

**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL previa a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

Tema:

Plan de Negocios para La Exportación de Productos Derivados de Sábila

Autores:

Abel Fernando Romero Correa

Nabila Orellana

Tutor:

Economista. Uriel Castillo

Marzo, 15 del 2010

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, que nos dio y se seguirá dando fortaleza para seguir adelante todos los días.

A nuestras familias que siempre han estado presentes apoyándonos en todo el transcurso de nuestras vidas universitarias y en la elaboración de este proyecto que representa un logro y la culminación de nuestra carreras para incorporarnos como Ingenieros y futuros empresarios.

Al Eco. Uriel Castillo, de manera especial por ser nuestro "Tutor de Tesis" y amigo y formar parte de este proyecto, que gracias a su apoyo, conocimientos y dirección hemos logrado la culminación de este trabajo.

Gracias.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo que representa mi esfuerzo y sacrificio enteramente,

A dios quien me da la fortaleza para seguir en los momentos difíciles

De manera muy especial a mis padres que con su ejemplo han sabido hacer de mí un hombre de bien que lucha y se esfuerza por ser mejor cada día, y a entender que no hay nada que sea imposible lograr, si uno se lo propone y persevera.

A todos mis compañeros y profesores que han sido parte fundamental de mi formación universitaria.

Finalmente a mi hermano Ricardo que desde el cielo ha sido mi guía y compañero en todos los momentos de mi vida.

Abel Romero.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mi padres que siempre me dieron apoyo en toda mi carrera universitaria, cualquier complicación estuvieron siempre ayudándome, han velado por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos , de regaños, de reprimendas de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgullosa.

A mi hermano, el más molesto de todos, que me espero horas de horas hasta que yo salga de clases y me apoyo siempre.

A mis amigos por las largas horas de estudio, trabajos en grupo y amanecidas lo logramos por fin.

A mis profesores por toda la enseñanza que me dieron.

Nabila Orellana.

INDICE

INTRODUCCION	1-3
ANTECEDENTES	4
CAPITULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO	5
1.1. OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO	5
1.2. JUSTIFICACION	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1 GENERALES	6
1.3.2 ESPECIFICOS	6
CAPITULO II: MARCO TEORICO	7
2.1 PLAN DE NEGOCIOS	7-8
CAPITULO III: DEFINICION DEL PROYECTO	9
3.1 DESCRIPCION DEL PROYECTO	9
3.2 ALCANCE DEL PROYECTO	10
3.3 APLICACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS EN LA EMPRESA	10
3.4 REINGENIERIA EN PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS	11 -13
CAPITULO IV: LA EMPRESA COLONCHE S.A.	14
4.1 MISION Y VISION	14
4.2 ESTRUCTURA LEGAL ADOPTADA	14
4.3 DIVISION DE LA EMPRESA	15
4.4.1 AREA DE OPERACIONES	15
4.4.2 AREA DE PRODUCCION	15
4.4.3 AREA DE COMERCIALIZACION	15
4.4 IDENTIFICACION DE ZONAS	16
4.4.1 LOCALIZACION DE CULTIVOS	16
4.5 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	16

4.5.1 PLANTA DE PRODUCCION	17
4.5.2 OFICINA DE AREA DE CULTIVOS	17
4.5.3 OFICINA DE PLANTA DE PRODUCCION	17
4.5.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	18-20
4.6 CARACTERISTICAS DE EXPORTACION E IMPUESTOS DE LA SABILA	21
4.6.1 INSPECCION CONTROL Y CERTIFICACION	22
4.6.2 OBTENCION DE PERMISOS FITOSANITARIOS	22
4.7. CADENA DE VALOR	23
4.8 PRODUCTOS	24
4.8.1 INTRODUCCION DE NUEVOS PRODUCTOS	24
4.8.2 JUGO DE PENCA DE SABILA CON FRUTAS	25
4.8.3 GEL DE SABILA	25
4.9 MERCADOS	25
CAPITULO V: AREA DE CULTIVOS	26
5.1 EL TERRENO	26
5.2 MANEJO DEL CULTIVO Y CUIDADOS	26
5.3 PREPARACION DEL TERRENO	26-27
5.3.1 FERTILIZACION Y RIEGO	27
5.3.2 COSECHA Y POSCOSECHA	27-28
5.4 CONSIDERACIONES PARA EL MANEJO FITOSANITARIO	28-29
5.5 ANALISIS DE IMPACTO AMBIENTAL	30
CAPITULO VI: PLANTA DE PRODUCCION	31
6.1 CONTROL DE CALIDAD SABILA	31-32
6.2 LAVADO DE LA SABILA	32
6.3 LIMPIEZA Y CORTE	33
6.4 FILETEADO	33
6.5 ALMACENADO EN TANQUES	33-34
6.6 TRANSPORTE EN CONTENEDOR REFRIGERADO	34
6.7 MEJORA DE PROCESOS	35

6.7.1 PROCESO ACTUAL	35
6.7.2 PROCESO MEJORADO	36
6.7.3 RUTA CRÍTICA	37-38
CAPITULO VII: ESTUDIO DE MERCADO	39
7.1 MERCADO DE LA EMPRESA	39
7.2 ESTUDIO DE MERCADO DE LA SABILA VS DERIVADOS DE SABILA	39-41
7.3 CARACTERISTICAS DEL MERCADO	42-43
7.4 ANALISIS DE LA OFERTA	43
7.4.1 PRINCIPALES COMPETIDORES	44-45
7.5 ANALISIS DE LA DEMANDA	46-47
7.5.1 SEGMENTACION	48
7.5.2 TENDENCIAS DE CONSUMO	48
7.5.3 ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LA COMPRA	48
7.5 ESTUDIO DE PRECIOS	49
7.5.1 ESTUDIO DE COMERCIALIZACION	49-50
7.5.2 CANALES DE DISTRIBUCION	50-51
CAPITULO VIII: ANALISIS FINANCIERO	
8.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	52-59
8.2 FLUJOS DE EFECTIVO	60-62
8.3 INDICES FINANCIEROS	63
CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFIA	

CUADROS

CUADRO #1 EXPORTACIONES DE INGREDIENTES NATURALES DEL ECUADOR	40
CUADRO#2 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ELABORADOS	41
CUADRO#3 PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES, IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE SABILA	42
CUADRO#4 PRINCIPALES PROVEEDORES DE SABILA Y DERIVADOS	43
CUADRO#5 CIFRAS IMPORTACION DE SABILA	46
CUADRO #6 IMPORTACION DERIVADOS DE SABILA	47
CUADRO #7 PRECIOS PRODUCTOS DE SABILA	50

ANEXOS

FOTOS PLANTACIONES COLONCHE LINE	66
DIAGRAMA PROCESO CERTIFICACION	67
FOTOS DE PRODUCTOS ELABORADOS	68
PLANTA DE PROCESO	69
ANALISIS FODA DE LOS COMPETIDORES	70

INTRODUCCIÓN

LA SÁBILA EN EL SECTOR COLONCHE

Colonche, es una parroquia rural del cantón Santa Elena, Provincia del Guayas, en el Ecuador, con una población de 24.638 habitantes. Está ubicada en el Km 38 de la vía Palmar entrando a la derecha aproximadamente 3 km por una vía secundaria. Consta de un clima seco, su temperatura promedio anual es de 25 grados centígrados.

Posiblemente por su situación geográfica totalmente alejada de los principales centros poblacionales y de comercio no ha logrado desarrollarse adecuadamente y permanece en una situación casi de abandono.

Se caracteriza por su amplia trayectoria en el trabajo de la madera y cuya principal fuente de ingreso es el cultivo de aloe vera, llegando a contar casi con 700.000 plantas activas, a la que se conoce comúnmente con el nombre de “Sábila” obteniéndose productos medicinales y cosméticos de alta calidad.

El sector trabaja con un producto 100% natural, ya que el cultivo es en tierras vírgenes sin el uso de ningún fertilizante o químicos. Es por esto que se garantiza un crecimiento no acelerado de las plantas.

El ecosistema no se ve afectado y responde a todas las exigencias de una producción de primer orden cumpliendo con los requisitos que se exigen en el mercado internacional para su exportación.

El creador de esta pequeña empresa fue el padre Bertram Wick, sacerdote suizo con visión emprendedora, que fue nombrado párroco de la Iglesia católica de Colonche en 1994¹.

En los siguientes años el sacerdote buscó a través de un sinnúmero de ensayos de cultivos verificar los más idóneos para esta zona semidesértica de Colonche. Se hicieron intentos con hortalizas, frutas como: papaya, piñas, uva, maracuyá etc.

Empezando así las plantaciones de sábila (aloe vera) en el año 2005, se empezó con 16 hectáreas de sembrío generando empleo y seguridad económica a muchos campesinos y campesinas.

No solo se dedicaron al sembrío de sábila sino también al de yuca, soya, etc.

La vida del párroco no solo consistía en administrar y dirigir el negocio sino también en la asistencia y dirección espiritual de los feligreses - en más del 90 % católico y en el esfuerzo continuo por conseguir condiciones de vida más humanas, se encargaba de dar clases a los niños y charlas².

La empresa ubicada en el sector de la "Bajada" de Colonche trabajaba conjuntamente con la empresa Ecuatoriana Agro-Oficial que compraba la materia prima del aloe vera, para ellos encargarse de la elaboración de jugos naturales y también se exportan cristales de aloe vera en contenedores para Suiza.

Dado estos avances y motivación consiguieron un mejoramiento de las condiciones de vida del sector una estabilidad temporal.

