrá una pequeña bodega que almacenará momentáneamente los aceites hasta que llegue la fecha de entrega.

2.3 PLAN DE COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO.

En el Ecuador, se ha prestado atención a la elaboración de productos naturales variados respecto a las materias primas, usos y localización de las plantas industriales; dentro de los cuales se encuentran los aceites esenciales que tienen una creciente demanda en el mercado y pueden proporcionar ingresos tanto a los agricultores como a los productores debido a que actualmente las personas están orientando sus consumos a productos alternativos gracias a que éstos son más saludables que los tradicionales.
El uso de productos naturales es mayor conforme pasa el tiempo. Esto se debe a que poseen características muy beneficiosas para la salud, por este

motivo los extractos y aceites esenciales son productos muy demandados en los mercados para elaborar alimentos.

Así tenemos:

- Con este proyecto se busca construir una empresa dedicada a la distribución del aceite de jengibre teniendo como punto de partida la ciudad de Guayaquil de este modo impulsaremos al Ecuador a una nueva alternativa en el campo de la distribución y/o comercialización que fomente el desarrollo económico y social del país.

- Comercializar aceite de alta calidad derivado de la planta aromática de jengibre.
- Ofrecer nuevos y mejores canales de distribución a nuestros clientes
- Buscar clientes nuevos y dar a conocer las ventajas del producto de manera que nuestros posibles usuarios queden satisfechos por la adquisición del producto

- Generar una alternativa económica a través de empleos directos para la sostenibilidad de las familias involucradas en el proyecto, con la posibilidad de aumentar los empleos debido a que la producción aumentará anualmente.

- Frente a la oportunidad generada por el negocio de los aceites se pretende desarrollar un proyecto para agregar valor a los productos agrícolas, de manera que representen mejores condiciones de vida la comunidad campesina que son las causas más importantes para adelantar este proyecto.

- Involucrar la participación de asociaciones de agroindustriales, campesinos, etc.; en donde ellos se encargarán de cultivar el jengibre seco. Así de esta manera la creciente demanda y el amplio mercado de los aceites motivaran más aun a los agricultores con una mayor utilidad para los productores campesinos y poder reincorporarlos al mercado

- Fomentar el interés de muchas entidades gubernamentales y privadas que inviertan en las empresas que se dedican a la extracción del aceite y así poder distribuir el producto.

- La empresa tiene como meta cubrir las ciudades más importantes del país donde se desarrollen productos que tengan como materia prima el aceite de jengibre.

- Ubicar sucursales a nivel nacional teniendo en consideración que nuestra meta es ser eficientes en nuestro servicio de distribución.

- Por otro lado, cabe destacar que el medio más utilizado para promocionar y vender el aceite esencial de jengibre será a través de una página web, debido a la facilidad y economía para penetrar en diferentes mercados.

- Utilizan medios de capacitación, presentación en ferias agroindustriales y conferencias a través de las cuales dan a conocer nuestros productos.

2.3.1 EL PROCESO DE MARKETING

Las encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil muestran que los consumidores a los que se quiere llegar son principalmente mujeres con un nivel económico medio quienes cocinen pasteles.

CONEXIÓN CON LOS CONSUMIDORES

Segmentación Del Mercado
Sexo: mujeres
Edad: de 25 a 40 años
Zona Geográfica: Guayaquil
Ocupación: amas de casa, profesionales
Nivel socio-económico: medio

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.

El aceite que se distribuye tiene que ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores, por este motivo se lo va a posesionar como "aceite que te protege" para que de esta manera los potenciales clientes tengan en su mente que lo que mejor sabe hacer el "Aceite de Jengibre" es proteger la salud.

UBICACIÓN Y ACCESO A LOS CLIENTES

Al ser una empresa que distribuye el producto no se necesita tener un acceso directo a los clientes finales ya que nuestros clientes principales serán los supermercados, comisariatos y las tiendas de barrio.

2.3.2 ADMINISTRACIÓN DE LA LABOR DE MARKETING

ANÁLISIS DE MARKETING

La visión es diseñar un plan estratégico de comercialización que ayude a alcanzar los objetivos planteados en el inicio del proyecto de comercialización de aceite de Jengibre en la ciudad de Guayaquil que es el mercado meta.

Es por ello que se ha optado por una dirección de marketing que consiste en cuatro funciones que ayudará a tomar mejores decisiones en este proceso de comercialización, estas funciones son el análisis, planeación, implementación y control.