¹Fuente: http://www.aloevera-ecuador.org/aloe_vera_span.htm

²<http://www.expreso.ec/ediciones/2009/05/12/servicios/el-champu-de-sabila-del-cura-bertram/default.asp?fecha=2009/05/12>

SITUACIÓN ACTUAL

Por complicaciones de tiempo del padre Bertram Wick y su necesidad de permanecer más tiempo en Guayaquil, se delega a cargo de la administración y cuidado de las tierras incluyendo todos los procesos en Colonche a 3 representantes que son las hermanas misioneras que dividen sus labores en:

Una se encarga de la parte del cultivo y producción de la sábila verificando y guiando a todos los campesinos para que cumplan sus funciones y cuidando que el producto crezca sano, evitando las plagas, regando el agua y cortando las malezas que suelen aparecer rápidamente. También dedica parte de su tiempo a dar catequesis e instrucción académica a los niños del sector.

La otra hermana por otro lado, se encarga de todo el proceso de producción, trabajando conjuntamente con campesinos y campesinas del sector. Ellos se encargan de limpiar el producto y del empaque del producto (el cristal de la sábila) hasta su distribución final. Después de esto ella en su pequeño laboratorio se encarga del desarrollo de los productos derivados de sábila que son:

Shampoo, rinses, cremas para el día y para la noche, bálsamos, gel y gel reparador.

Y por último la tercera hermana, que se encarga de todo el proceso de la logística, costos, gastos e ingresos de todo lo que se labora en el sector Colonche, es por esto que ella trabaja directamente en Guayaquil y se comunica directamente con el comprador en el exterior y realiza los arreglos de transporte, cantidades y precios.

Colonche line deja de trabajar con la empresa ecuatoriana Agro-Oficial porque esta alego que ya que no necesitaban más del producto. Actualmente solo se exporta a Suiza por medio de la iglesia.

Actualmente se exporta 1 contenedor al año con 22 toneladas de cristales de sábila.

En este último año se trabaja únicamente con 6 hectáreas de sábila ya que por falta de demanda tuvieron que reducir las aéreas de cultivo para no generar más gastos por la falta de compradores del producto.

Como hemos detallado, nos damos cuenta la Sábila es quizás una de las plantas con mayor aplicabilidad en todos los ramos de la vida cotidiana por ende el planteamiento y realización del presente Plan de Negocios se apoya fundamentalmente en la participación directa de los actores que forman la comunidad, haciendo así posible que sean ellos los sujetos de su propio desarrollo y para que sus productos sean conocidos en nuevos y potenciales mercados.

Identificando, coordinando y mejorando todos los procesos con el fin de maximizar la eficiencia y producción.

Observando y considerando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector, tomando en cuenta que es un proyecto de desarrollo integral que está vigente y sigue en marcha a pesar de la falta de planeación y evaluación sistemática de todos los factores esenciales para los fines y objetivos del negocio.

No solamente se basa en conseguir un crecimiento económico sino también buscar la optimización de la agricultura del sector y ayudar a sus habitantes ya que el sector de Colonche tiene un 98% de índice de pobreza.

Es por esa razón que aparece la necesidad de investigación e importancia del proyecto.

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. OPORTUNIDAD

La empresa Colonche Line es un pequeño modelo de negocio comunitario que se dedica a la producción, venta y exportación de sábila. La misma que maneja una estructura organizacional y empresarial muy precaria, es por esto que hemos decidido desarrollar un plan de negocios para potencializar las fortalezas y mejorar los procesos administrativos, operativos y convertir esta unidad de negocios en una exportadora de éxito, que satisfaga las necesidades del cliente y se adapte a la demanda del mercado, estando a la vanguardia e innovando sus productos según se requiera.

Adicionalmente aprovechar las oportunidades de mercado y otras ventajas competitivas que tiene la empresa al contar hectáreas de cultivos propios, mano de obra con bajo costo y con experiencia lo cual hace que el monto de la inversión se destine únicamente para mejorar la infraestructura operativa para tecnificar los procesos de producción y por ende mejorar la calidad de los productos y poder competir en el mercado.

1.2. JUSTIFICACION

El proyecto está dirigido aplicar conceptos de reingeniería y calidad total en la modelación de una empresa para la transformación de un negocio precario en una exportadora de éxito.

Adicionalmente mediante este proyecto se intenta abrir nuevos mercados en el exterior para la exportación de productos derivados de sábila que son elaborados artesanalmente con sábila 100% orgánica certificada procedente del Sector Colonche, producidos por la empresa Colonche-Line que es una empresa sin fines de lucro, debido a su naturaleza formada para ayudar a los moradores del sector que sufren de extrema pobreza y a través de la venta de estos productos trata de mejorar sus condiciones de vida.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 GENERALES

Elaborar un Plan de Negocios para la empresa Colonche Line para la exportación de productos derivados de sábila a los mercados internacionales de la industria cosmética y farmacéutica.

1.3.2 ESPECIFICOS

Diseñar una estrategia de mercado para lograr un mayor crecimiento de las exportaciones.
Mejorar los procesos Administrativos, Financieros y Operativos para un funcionamiento más eficiente.

CAPITULO II : MARCO TEORICO

2.1 PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocio, también llamado plan de empresa, es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de una empresa, incluyendo temas como el modelo de negocio, el organigrama de la organización, la fuente de inversiones iniciales, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa y su plan de salida. Generalmente se considera que un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocio razonable, que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas³.

Generalmente es formulado por emprendedores cuando tienen la intención de iniciar un negocio. En ese caso, lo emplean internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores (p. ej. los business angels o las empresas de capital riesgo), para que aporten financiación al negocio⁴. Además permite que los nuevos emprendedores se apropien del tema de su negocio, sin necesidad de buscar un administrador de empresas que lo haga, ya que el mismo lo puede modificar cuando crea que le puede anexar algo novedoso a su idea de negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

³ Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio

⁴ Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio

Usualmente los planes de negocio quedan caducos, por lo que una práctica común es su constante renovación y/o actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.⁵

El Plan de Negocio es un documento estratégico con dos funciones fundamentales:

1. Determinar la viabilidad económico- financiera del proyecto empresarial.
2. Va a suponer la primera imagen de la empresa ante terceras personas.

Las principales aplicaciones que presenta un Plan de Negocio son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Puede facilitar la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.

⁵ Fuente: Como Diseñar un plan de negocios, Graham Friend y Stefan Zehle

CAPITULO III: DEFINICIÓN DEL PROYECTO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se enfoca en la elaboración de un plan de negocios para la exportación de productos derivados de sábila hacia los mercados internacionales, tomando como punto de partida la empresa y línea de productos Colonche- Line; la cual opera en una pequeña comunidad de La provincia de Santa Elena, específicamente en el cantón Colonche .

Comenzaremos por elaborar un plan detallado de negocios, orientándonos en la reorganización estructural de la empresa como es la parte administrativa y financiera para darle un mejor manejo a los recursos. Como segundo punto diseñar un plan de marketing e investigación de mercados para proyectar mejor los productos al exterior, conseguir nuevos y mercados alternativos para la colocación de los productos existentes y a su vez adaptar los productos existentes o crear nuevos según los requerimientos del mercado.

Adicionalmente está planeado tecnificar los procesos de producción por medio de la compra de maquinaria, para mejorar la producción y calidad del producto mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional.

Finalmente conseguir los registros sanitarios, fitosanitarios y demás requerimientos de exportación para colocar nuestro producto en el extranjero.

3.1 ALCANCE DEL PROYECTO

La idea del plan de negocios para esta empresa está dirigida a analizar todas las áreas que conforman la misma, examinar el desempeño de cada una y medir los resultados con los cuales se pueden obtener patrones para determinar los puntos que se deben reforzar, mejorar o cambiar en orden de lograr ser más eficientes y productivos.

Por lo cual el plan de negocios abarca la creación de nuevos procesos, productos y departamentos, los cuales serán implementados en la marcha del negocio según las necesidades y esto beneficiara de forma directa al rendimiento y desempeño de la empresa.

Lo que se quiere lograr es un cambio total en la estructura de la empresa y convertirla en una exportadora de éxito.

3.1 APLICACIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS EN LA EMPRESA

La aplicación del plan de negocios se hará especialmente en el área de marketing y comercialización que son dos de los puntos más importantes para el desarrollo de la empresa. Con relación al marketing, lo que se quiere lograr es proyectar la marca de nuestros productos tanto en el mercado interno como externo realizando campañas de publicidad y colocando nuestros productos en los principales centros de consumo como son farmacias y supermercados mediante alianzas estratégicas, de la misma también realizar gestiones con organizaciones o clubes dedicados a la ayuda social para que ayuden a vender nuestros productos ya que la finalidad de la empresa es ayudar a mejorar la calidad de vida los moradores del sector de Colonche .

Como segundo punto se realizara una estrategia comercial para expandir el mercado actual que posee la empresa buscando alternativas de penetración aprovechando la entrada que tenemos en Suiza que es al país al que actualmente se exporta el producto, se puede enviar muestras de nuestro producto o gestionar la comercialización a través de ONGs que apoyan a este tipo de empresas que buscan un fin social.

3.1 REINGENIERIA EN PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS

La reingeniería constituye una recreación y reconfiguración de las actividades y procesos de la empresa, lo cual implica volver a crear y configurar de manera radical él o los sistemas de la compañía a los efectos de lograr incrementos significativos, y en un corto período de tiempo, en materia de rentabilidad, productividad, tiempo de respuesta, y calidad, lo cual implica la obtención de ventajas competitivas⁶.

Debe distinguirse claramente entre la reingeniería de procesos, la cual implica cambios radicales en el “cómo se hacen las cosas”, en contraposición a la reingeniería de negocios, la cual tiende a un cambio radical y total en la estrategia, yendo mucho más allá del “como” para implicarse también en “que se produce” (u ofrece), y en “a quién se ofrece”.

Concentrar la atención en el enriquecimiento de las actividades y procesos generadores de valor agregado para los clientes finales, reduciendo y eliminando aquellas que no lo generan.

Implantar tanto el trabajo en equipo, como el empowerment⁷, y la gestión participativa, logrando de tal forma el incremento en la calidad, productividad y flexibilidad, como así también aplanando la estructura organizacional. Un equipo de alto rendimiento cuida de no excluir a nadie que pueda aportar algo al proyecto o proceso bajo su responsabilidad, en todas las etapas del proceso administrativo o productivo.

Implantar la Organización de Rápido Aprendizaje como forma de acelerar los cambios y promover la innovación.

Fomentar y lograr la participación plena y activa de la totalidad del personal a los efectos de eliminar la resistencia al cambio y acelerar el proceso de aplicación de las modificaciones. Las organizaciones que emprenden los programas de reingeniería deben abrir espacios

⁶ Fuente:<http://www.mitecnologico.com/Main/ReingenieriaDeProcesos>

⁷ Empowerment: significa potenciación o empoderamiento que es el hecho de delegar poder y autoridad a los subordinados y de conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo

destinados a la participación, lo cual constituye en requisito esencial para los mismos.

Concientizar a todos los niveles de la empresa acerca de la necesidad de recrear y reconfigurar los procesos y sistemas, a los efectos de recuperar, conservar, obtener y/o ampliar las ventajas competitivas de una empresa para su éxito.

Generar el cambio en la forma de liderazgo y motivación, de manera tal de que éstas acompañen tanto los cambios del entorno, como la nueva forma de enfocar los procesos.

El proceso de reingeniería comienza con una preparación para el cambio, de la cual participan por un lado la alta dirección, y por otro la fuerza de trabajo. La alta dirección explora el proceso de reingeniería a los efectos de:

Educar a la dirección sobre el proceso de reingeniería y la necesidad de cambiar.

Crear un comité de dirección de reingeniería.

Y, desarrollar un plan inicial de acción.

En tanto que se prepara a la fuerza de trabajo para el compromiso y el cambio.

En una segunda fase se procede a planear el cambio, creando para ello una visión y una misión estratégicas para la organización. Ello comprende en primer lugar identificar las competencias esenciales, desarrollando a posteriori una declaración de visión y otra de misión, determinando por último los principios rectores que la han de guiar.

Fijadas la visión, misión y principios rectores estamos en condiciones de realizar un plan estratégico y sobre éste planes anuales de operaciones, de forma tal de dar base y sustento a la tercer fase constituida por el rediseño de los procesos.

Rediseñar los procesos implica:

Primero: identificar los procesos actuales de la empresa.

Segundo: establecer el alcance del proceso y el proyecto de diagramación.

Tercero: combinar y analizar el proceso.

Cuarto: crear el proceso ideal. Ello implica describir el proceso ideal, comparándolo a posteriori con el proceso actual, y evaluando las diferencias.

Quinto: probar el nuevo proceso.

Sexto: implantar el nuevo proceso.

Por último, en la cuarta y última fase se procede a evaluar los resultados conseguidos, realizando los ajustes que se requieran tanto al proceso rediseñado, como a los procedimientos de reingeniería puestos en práctica.

CAPÍTULO IV: LA EMPRESA COLONCHE

4.1 MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Elaborar productos de alta calidad con sábila 100 % orgánica para exportarlos al mercado internacional y satisfacer la demanda de productos orgánicos libres de componentes químicos y consolidarnos como empresa pionera en exportar productos naturales.

VISIÓN

Proyectar nuestros productos derivados de sábila tanto en el mercado nacional como internacional, como productos de alta calidad elaborados con sábila 100% orgánica y ser reconocidos a nivel internacional.

4.2 ESTRUCTURA LEGAL ADOPTADA

La estructura legal de la empresa está constituida como una entidad sin fines de lucro ya que su objetivo principal es ayudar a los moradores del sector de Colonche. Las entidades sin fines de lucro suelen tener la figura jurídica de asociación, fundación, mutualidad o cooperativa (las cooperativas pueden tener o carecer de ánimo de lucro) y por lo general reinvierten el excedente de su actividad en obra social. De tal manera no están obligadas a pagar el impuesto a la renta.

4.3 DIVISIÓN DE LA EMPRESA

La empresa está dividida en tres grandes áreas:

- Operaciones
- Producción y
- Comercialización

4.3.1 AREA DE OPERACIONES

Área encargada del cuidado, siembra y cosecha. De igual manera es responsable del abastecimiento, control de calidad de la materia prima y transporte de la misma desde las plantaciones hasta la planta de proceso.

4.3.2 AREA DE PRODUCCIÓN

Área encargada de realizar un segundo control de calidad, selección de materia prima, para luego continuar con el proceso de industrialización para la obtención del gel de sábila que luego será utilizado para la fabricación de los diferentes productos. También abastecer suficiente cantidad de materia prima y llevar registros de la producción y elaborar inventarios de productos.

4.3.3 AREA DE COMERCIALIZACIÓN

Esta área estará dividida en dos segmentos: el departamento de marketing, publicidad y mercados que será el encargado de proyectar la imagen del producto dentro y fuera del país, conseguir mercados, futuros compradores y realizar alianzas estratégicas para la venta del producto. Y como segundo el departamento de ventas y cobranzas que se hará cargo de la venta directa, distribución y cobranzas de los productos de la empresa.

4.4 IDENTIFICACIÓN DE ZONAS

Las zonas identificadas como propicias para el cultivo de la sábila son terrenos desérticos o semidesérticos, los principales cultivos de sábila se encuentran localizados en Santa Elena, provincia del Guayas, que posee la mayor superficie de sábila llegando a contar con casi 700.000 plantas activas. Adicionalmente se hayan localizados cultivos en la provincia de El Oro y Manabí pero con menor superficie de cultivos.

4.4.1 LOCALIZACIÓN DE CULTIVOS

El sector de Colonche posee las características de suelo y condiciones climáticas más adecuadas para el cultivo de sábila, por tal razón las plantaciones de sábila se encuentran ubicadas en el sector denominado “La Bajada” en Colonche, Provincia de Santa Elena con una extensión de tierra de aproximadamente 20 hectáreas, de las cuales actualmente 6 hectáreas se encuentran en perfectas condiciones y sirven de abastecimiento como materia prima para la producción.

4.5 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La estructura organizativa del trabajo que tiene la empresa influye en la forma en que se desarrollan las actividades, procedimientos, trámites entre otras, por lo cual se adoptara estructuras horizontales que faciliten el trabajo en equipo y haga más sencillo la toma de decisiones.

La organización empresarial corresponde al proceso de la organización, de los recursos humanos, financieros y materiales de los que dispone la empresa para alcanzar los objetivos deseados.

4.5.1 PLANTA DE PRODUCCIÓN

La planta de producción estará ubicada en el área de Colonche a unos 5 kilómetros de los cultivos de sábila, donde se extrae el cristal de sábila que es la materia prima para nuestros productos. Para su mejor administración y control se ha dividido en dos partes.

4.5.2 OFICINA DE AREA DE CULTIVOS: Esta oficina se encargada de la supervisión de todas las áreas de cultivos que se encuentren sembradas por la empresa, se encargara del cuidado y mantenimiento adecuado para que se desarrollen las plantaciones. Y adicionalmente estará encargada de contratar el personal necesario para la época de post cosecha y cosecha.

4.5.3 OFICINA DE PLANTA DE PRODUCCIÓN: La segunda oficina será la encargada de dirigir y mantener el proceso de elaboración del producto final con todos sus detalles. De esta manera dirigirá a los obreros que se encuentran trabajando en la planta. También estará encargada del mantenimiento y buen estado de las maquinarias. De la contratación y desenvolvimiento de los empleados.

4.5.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La estructura de la empresa está dada de la siguiente manera:



CARGOS Y FUNCIONES

CARGO	PERFIL PROFESIONAL	FUNCIONES
PRESIDENTE	Posee la autoridad máxima y dirección de la empresa.	El encargado de presidir a las gerencias de segundo grado y tercer grado
GERENTE GENERAL	Debe ser un profesional que tiene amplio conocimiento y experiencia.	Administrar a las gerencias de tercer grado. Encargado de los fondos de la empresa, firma como representante legal.
GERENCIA ADMINISTRATIVA	Debe ser un profesional en administración de empresas principalmente agropecuarias, con gran experiencia en contabilidad, de recursos humano y finanzas.	Llevar la contabilidad general e informar al gerente general

Finanzas	Personal graduado como economista y con experiencia	Trabajar en asociación con el Contador.
Contabilidad	Debe ser un profesional graduado como Contador Público Autorizado CPA que pueda hacer los trámites respectivos	Llevar contabilizado los ingresos y egresos de la empresa. Informar al Gerente General la situación económica de la empresa
GERENTE DE PRODUCCIÓN	Debe ser un profesional con amplia experiencia en manejo del cultivo de la Balsa y sus derivados, además debe poseer conocimientos sobre la preservación del ecosistema y como no afectar al mismo.	Conocer el estado de la producción tanto en campo como en el sector industrial Ordenar al sector productivo. Administrar la mano de obra establecidas
Jefe de Campo	Profesional de la rama de Ing. Agropecuario con mención en Gestión Empresarial. Conocer acerca de las normas ambientales.	Realizar proyectos para mejorar la producción Organizar los labores culturales de campo. Evaluar cantidad de plagas.
Jefe de Personal	Personal capacitado por el Ing. del área	Encargado de realizar los trabajos puesto por el ingeniero. Evaluar el trabajo del personal
Supervisor de bodega	Personal capacitado por el Ing. del área, para el excelente almacenamiento del producto.	Encargado de llenar inventario. Informar el inventario a gerencia de producción

Obreros	Personal eficiente en el trabajo diario	Obedecer la metodología de la empresa.
GERENCIA DE VENTAS	Debe ser un profesional especializado en marketing y ventas.	Estrechar vínculo con el exterior Dar informe a la sección de producción Estudiar el mercado (oferta y demanda) Comercializar la producción buscando mejor oferta tanto nacional como internacional.
Comercialización	Personas capacitado por el Ing. de ventas	Hacer los trámites de facturación y permisos de exportación para comercialización de nuestro producto
Marketing	Personal especializado en Marketing y Publicidad	Encargado de ofrecer el producto y darle el plus y Premium al mismo
Mercadeo	Debe ser una persona graduada en Comercio Exterior	Buscar otros mercados, nacionales e internacionales. Elaborar estrategias de mercado basado en un estudio

4.6 CARACTERISTICAS DE EXPORTACIÓN E IMPUESTOS DE LA SÁBILA Y DERIVADOS

Las características para la exportación dependerán del estado en que los productos van a ser exportados, en estado de cristales de sábila, se necesita un empaque especial y ser transportado en un contenedor frío para que se mantenga en óptimas condiciones.