El Aceite de Jengibre es un producto que se ofrece para la pastelería y, para la cocina, es decir es un producto que se puede comercializar en diversas áreas. Se tiene en cuenta que la competencia es muy fuerte, por que existen diversos tipos de aceite de distintas especie ya sean de girasol, de oliva, entre otros que tienen ganado una gran parte del mercado y que se encuentran muy posicionados en la mente del consumidor.

2.3.3 PLANEACIÓN DE MARKETING

A través de la planeación se ha decido cuales estrategias de marketing pueden ayudar alcanzar los objetivos establecidos por la empresa, es por ello que se ha detallado un resumen ejecutivo que demuestra una reseña rápida de las principales metas y recomendaciones, en donde también se mostrará en la sección principal del plan un análisis detallado de la situación del producto en el mercado, las principales amenazas y oportunidades y los puntos específicos de la estrategia.

Una vez descrito los objetivos al inicio del proyecto que se desea alcanzar como empresa, se analizará mediante encuestas el mercado meta que es la ciudad de Guayaquil, para poder saber como se posicionado el producto, que tanto conocen acerca del Aceite de Jengibre, cual sería la aceptación del mismo por parte de los posibles clientes, cuales serían las cantidades óptimas de comercializar y distribuir el producto y en que localidades sería bueno venderlo

Mediante un proceso fuerte de comercialización y una buena distribución del Aceite de Jengibre, se puede llegar al mercado meta, teniendo en cuenta sobre todo las necesidades de los clientes que cada día son más, ejemplo de estas necesidades son:

- Cuidado de la salud, mediante los beneficios que el Aceite de Jengibre ofrece.

- Su uso en la cocina para la elaboración de pasteles.

También existen factores del entorno relacionados al marketing que pueden perjudicar la decisión de compra de los clientes con relación al producto, como la introducción de productos con mayor avance tecnológico, que podrían afectar la venta del Aceite de Jengibre como un producto natural.

El aceite esencial de Jengibre es un producto natural que genera gran demanda a medida que pasa el tiempo, llegando a comercializarse grandes volúmenes, y en los últimos años se ha convertido en la principal actividad comercial que moviliza importantes capitales, constituyendo así una alternativa muy interesante para la generación de recursos económicos en el país.

2.3.3.1 ANÁLISIS DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

Evaluar las oportunidades y amenazas que el producto podría enfrentar, ayudará en anticipar sucesos positivos o por lo contrario sucesos negativos que podrían afectar a la demanda y a nosotros como empresa que comercializa el Aceite de Jengibre. Es por ello que en un estudio de las amenazas y oportunidades que tiene el Aceite de Jengibre, se obtuvo la siguiente información:

Las Amenazas

- El mercado objetivo que es la ciudad de Guayaquil cuenta con el posicionamiento de otros productos similares al nuestro que perjudican la demanda del Aceite de Jengibre.

- Otra desventaja para el producto es que la mayoría de los consumidores tienen lealtad hacia otros productos que hacen de barrera de entrada para otros productos al mercado.

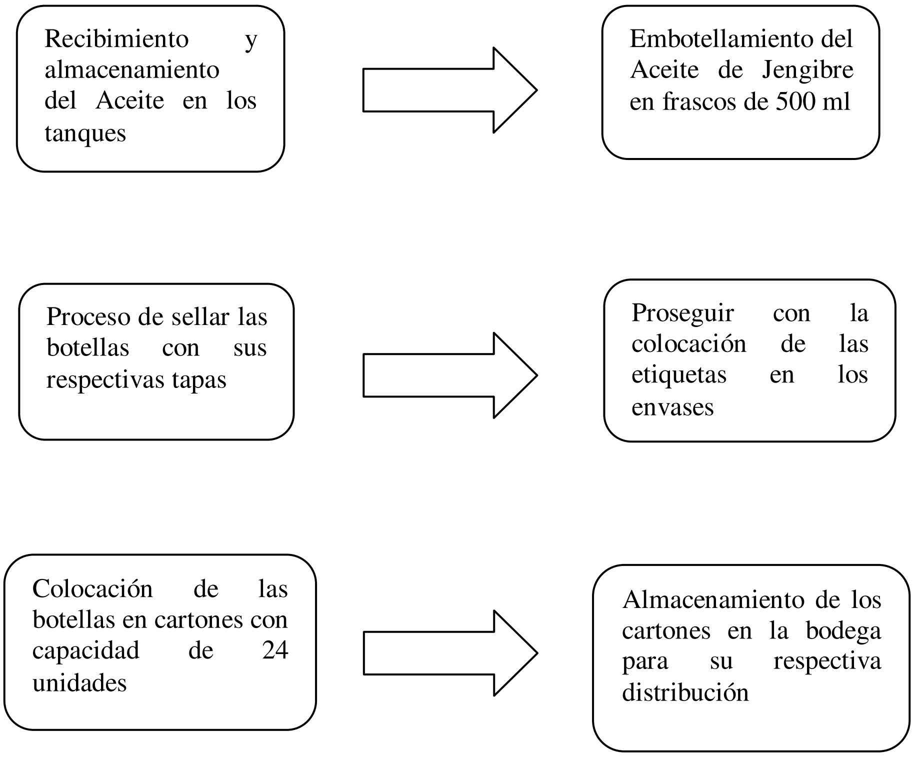
- Existe gran variedad de productos sustitutos y similares que tienen gran demanda.

Oportunidades

- Mediante la proporción de información al mercado meta acerca de los beneficios del producto, provocaremos que se incremente el consumo de Aceite de Jengibre.

CAPITULO III

3.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN



El proceso comienza recibiendo el Aceite de Jengibre y almacenándolo en los tanques para que luego, el encargado de la embotelladora proceda a ingresar el Aceite en la máquina embotelladora para traspasar el líquido a los frascos de 500 ml, respectivamente.

Después de esto, el encargado de la selladora, procede a sellar los frascos, sin que exista error, de dejar alguno abierto. Luego, los obreros tendrán el trabajo de trasladar las botellas a la máquina etiquetadora.

Y colocar 24 unidades en los respectivos cartones que vinieron anteriormente, para después proceder almacenarlos en la bodega para su almacenamiento y debida distribución.

3.2 INVERSIÓN

MATRIZ SELECCIÓN DEL LOCAL

		VIA DAULE		**CASCO COMERCIAL**		**AV. PERIMETRAL**	
FACTOR	PESO	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
LUGAR DE ALMACENAMIENTO	0,15	5	0,75	1	0,15	4	0,6
CERCANIA DEL SECTOR	0,25	3	0,75	4	1	4	1
DISPONIBILIDAD DEL TRANSPORTE	0,4	5	2	1	0,4	5	2
LIBRE ACCESO	0,2	4	0,8	1	0,2	3	0,6
TOTAL	1		4,3		1,75		4,2

DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DEL LOCAL

3.3 COTIZACIONES

ENVASES

Empresa Ecoenvases

Dpto. de Ventas: Viviana Moran

Envase de 500ml plásticos de lujo con tapa blanca, (figura 4), el costo por unidad de la botella es de 0,18 centavos.

Figura 4

Etiquetas del producto:

La impresión del millar de etiqueta tiene un costo de $ 150.

Maquina embotelladora

Capacidad de 15 galones por hora, diariamente se embotellara 825 unidades.

Costo de flete

- ✓ Costo por hora: $16,67.
- ✓ Mensualmente se fletará el camión 40 horas que serán distribuidas según las necesidades de nuestros clientes.

Alquiler de la bodega.km 11 vía a Daule

- ✓ El costo de alquilar la bodega es de $1500, se encuentra en la vía a Daule, una sola planta con pequeña oficina dimensión del terreno 20m. de ancho x 25m. de largo.

3.4 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

PROYECTO DE INVERSIÓN

La inversión total para la instalación y operación de la Comercializadora de Aceite de jengibre, se estima en US$103309; de los cuales a la inversión fija y diferida le corresponden el 64% equivale a US$66225, el saldo destinado a capital de operación equivale a US$36874, que representa el 36% de la inversión total. (VER ANEXO G)

3.4.1 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto estará financiado por capital propio y deuda. El Banco nos otorga un préstamo por un valor de US$41484 con la tasa de interés corporativa del

9.33% anual con un plazo de 5 años y que representa el 40% de la inversión total. (ANEXO D)

La compañía a constituirse es anónima y se hará una emisión de acciones por el 60% del total de la inversión US$61985.