De otra manera cuando se trata de productos elaborados como crema, gel, champú u otros, se envía en cajas pequeñas con el logo de la empresa, empacadas y selladas de un peso de no más de 15 kilos por caja para que se facilite la transportación de las mismas.

Para exportar la sábila como producto 100 % orgánico se necesita la certificación de plantación orgánica, que se obtiene a través de agencias certificadoras europeas, norteamericanas y latinoamericanas que tienen representación en el país. Las primeras certificaciones orgánicas datan de 1994. Las certificadoras activas en el país son BSC (alemana 70 – 80 % del mercado de certificación en el Ecuador), OCIA (EEUU), Biolatina (5 países sur y centroamericanos), Ecocert (Francesa) y Naturaland (Alemana)⁸.

La sábila se exporta bajo la partida arancelaria **13.02.19.00.00**

Capítulo 13 Gomas, Resinas y Demás jugos y extractos vegetales.

Partida 02 Jugos y extractos vegetales, materias pecticas, pectinatos y pectatos; agar-agar y demás mucílagos y espesativos.

Subpartida 19. 00.00 Los demás jugos y extractos vegetales.

Cada país tiene su sistema de seguridad ambiental, aranceles e impuestos y de acuerdo al país que exportemos la sábila necesitamos obtener los permisos en el país y al país que vamos a exportar

⁸ <http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/organicos/certificadoras/principal.htm>

4.6.1 INSPECCIÓN, CONTROL Y CERTIFICACIÓN

La exportación de un producto agrícola fresco de un país a otro, está limitada por plagas y enfermedades que este pueda introducir al país de destino. Si el país exportador tiene plagas o enfermedades atacando un producto, este producto al ser exportado puede llevarlas a otro país donde están no existen, entonces estará prohibida la importación de este producto por parte del país importador.

El control es el proceso continuo de supervisión del cumplimiento de las normas a una unidad sometida al sistema obligatoria de control y como tal puede incluir medidas como el muestreo en el mercado.

La certificación como resultado del proceso de calificación de los procedimientos y/o productos, se basa en la verificación del cumplimiento de las normas definidas. **(Ver anexo # 2 Proceso de Certificación Orgánica)**

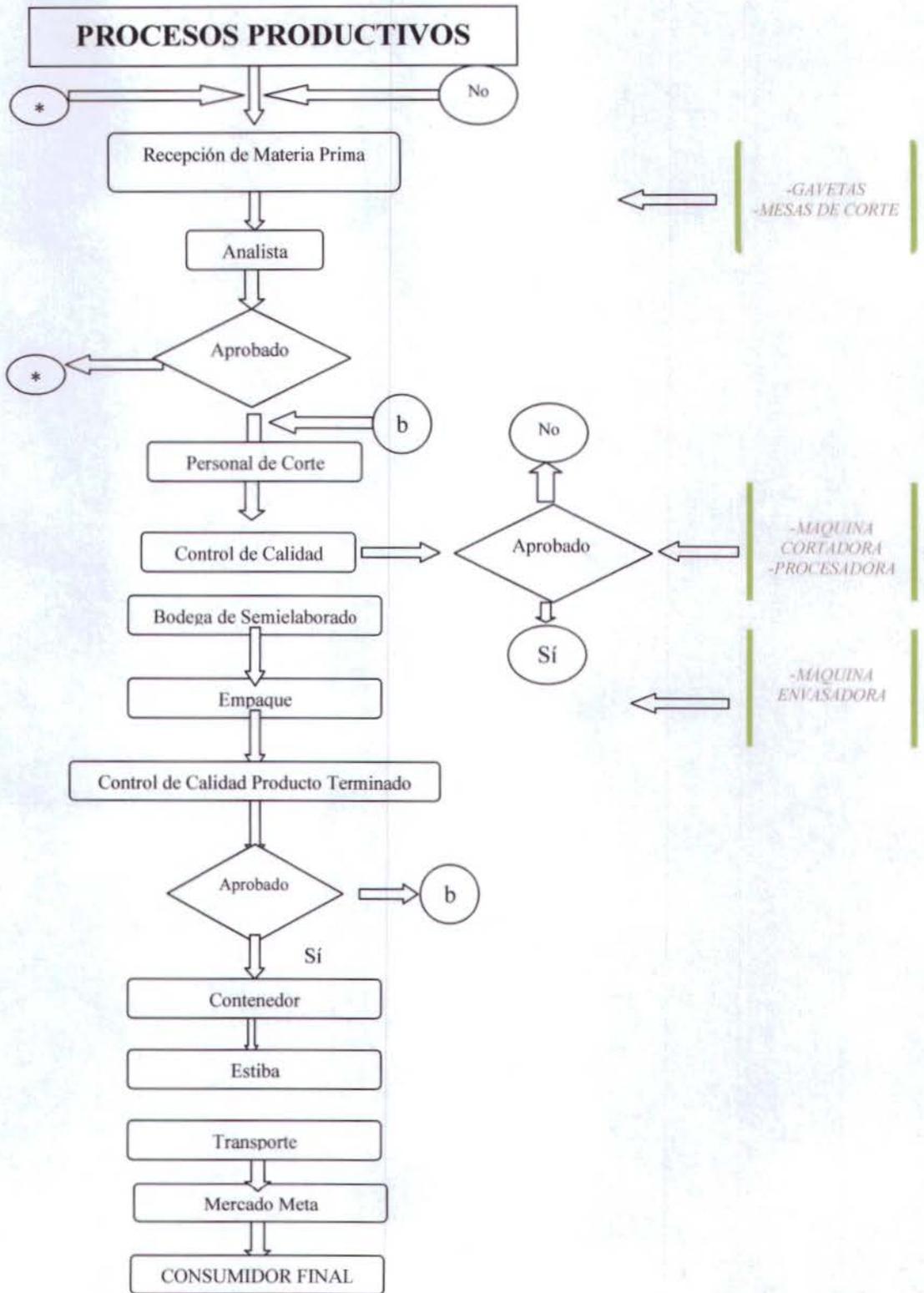
4.6.2 OBTENCIÓN DE PERMISOS FITOSANITARIOS

La exportación de un producto agrícola fresco de un país a otro, está limitada por plagas y enfermedades que con este puedan introducir al país importador. Si el país exportador tiene plagas o enfermedades atacando un producto, y este producto al ser exportado puede llevarlas a otro país donde están no existen, entonces estará prohibida la importación de este producto por parte del país importador.

El organismo encargado de emitir los permisos fitosanitarios es AGROCALIDAD (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro) cuya misión es precautelar la sanidad vegetal para prevenir la introducción y combatir la diseminación de plagas⁹. La cual mediante un análisis del producto o muestra del mismo, se encarga de determinar y emitir el certificado fitosanitario de que el producto está libre de plagas y puede ser exportado libremente al mercado internacional.

⁹ <http://www.agrocalidad.gov.ec/inocuidad/inocuidad.php>

4.7. CADENA DE VALOR



4.8 PRODUCTOS

Dentro del proyecto Coloncheline, existe actualmente una línea de productos, que se comercializan dentro de mercados Europeos Suiza, Holanda y Alemania.(Ver anexo #3 Línea de productos)

Esta línea se encuentra clasificada en:

- Cosméticos: Cremas de Manos, Body lotions
- Productos de Aseo Personal: Shampoos, Jabones.
- Jugo Concentrado de Aloe Vera con un bajo contenido de limón.

A continuación se detalla el porcentaje de concentración sábila en cada producto:

• Shampoo	10 %
• Rinse	10%
• Cremas de Día y Noche	20%
• Bálsamo	20%
• Gel	20%
• Gel Reparador	80%

4.8.1 INTRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

Dentro del proyecto está planeado diversificar el mercado para llegar a más consumidores ofreciendo la sábila en diferentes productos y presentaciones como:

4.8.2 JUGO DE PENCA DE SÁBILA CON FRUTAS

Elaborar una bebida de jugo natural concentrado 100 % de sábila licuado con frutas naturales, que gracias a las múltiples bondades y propiedades hacen de esta una bebida saludable.

El producto, será vendido a mayoristas y minoristas. Tiene dos formas de presentación, de ½ galón y de 750 mlts. La unidad de empaque para el producto de ½ galón es para los mayoristas de 12 unidades por empaque y para los minoristas es de 6 unidades de empaque.

4.8.3 GEL DE SÁBILA

Será ofrecido a mayoristas y minoristas en canecas de 20 y 10 litros cada una.

Adicionalmente está planeado desarrollar nuevos productos acorde a la demanda y oportunidades que se presenten en el mercado. Existe un sin número de productos que se pueden realizar a partir de sábila debido a las múltiples bondades y propiedades curativas que posee la sábila

4.9 MERCADOS

El principal mercado de la empresa es Europa, específicamente una compañía Suiza por vinculación directa debido a que la persona que dirige la empresa es hermana del padre Betran Wick quien es el fundador de la empresa Colonche Line, a la cual se envía la materia prima, la cantidad que se envía es uno o dos contenedor anualmente con 22 toneladas de cristal de sábila que luego es procesada y convertida en productos elaborados de sábila.