3.4.2 PRESUPUESTOS DE COSTOS, GASTOS Y CAPITAL DE OPERACIÓN

3.4.2.1 COSTOS OPERATIVOS

Los costos operativos en el primer año de operación están compuestos por materiales que para el primer año de operación alcanzan los US$1621019. (VER ANEXO B)

3.4.2.2 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Se ha presupuestado para el primer año de operación, la suma de $122129 manteniéndose constante durante los próximos años las remuneraciones del personal administrativo y de servicios con un valor de $46278. Así también, el gasto del arriendo con un valor de US$18000 considerando que anualmente no se tiene incremento debido a que no se fijó restricción alguna. (ANEXO A1)

Cuadro 4

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE		
GERENTE	1	11171
ENCARGADO FINANCIERO	1	7181
CONTADOR	1	7181
RECURSOS HUMANOS	1	6383
ASISTENTE	3	14362
		46278

Cuadro 5

GASTOS DE OFICINA	
PAPELERIA	540
IMPRESIÓN DE	
FACTURAS	50
	590

Cuadro 6

GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	
AGUA	6600
LUZ	30000
TELEFONO	3720
	40320

Cuadro 7

GASTOS DE MANTENIMINETO Y SEGUROS	
SEGUROS	2541
MANTENIMIENTO	14400
	16941

Los gastos de seguros y mantenimiento US$16941, Gastos de oficina US$590 Gastos Servicios Básicos US$40320 precisamente son los generados para el mantenimiento del negocio como es el de los equipos, la compra de los útiles de oficina.

Los Gastos de Ventas en US$42767, Gastos de publicidad US$50000, depreciación por US$3751, y una amortización por US$13330 los tres primeros años y de US$160 los dos últimos años (ANEXO A2). Todos estos gastos son generados a la creación del negocio como la publicidad: esta se ofrecerá por radio, televisión, también la depreciación de los equipos de computación y de oficina.

Cuadro 8

GASTOS DE VENTAS			
ENCARGADO DE MARKETING	1	598	7176
ENCARGADO DE VENTAS	1	598	7176
ASISTENTES	2	399	9576
VENDEDORES	2	465	11160
GUARDIAS	2	319	7656
			42744

Cuadro 9

GASTOS DE PUBLICIDAD	
TELEVISION	35000
RADIO	15000
	50000

3.4.2.3 CAPITAL DE OPERACIÓN

Para este proyecto se ha utilizado el método de Déficit acumulado máximo, ya que este calcula para cada mes los flujos de ingresos y egresos proyectados y determina su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo.

La reducción en el déficit acumulado solo muestra la posibilidad de que con recursos propios generados por el proyecto se podrá financiar el capital de trabajo. Así el capital de operación para este proyecto es de US$36874 (ANEXO C)

3.4.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y UTILIDADES

Los ingresos de este proyecto provienen de las ventas de las botellas de de 500ml de aceite de jengibre. Estos nos darán un total de US$1914939, en el año 1, el escenario para este incremento se debe al aumento en la demanda de nuestro comercializadora debido a la gran publicidad que se le ha dado al negocio dándose a conocer más aun, de tal forma que para el 5to año se obtendrán ingresos que alcanzan los US$2032397. (VER ANEXO B)

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se puede apreciar las utilidades que genera el presente proyecto durante su vida útil.

Es así como en el primer año la utilidad neta operacional alcanza $39437, monto que irá incrementándose en los años siguientes hasta alcanzar el 5to año la suma de US$59326. (VER ANEXO B)

3.5 FLUJO NETO DE CAJA DEL PROYECTO.

Es un estado financiero básico que presenta de una manera dinámica el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un periodo determinado y la situación del efectivo al mismo tiempo.

De tal modo que presenta el flujo de caja que generaría la empresa durante su vida útil, pudiendo observarse que en cada uno de los años los resultados son positivos; logramos en el primer año de operaciones la suma de $56569 (VER ANEXO G)

3.6 ANÁLISIS SOCIAL

La creación de este proyecto: Comercializadora de Aceite de Jengibre, tiene un impacto social positivo para el sector puesto que se pretende alcanzar un alto porcentaje de participación en el medio así se considera que el tamaño del proyecto no va a ocasionar una variante en los precios de los insumos, por lo que el costo social se aproxima al costo privado a gran escala, a la vez este proyecto seria de gran apoyo para el desarrollo del sector alimenticio ya que aunque no hayan muchas empresas o comercializadoras dedicadas a este tipo de negocio, se aspira llegar a muchos los hogares de la ciudad de Guayaquil y luego al país.