CAPITULO V: AREA DE CULTIVOS

5.1 EL TERRENO

Las características del medio físico para este cultivo son regiones tropicales y subtropicales, también se puede encontrar en regiones desérticas y semidesérticas con temperaturas cálidas. La sábila está adaptada a tolerar calor y es muy resistente a las plagas y a la falta de agua.

5.1.1 MANEJO DEL CULTIVO Y CUIDADOS

El cultivo de sábila se realiza en suelos pobres soleados arenosos a franco-arenosos y calcáreos, con muy buen drenaje. Se encuentra en clima tropical a subtropical sin heladas ya que han experimentado danos por bajas temperaturas que se expresan como cambios de color de la epidermis.

Se cultiva en alturas desde 20 hasta 2500 metros a nivel del mar, esta planta prolifera mejor en clima seco con precipitación de 400 a 2500mm/año, humedad relativa de 65 a 85 %, temperaturas de 18 ° a 40° C. Las plantas adultas florecen entre Septiembre y Abril, manteniéndose por aproximadamente tres meses. La sábila se propaga mediante retoños de sus raíces (estolones, conocidos también como hijuelos), aunque puede lograrse por semillas pero en forma algo dificultosa y lenta.

5.1.2 PREPARACIÓN DEL TERRENO

Según los principios de agricultura ecológica, se busca que las prácticas de preparación del terreno mantengan o mejoren la calidad del suelo en la medida que permitan conservar su estructura y mejorar disponibilidad y la absorción de nutrientes. Para lograr esto es necesario vigilar que se mantenga la riqueza biológica del suelo y se conserve la humedad.

Las prácticas más utilizadas en agricultura ecológica son la labranza mínima y el uso de implementos adecuados que no deterioren la estructura del suelo y permitan su oxigenación; se recomienda usar coberturas verdes o de hojarasca y desechos de cosechas que, entre otros beneficios, evitan el recalentamiento, conservan la humedad y previenen la erosión. La adición de sustancias como hongos, bacterias o minerales que mejoren los procesos físico-químicos y la interacción de la planta con el suelo es otra de las prácticas usadas y está relacionada también con procesos de fertilización.

5.1.3 FERTILIZACIÓN Y RIEGO

La fertilización es conveniente y se emplea abonos orgánicos de diferentes clases como el desecho de maíz o las mazorcas que son esparcidas en el suelo y de la descomposición natural restauran y proporcionan nutrientes a la tierra. Adicionalmente se utiliza algunos otros compost¹⁰ confeccionados naturalmente.

Es también apropiado efectuar riegos espaciados, en ausencia de precipitaciones, aunque cuidando que el agua no se acumule, dada la susceptibilidad de esta planta al exceso de agua. En temporada post cosecha se tiene que realizar riego manual de los sembríos de dos a tres veces por mes par cuando se realice la cosecha la sábila este en perfectas condiciones.

5.1.4 COSECHA Y POSCOSECHA

En el momento de la cosecha, el productor ecológico debe tener en cuenta cuidados especial para prevenir la contaminación del producto cosechado. El producto no debe mezclarse con productos convencionales. En los lugares de acopio en el campo y en el uso de contenedores, cajas o costales se debe tener un control especial para evitar el riesgo de contaminación.

¹⁰ Compost: Producto de la fermentación prolongada de restos vegetales.

La principal recomendación en materia de manejo pos cosecha, según los distintos reglamentos, consiste en separar los productos ecológicos de los convencionales en el proceso de clasificación, empaque y almacenamiento. Adicionalmente, se prohíbe utilizar sustancias químicas para mejorar la apariencia de los productos o extender su vida útil.

En términos de la calidad de los productos ecológicos, se deben tener los mismos cuidados que requiere el producto convencional, además del cuidado en el almacenamiento y la manipulación del producto para que no exista ninguna fuente de contaminación que desvirtúe su carácter de producto ecológico. En relación con el empaque se debe tener en cuenta que la reglamentación de estos productos define condiciones y requisitos especiales para el rotulado de los productos ecológicos, con el fin de que el consumidor final pueda identificarlos fácilmente

5.4 CONSIDERACIONES PARA EL MANEJO FITOSANITARIO

Es de vital importancia el control y manejo fitosanitario de las plantaciones realizando el debido seguimiento e intervención oportuna para el tratamiento de plagas y otras bacterias. En el caso de la sábila, esto no es un problema debido a que esta es muy resistente a las plagas y otras bacterias.

Los problemas fitosanitarios incluyen las plagas (insectos), las enfermedades (hongos, bacterias, virus) y las arvenses (plantas diferentes al cultivo), organismos que hacen parte del agro ecosistema con los cuales es necesario convivir.

Por manejo fitosanitario se entiende la combinación de métodos mediante los cuales se limita el desarrollo y la infestación de las plagas, enfermedades y arvenses, hasta evitar o disminuir los daños económicos al cultivo, a la producción y al medio ambiente. Los métodos de control a emplear deben ser integrados y complementarios, es decir, que se puedan combinar entre ellos con el fin de tener una base más amplia en el control, logrando así una mayor eficiencia para limitar el crecimiento y restringir la reproducción de los fitopatógenos.

El manejo ecológico de cualquier problema fitosanitario debe contar con controles naturales, biológicos, mecánicos y culturales que sean complementarios y que permitan su integración. La agricultura ecológica establece unos preceptos para el manejo de los diferentes problemas fitosanitarios, los cuales deben ser considerados antes de establecer el cultivo o de tomar algún tipo de acción de control.

Tales preceptos son: seleccionar especies y variedades vegetales adaptadas al medio ambiente, establecer un adecuado programa de rotación de cultivos, usar medios mecánicos de control, proteger a los enemigos naturales de los parásitos mediante prácticas que los favorezcan, establecer programas de abono equilibrado, usar suelos fértiles de intensa actividad biológica, hacer asociaciones de cultivos, emplear abonos verdes, realizar preparaciones biodinámicas, hacer recubrimientos del suelo con paja y aportar materia orgánica.

La determinación y la ejecución de cualquier tipo de control deben fundamentarse en inspecciones cuidadosas y regulares de los distintos problemas sanitarios en el cultivo.

Como resultado del monitoreo se identifican los agentes dañinos y se establecen su distribución y abundancia, lo que permite manejar eficientemente el cultivo sin llegar a causar un desbalance en el medio ambiente. El conocimiento de la biología de los insectos y su dinámica, así como de su relación con otros componentes del agroecosistema, es la base del diseño y de la aplicación de procedimientos para su manejo, en el cual se deben tener en cuenta los factores bióticos y abióticos que incide sobre los insectos plaga. Adicionalmente, se puede hacer un manejo de los insectos plaga por medios mecánicos, lo cual es compatible con otras técnicas de control y es económico cuando no requiere de excesiva mano de obra. El control mecánico recurre a la remoción y destrucción manual, al establecimiento de barreras físicas y al uso de trampas para capturar insectos.

5.5 ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

La preocupación del consumidor por la seguridad de los alimentos ha llevado a incrementar la demanda de productos ecológicos, ya que éstos ofrecen una mayor seguridad en lo relativo a residuos e inocuidad. Adicionalmente, otro factor que viene incidiendo en la decisión de compra de productos ecológicos, es el relacionado con el crecimiento de una franja de consumidores que quiere contribuir a la conservación del medio ambiente apoyando una producción basada en procesos productivos naturales, que no usan de productos químicos de síntesis, mantienen la fertilidad del suelo, conservan el agua y protegen la biodiversidad, como es el caso de la producción ecológica.

Adicionalmente como la sábila es muy resistente a las plagas y bacterias no se necesita el uso de ningún químico o fertilizante que pueda contaminar el ambiente.

CAPITULO VI: PLANTA DE PRODUCCION

6.1 CONTROL DE CALIDAD

La sábila se cosecha durante todo el año. Se cosechan las hojas más adultas, es decir, las inferiores, son seis personas (agricultores) los que son destinados a la cosecha de la sábila y a su cuidado de las tierras.

El corte se realiza por lo general hacia marzo o abril, cuando finaliza la floración y el escapo queda seco y quebradizo.

Hay que tener cuidado de no dañar las hojas superiores al efectuar el corte, y de no superar el porcentaje del 10-15%, o que sea mayor al crecimiento desde la cosecha anterior.

Es mejor la calidad de la cosecha realizada sobre hojas maduras, en esta parte se consta de la ayuda de los agricultores que realizan el corte para que se vaya eliminando lo amargo de la sábila, que es la aloína esa sustancia amarillenta que esta cerca de la hoja, esto se realiza para que antes de llegar a producción este totalmente eliminado.

La fertilización es conveniente y se aconseja emplear abonos orgánicos, siempre se tiene en cuenta el crecimiento de la maleza o plantas dañinas para cortarlas y evitar que dañen el nacimiento de la sábila.

Es también apropiado efectuar riegos espaciados, en ausencia de precipitaciones, aunque cuidando que el agua no se acumule, dada la susceptibilidad de estas plantas a su exceso. Para la obtención de materia médica se aconseja utilizar plantas que tengan más de dos años de sembrada.

Por último una vez que ya está bien crecida la sábila se seleccionan las mejores para ser utilizadas para la producción.

La sábila es transportada en camiones que son contratados para que realicen cinco cargas en el día, es transportada desde las plantaciones hasta la planta de procesamiento, se realizan cinco viajes debido a que no se puede embarcar todo el producto porque al igual que otras plantas, el Aloe Vera al ser cortado de la planta comienza su proceso de oxidación, tiende a perder sus vitaminas, minerales, en definitiva a descomponerse. Por ello es necesario que después de cortar el Aloe vera se siga un proceso de estabilización correcto.

6.2 LAVADO DE LA SÁBILA

Después de realizar el debido cuidado de la sábila se recoge el producto y se lo lleva hacia el área de producción.