En el Ecuador existe un desempleo de tipo alterado tanto así que este año se ha incrementado. Así tenemos que para el mes de Diciembre del 2009 había un nivel de desempleo del 7.90% y en Marzo del presente año se encuentra en 9.1%. Todo esto es ocasionado por la contratación de mano de obra mas barata ya que existen personas que aceptan trabajos por un salario mínimo dado el nivel de desempleo que tenemos, aunque con las nuevas reformas se ha tratado de equilibrar estas falencias las empresas han optado por contratar menos personal y así obtener mas utilidades.

3.7 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA

La TIR mide la rentabilidad de una inversión y es la tasa a la cual son descontados los flujo de caja de forma tal que los ingresos y los egresos sean iguales es decir a la tasa en la que el VAN se hace cero.

Para el presente proyecto los cálculos indican una tasa de retorno financiera de 49% sobre la inversión, así la inversión se recupera desde su primer año de funcionamiento. (ANEXO M)

3.8 ANÁLISIS CON CRISTAL BALL.

Crystal Ball Report - Full

Simulation started on 4/27/2010 at 8:53:04

Simulation stopped on 4/27/2010 at 8:53:07

Number of trials run	10.000
Extreme speed	
Monte Carlo	
Random seed	
Precision control on	
Confidence level	95,00%
Total running time (sec)	2,39
Trials/second (average)	4.178
Random numbers per sec	29.243
Assumptions	7
Correlations	0
Correlated groups	0

Decision variables	0
Forecasts	1

FORECAST

VAN

Cell: B166

Summary:

Certainty level is 99,56%

Certainty range is from -287 to

Infinito

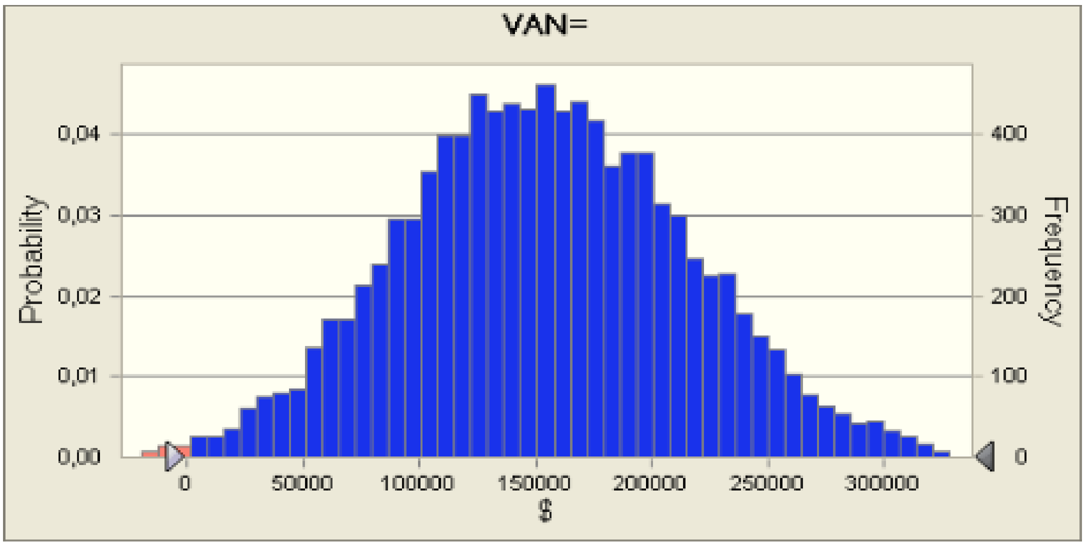
Entire range is from -56233 to

403230

Base case is

154369

After 10.000 trials, the std. error of the mean is 621



Statistic	Forecast values
Trials	10.000
Mean	154091
Median	152312
Mode	---
Standard Deviation	62139
Variance	3861232068
Skewness	0,1158
Kurtosis	2,97
Coeff. of Variability	0,4033
Minimum	-56233
Maximum	403230
Range Width	459463
Mean Std. Error	621

Forecast: VAN= (cont'd) **Cell: B166**

Percentiles:	Forecast values
0%	-56233
10%	75457
20%	101578
30%	120223
40%	136547
50%	152309
60%	168962
70%	186641