El lugar de producción es un área que se encuentra debidamente cerrada por mallas plásticas para evitar la contaminación y la entrada de algún insecto y adicionalmente consta de las herramientas especiales para poder realizar el proceso.

Una vez que llega el producto en pencas, al área de producción se vuelven a separar realizando nuevamente un control de calidad eligiendo las que se encuentren en mejores condiciones ya que en el trayecto de transporte desde el área de cultivo hacia el área de producción se pueden estropear algunas siendo ya inadecuadas para la exportación.

Se van colocando las hojas más o menos divididas en un cesto expuesto a la acción del agua caliente, la cual extrae todas las sustancias solubles que luego se separan por evaporación, se le puede agregar un poquito de cloro para que la limpieza sea 100% efectiva.

6.3 LIMPIEZA Y CORTE

Luego de la limpieza se sacan las hojas del cesto, se las ubica en las 6 mesas de acero inoxidable que posee las instalaciones, para comenzar con el procedimiento de corte de los extremos de la sábila que es donde se encuentran las espinas, para esto se necesita de la ayuda de los campesinos, que son 10 personas capacitadas que se tiene destinada para este proceso de lavado y corte(Ver Anexo #4 Galpón de proceso).

Ellos tienen guantes especiales para poder realizar el corte de todos los extremos de las sábilas con unas cuchillas especiales dejándolas preparadas para el siguiente paso.

6.4 FILETEADO

Después que los campesinos terminan su labor la sábila pasa a manos de las campesinas, que con las manos más cuidadosas empiezan a realizar el fileteado de la sábila.

Ellas trabajan con el atuendo adecuado que consiste en guantes, gorros y las cuchillas para poder realizar el corte de la sábila.

Empiezan cortando el extremo delantero y luego el extremo trasero quedando únicamente el cristal de la sábila.

6.5 ALMACENADO EN TANQUES

Luego que se obtiene el cristal de la sábila que es cuidadosamente almacenado en tanques especiales que se encuentran dentro del contenedor refrigerado.

Este contenedor se encuentra permanentemente los 6 días de producción en la planta ya que se debe ingresar directamente el cristal de la sábila al contenedor refrigerado porque no puedo estar expuesto tanto tiempo en el medio ambiente por miedo a que se dañe, ya que la sábila posee muchos minerales y es por esto que el proceso de oxidación del producto es más acelerado que los demás.

Se llenan 110 tanques de 220 kilos de cristal de sábila cada uno, en total tenemos 22000 kilos de cristal de sábila en un contenedor.

6.6 TRANSPORTE EN CONTENEDOR REFRIGERADO

Se transporta el producto en un contenedor refrigerado, ya que el producto tiene que permanecer congelado hasta su llegada por ser un producto muy sensible y de esta manera evitamos que se dañe. Una vez llenos los 110 tanques de cristal de sábila son transportados hacia el puerto para su exportación a Suiza.

Una vez cumplido este proceso la hermana y una asistente con el sobrante de la producción, se dedican a la elaboración de los productos derivados de la sábila que son:

Champú y acondicionador que utilizan un 10% de concentración de sábila.

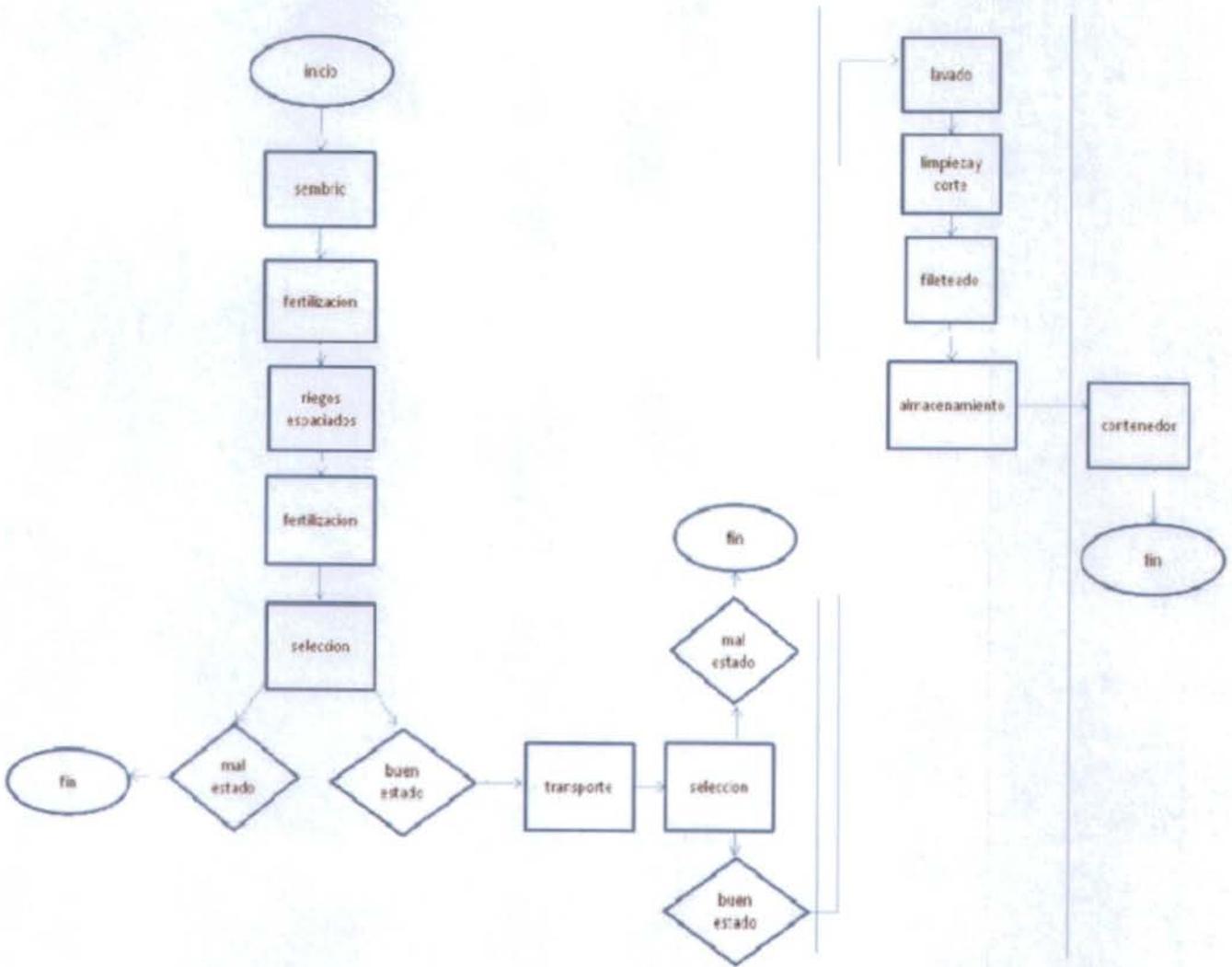
Cremas para el día y cremas para la noche que utilizan un 20% de concentración de sábila.

Gel reparador se utiliza un 80% de concentración de sábila y por último

El gel normal que se utiliza un 20% de concentración de sábila.

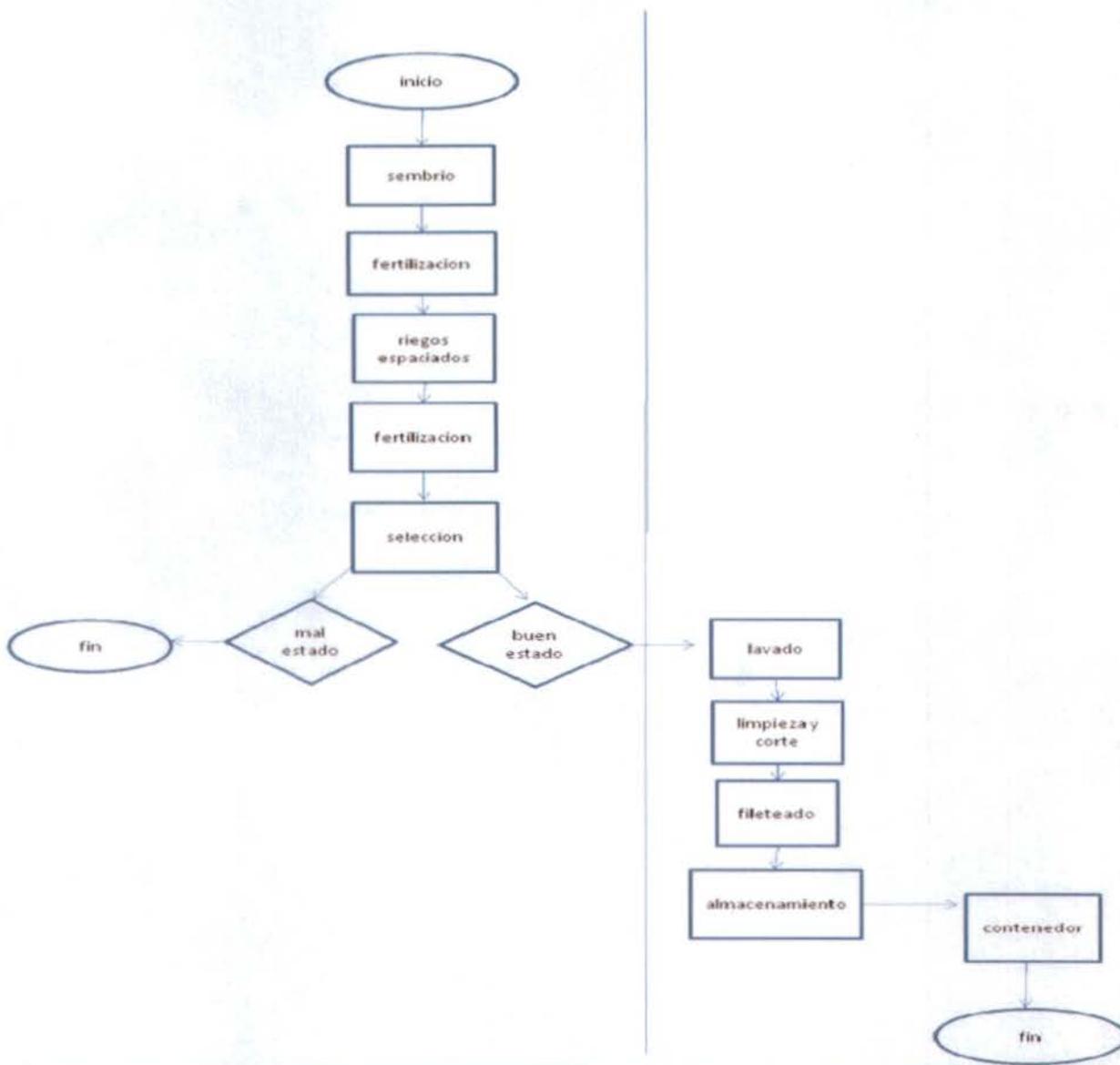
Estos productos son distribuidos en el sector y a personas que los solicitan o visitantes

6.7 MEJORA DE PROCESOS
6.7.1 PROCESO ACTUAL



6.7.2 PROCESO MEJORADO

Al realizar el traslado del área de producción cerca del área de cultivo, se disminuye las horas trabajadas, se reducen los costos y obtendremos una mayor rapidez de entrega.



MEJORAMIENTO

control de calidad	7:00 AM	10:00 AM		1:00 PM	1:35 PM	2:35 PM
sembrio, fertilizacion y riegos						
selección						
logística						
lavado, limpieza, corte y fileteado						
almacenamiento						
transporte						

CAPITULO VII: ESTUDIO DE MERCADO

7.1 MERCADO DE LA EMPRESA

El principal mercado de la empresa es Europa, específicamente una compañía Suiza por vinculación directa debido a que la persona que dirige la empresa es hermana del padre Betran Wick, quien es el fundador de la empresa Colonche Line, a la cual se envía la materia prima, la cantidad que se envía es uno o dos contenedor anualmente con 22 toneladas de cristal de sábila que luego es procesada y convertida en productos elaborados de sábila.

Es decir nos enfocáramos como mercado meta Suiza que es un mercado al cual se exporta directamente nuestro producto, aprovechar la entrada que tenemos a este para expandirnos y llegar con nuestros productos a otras empresas y otros países aledaños como: Alemania, Francia, Italia .

Otra parte de la producción será vendida en el mercado interno, como productos elaborados entre ellos: Gel, shampoo, Rinse, cremas y bálsamos.

7.2 ESTUDIO DE MERCADO DE LA SABILA VS DERIVADOS DE SABILA

Al tratarse de la siembra de sábila en el Ecuador es un mercado tradicional que incluye principalmente al campesinado minifundista, al campesinado de comunidades y, en menor grado, a la población que realiza algunas de las actividades de servicios y comercio ambulante en las ciudades.

En el Ecuador la siembra de la sábila (aloe vera) es un mercado relativamente nuevo que tiene mucha proyección.

Debido al aumento sostenido de la demanda de productos más saludables y naturales, el mercado mundial se encuentra en franca expansión.

CUADRO #1 (Exportaciones de ingredientes Naturales, se incluye la Sábila)

EXPORTACIONES DEL SECTOR DE INGREDIENTES NATURALES DEL ECUADOR				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2003	5.489,6	4.564,1		
2004	6.368,4	2.957,3	16,0%	-35,2%
2005	5.637,0	2.446,8	-11,5%	-17,3%
2006	7.452,1	2.680,3	32,2%	9,5%
2007	6.408,3	2.919,6	-14,0%	8,9%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) / Sistema de Inteligencia de Mercados (SIM) CORPEI
 Elaboración: CORPEI – CICO

Este cuadro indica las exportaciones, valor FOB y toneladas de los ingredientes naturales que Ecuador exporta, dentro de esta partida se encuentra la sábila, lo cual expone un leve incremento a través de los años en lo que respecta al valor FOB.

La mayoría de los productos derivados de la sábila se pueden obtener en las tiendas naturistas y farmacias. Entre hierbas, galletas integrales y pastillas con "poderes curativos", es posible encontrar las famosas cápsulas de aloe vera, el jugo extraído del cristal, cremas, etc.

Las normas de calidad en la Comunidad son muy exigentes para los ingredientes naturales, existiendo una clasificación normalizada que varía de un país a otro y según las hierbas o plantas, son los grandes importadores los que imponen los criterios. Se hace hincapié en la limpieza y en los niveles aceptados de plaguicidas y herbicidas.

La necesidad y competencia ha hecho que se deje de exportar los productos como materia prima, de la misma manera debido a la sobreoferta se ha visto la necesidad de crear productos elaborados con valor agregado para abrir nuevos mercados y para que sea rentable la exportación de los mismos.

Es por esto que en los últimos años se ha incrementado la producción y exportación de productos elaborados como frutas, vegetales en conservas y jugos naturales destinados a países de la Unión Europea según (The Preserve Fruit and Vegetable Market in the EU).

CUADRO # 2 (Exportación de productos elaborados)

EXPORTACION DE PRODUCTOS ELABORADOS		
DESTINO	PORCENTAJE	PRODUCTOS
Alemania	26%	Jugos y Concentrados (gel sabila)
Italia	25%	Frutas y vegetales congelados
Alemania	25%	Frutas y vegetales congelados
Francia	25%	Mermeladas, jaleas

Elaborado: Autores.

Fuente: The Preserve Fruit and Vegetable Market in the EU, CBI Junio 2007

Como podemos observar en el cuadro, el consumo de productos elaborados en estos países es considerable, por lo cual se puede aprovechar el Mercado actual de la empresa y extendernos a estos países, principalmente Alemania e Italia para vender nuestros productos.

7.3 CARACTERISTICAS DEL MERCADO

Los consumidores en estos tiempos tienen una tendencia a cuidarse, buscando siempre 100% natural sin la intervención de ningún químico según la FAO, esto hizo que se profundizara en las especies vegetales que poseen propiedades medicinales y que amplíen su gamas de productos, es por esto que vemos la aparición de nuevos productos naturales e inclusive productos que existían en el mercado, se les ha incluido los productos naturales. Por esto no debemos olvidar que los productos a base de plantas presentan una inmensa ventaja por sus extraordinarias cualidades con respecto a los tratamientos químicos.

CUADRO #3 (Principales países productores, importadores)

Principales Países Productores , Importadores y Exportadores de Sábila		
Productores	Importadores	Exportadores
Honduras	Estados Unidos	Mexico
Mexico	Canada	Rep. Dominicana
Brasil	Comunidad Europea	Filipinas
Rep. Dominicana	Japon	Venezuela
India	Singapur	
Venezuela	HongKong	
Filipinas		

Elaborado: Autores

Fuente: FAO.

Es por esto que el mercado de productos naturales elaborados se ha incrementado, así como el número de compañías a nivel mundial que ofrecen productos derivados a partir de sábila, por ser una planta medicinal con un sin número de propiedades entre los principales productos tenemos: cremas ,gel, polvos, bebidas entre otras.

7.3.1.1 ANALISIS DE LA OFERTA

Los países que se han constituido en proveedores de pencas de sábila y/o del gel como tal, para el mercado mundial son: Honduras, México, Brasil, Rep. Dominicana, India, Venezuela y Filipinas. Países Importadores: Estados Unidos, Canadá, Comunidad Europea, Japón, Alemania, Hong Kong y Colombia¹¹.

CUADRO # 4

PRINCIPALES PROVEEDORES DE SABILO Y DERIVADOS	
<ul style="list-style-type: none"> • HONDURAS • MEXICO • BRASIL • REP DOMINICANA 	<ul style="list-style-type: none"> • INDIA • VENEZUELA • FILIPINAS

Elaborado: Autores.

Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración

Así pues, existiendo un nicho de mercado, insatisfecho a juzgar por el nivel de importaciones, el cual es la industria cosmética y farmacéutica nacional, y en atención a que para esta industria el Gel de Aloe Vera, viene convirtiéndose en un insumo de consideración, encontramos que la demanda de estos productos cosméticos y

¹¹ Asociación Latinoamericana de Integración

farmacéuticos guarda positiva correlación con la demanda de la penca (hoja) de la planta de sábila, de donde se obtiene el Gel de Aloe Vera.

7.4.1 PRINCIPALES COMPETIDORES

El mercado minorista es importante y se ha incrementado continuamente en los últimos años. Este comercio se ha concentrado en las grandes cadenas de supermercados, hipermercados y tiendas de descuento mientras que los minoristas independientes y pequeños están perdiendo participación de mercado.

Los principales competidores en esta área son:

- Los Estados Unidos
- México
- Antillas
- Venezuela
- Israel
- Australia

Que son los mayores productores de gel de Aloe Vera en el mundo.

El mercado de los Estados Unidos que se caracteriza por los eficientes canales de distribución, por las innovaciones en los empaques, y por el alto uso en de la publicidad, entre otros factores.

La compañía Forever Living localizada en Estados Unidos, abarca el 85% del mercado internacional de productos extraídos o derivados de la sábila. Esta empresa posee sus propias plantaciones de aloe vera en Texas y posee sus propios camiones especiales para el transporte de la hoja desde los campos

Los productos que ellos distribuyen son: Aloe Vera Gel, Aloe Berry Néctar (jugo de crandano y manzana dulce), Aloe Bits n' Peaches (bebida de sábila con sabor a durazno, contiene trocitos de sábila).

La planta tiene capacidad para procesar 24000 litros de aloe a la vez posteriormente el producto ya conservado es transportado en camiones a la planta envasadora, ubicada en Dallas; cuya capacidad y producción asciende a 65000 frascos y 40000 botellas por turno.