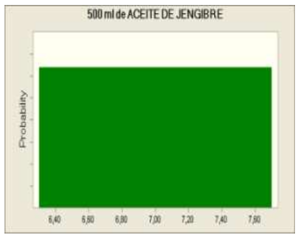
80%	206120
90%	234591
100%	403230

End of Forecasts

ASSUMPTION

Worksheet: [parte financera.xlsx]DATOS

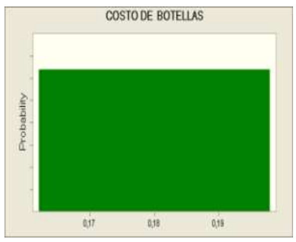
Assumption: 500 ml de ACEITE DE JENGIBRE



Uniform distribution with parameters:

Minimum	6,30
Maximum	7,70

Assumption: COSTO DE BOTELLAS

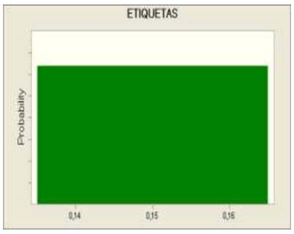


Uniform distribution with parameters:

Minimum	0,16
Maximum	0,20

Uniform distribution with parameters:

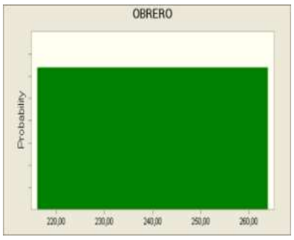
Minimum	0,14
Maximum	0,17



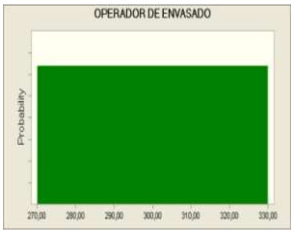
Assumption: OBRERO

Uniform distribution with parameters:

Minimum	216,00
Maximum	264,00



Assumption: OPERADOR DE ENVASADO



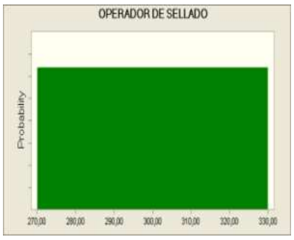
Uniform distribution with parameters:

Minimum	270,00
Maximum	330,00

Assumption: OPERADOR DE SELLADO

Uniform distribution with parameters:

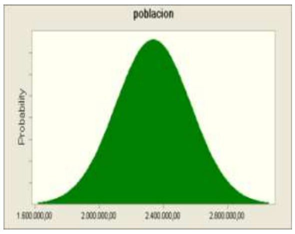
Minimum	270,00	
Maximum	330,00	



Assumption: poblacion

Normal distribution with parameters:

Mean	2.336.902,00
Std. Dev.	233.690,20



End of Assumptions

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La iniciativa de la puesta en marcha de la comercialización del Aceite de Jengibre se genero con el fin de brindar un producto no solamente de origen natural sino también que se ofrece para el campo culinario, hoy en día, los alimentos que se comen son muy importantes para tener una buena salud, es por ello que se ha pensado en un producto como el Aceite de Jengibre que además de ser beneficioso, presta utilidades en la cocina sobre todo en la elaboración de pasteles.

El estudio de mercado realizado arrojo que este tipo de producto tiene gran aceptación debido al incremento de demanda de las personas por utilizar productos naturales.

La evaluación financiera indica que el proyecto tendría una TIR del 49% y una TMAR del 27,50% tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) o tasa de descuento, descontando a este valor el monto de la inversión inicial.

Esto es ratificado con el cálculo del VAN proyecto el cual es de USD$ 151689. Este valor nos representa la suma total de los flujos descontados a valor presente (al periodo actual de la evaluación; es decir año 0). Por lo que se concluye que el proyecto es viable.

Se debe fomentar la utilización de Aceite de Jengibre para la elaboración de pasteles, a través de campañas masivas publicitarias que, permitan al consumidor incrementar el interés por el uso de este producto.

RECOMENDACIONES

- Se debe guardar una “armonía” con los productores del aceite esencial de jengibre; para esto se recomienda la elaboración de contratos con contenido claro y preciso.

- Mantener e impulsar un crecimiento sostenido del cultivo de jengibre en el país (el cual nos servirá como materia prima) para poder competir en un futuro en los mercados internacionales.

- Se debe establecer programas de capacitación y asesoramiento técnico para el área del proceso industrial.

- Se recomienda fortalecer el mercado de aceite de Jengibre mediante una integración vertical.