Forever Living mantiene presencia en más de 70 países del planeta, cuenta con el aval del Consejo Internacional de la Ciencia de la Sábila, que desde 1982 lleva adelante investigaciones sobre los atributos de esta planta, al mismo tiempo que certifica la pureza de los contenidos manufacturados.

México, por otro lado es el primer país latinoamericano en cuanto a superficie sembrada de aloe en América Latina con aprox. 10.700 hectáreas según datos del IASC. Sin embargo, según datos de ALOETRADE, provistos de fuentes privadas y la SAGARPA, actualmente la superficie cultivada en México estaría cerca de las 14 mil hectáreas. De cualquier manera, México lidera a nivel mundial la superficie cultivada de sábila.

Existen en México 14 procesadoras industriales de aloe, tanto extranjeras como empresas de capital nacional. La mayoría de las empresas produce, vende y exporta una amplia gama de productos de aloe, desde jugos hasta concentrados, aloe en polvo y liofilizado, aunque todavía hay algunas empresas que se dedican a la simple venta de pencas de aloe para su consumo local o exportación a Estados Unidos.

Al realizar un análisis del desempeño del comercio de los 10 principales países exportadores y considerando las variables como:

- Crecimiento anual de las exportaciones de cada país, y

- Cambio en la participación en el mercado mundial de cada país (es decir la mayor o menor participación que obtiene cada país en el mercado mundial anualmente).

Se obtiene como resultado que hay otros países que han tenido un mejor desempeño como lo son China, Polonia y Ecuador.

7.5 ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda de sábila (aloe vera) del mercado externo, muestra una tendencia creciente en el mercado.

El incremento en el uso de gel de sábila para la elaboración de bebidas y productos cosméticos ha provocado un aumento en los precios a nivel internacional ya que la producción mundial no es suficiente para satisfacer la creciente demanda de este producto.

CUADRO#5

Importaciones de Sábila	
Importador	Importaciones (US\$'00)
Hong Kong	12,428
Bahrain	779
Estonia	379
Israel	275
Rep. Dominicana	257

Elaborado: Autores.

Fuente: UNTACD

Es claro el dominio de Hong Kong en las importaciones de sábila y derivados a nivel mundial. El valor que representa es superior a los países que le siguen en orden de importancia.

Según esta misma fuente los principales países importadores de productos cosméticos a base de sábila o contenido de sábila o zumo de sábila entre otros son:

CUADRO# 6

Importación de Derivados de Sábila	
Importador	Importaciones (US\$'00)
Japon	107,662
Estados Unidos	71,753
Union Europea	65,625
Suiza	30,305
Hong Kong	28,877

Elaborado: Autores.

Fuente:UNTACD

En este caso Japón domina las importaciones con una cifra algo superior, a la de su inmediato seguidor, Estados Unidos. Sin embargo se identifica una significativa diferencia entre las importaciones de Japón y Hong Kong que aparece en el quinto lugar.

Es por esto que al tener bastante demanda de el producto, los precios tienen una tendencia a subir ya que las empresas ofertantes del producto tienen poca competencia y saben las ventajas del producto y las necesidades del mercado produciéndose una demanda inelástica ya que los precios varían (en este caso suben) sin que los consumidores cambien (disminuyan) las cantidades que demandan.

7.5.1 SEGMENTACIÓN

El mercado principal al que se quiere dirigir nuestro producto, es el sector medicinal y cosmético que son los mayores consumidores para la elaboración de sus productos y otra parte para el consumo masivo en general.

7.5.2 TENDENCIAS DE CONSUMO

La tendencia actual de consumo para productos está orientada hacia productos orgánicos, saludables que beneficien a la salud y que adicionalmente no contaminen el medio ambiente, especialmente en los países de economías desarrolladas que tiene mayor poder adquisitivo y se preocupan por tener una mejor calidad de vida.

7.5.3 ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LA COMPRA

- La presentación del producto es esencia, nombre, combinación de colores, y que l a la hora de realizar la compra.
- El deterioro del cuerpo humano es cada vez mayor lo que ha generado más preocupación por la salud y apariencia física. Además, la tendencia esta aumentando en el consumo de productos naturales.
- Los clientes utilizan el producto en el momento de una consulta, en el mercado de producto naturales, en los eventos promocionales.
- El producto puede ser consumido en cualquier momento y lugar ejemplos: en la casa, consultorio, oficina, fiestas, lugares educativos, entre otros.
- El precio del producto es accesible.

7.4 ESTUDIO DE PRECIOS

El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

En las economías de mercado de libre competencia, el precio está determinado por las relaciones entre oferta y demanda y sus fluctuaciones tienen como límite mínimo el costo de producción, el que podría ser rebasado solo en condiciones excepcionales y si se tiene capacidad de absorber la pérdida.

Los precios de los factores de producción conjuntamente con los precios de los bienes y servicios forman el sistema general de precios, que actúa como indicador de la producción y el consumo haciendo más coherentes las decisiones de los agentes económicos. En un momento determinado y en las mismas circunstancias, el precio de un bien puede ser uno y otro, puede hacer variar la oferta y la demanda. Es indudable que mientras más alto sea el precio menor será la demanda y mayor la oferta y, cuando el precio disminuya sucederá lo contrario.

A partir de páginas de internet de diferentes empresas y países en las que se ofrecen productos elaborados a partir de sábila o que contiene sábila como uno de sus componentes se obtuvo la siguiente información:

- Según datos obtenidos del Instituto de recursos Naturales de los Estados Unidos, el gel fresco de sábila, en concentración 10:1 tiene un precio promedio de \$15 por Kg. Los precios de gel de sábila liofilizados son considerablemente menores ya que minimizan los costos de transporte, almacenamiento, conservación y manejo¹²

Otra empresa comercializadora de productos cosméticos vende algunos productos elaborados a partir de sábila se encontró la siguiente lista de precios¹³:

¹² <http://www.sabilco.com/evolpre.htm>

¹³ <http://www.sabilco.com/evolpre.htm>

CUADRO#7

Producto	Precio
Crema nutritiva con sábila(50 Grs)	6.5
Crema de sabila (20 Grs)	6
Jabón liquido de algas, sábila	6.4
Champú de algas y Sábila	6

Fuente: www.sabilco.com

www.macareal.com/precios

7.5.1 ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN

7.5.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución y comercialización que se plantea es de una forma directa, eliminando al máximo los intermediarios y cadenas de comercialización que encaren el producto terminado; esta misma fórmula será aplicada para la materia prima que se ofrezca en la empresa para el mercado nacional e internacional.

Este mismo método se viene aplicando en las grandes compañías del mundo en sus ventas, donde el consumidor final adquiere el producto a un menor costo y con mayor calidad debido a que la manipulación del producto ha sido mínima.

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización.

Crean que con solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básica: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor.

Todos los productos de Sábila, ofrecidos son elaborados utilizando un proceso natural de Gel de Sábila Puro hasta un 95% de contenido.

7.5.3 LOGISTICA INTERNACIONAL

El proceso de logística comienza desde el momento en que se cosecha la sábila, debido a que actualmente se exporta el cristal de sábila, el cual una vez que se ha realizado el debido proceso de lavado, corte y fileteado es almacenado en tanques y es pasado rápidamente a un contenedor refrigerado para que el producto se conserve en perfectas condiciones. Lo cual representa elevados costos ya que el contenedor debido a la falta de personal y recursos limitados tiene que estar los días que dura la producción que son alrededor de 3 a 4 días.

Las presentaciones que se manejen para la exportación dependen de la cantidad, cliente y exigencias del cliente.

La logística que se va a manejar para la exportación de los producto será en términos CFR, utilizando contenedores refrigerados para que el producto se mantenga en perfectas condiciones en contenedores de 20 y 40 pies respectivamente dependiendo de la cantidad de kilos o unidades que se vaya a exportar.

8. ESTUDIO FINANCIERO

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Productos de sábila	Costo Materia Prima	Costo Mano de Obra	Costos Proceso	Envase
Gel de Sábila	0,3	0,11	0,06	0,09
Productos de sábila	0,3		0,27	0,5
			Costo Gel	0,56
			Elaborados	1,07

RELACIÓN MATERIA PRIMA - PRODUCCIÓN

Materia Prima	1 Hectárea =	22.000 kilos
Aéreas cultivadas	2 Hectáreas =	44.000 kilos

PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

Unidades Demandadas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Kilos	25.000,00	27.000,00	30.000,00	33.000,00	35.000,00
Unidades	7.000,00	8.000,00	9.500,00	10.000,00	12.000,00
Unidades Producidas					
Gel De Sábila	35000	35000	35000	35000	35000
Shampoo	8000	5000	6000	6000	6000
Crema	4000	3000	3500	4000	6000

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA				
Productos	Unidades/ Kilos Mensuales	Unidades Anuales	Costo Unitario	Total Anual
Gel de Sábila	35.000,00	420.000,00	0,64	268.800,00
Productos de sábila	12.000,00	144.000,00	1,39	200.160,00
Shampoo	8.000,00	96.000,00		
Crema	4.000,00	48.000,00		
				\$468.960

**COSTOS INSUMOS
INDIRECTOS**

Productos	Unidades Mensuales	Total Anual
Energía Eléctrica	600	7200
Agua	150	1800
Embalaje (fundas, envases)	6000	72000
Químicos	2500	3000
Fletes	2500	30000
		114.000,00

COSTOS MANO DE OBRA

Personal	Cantidad	Trimestral	Total Anual
Obreros : Cosecha	6	2180	52.320,00
Obreros; lavado, corte	10	218	8.720,00
Supervisor Calidad	1	600	2.400,00
Analista procesos	1	800	3.200,00
TOTAL	18	3798	66.640,00

RESUMEN	TOTAL
Materia Prima	468.960,00
Insumos Directos	114.000,00
Mano de Obra	66.640,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$649.600

GASTOS OPERATIVOS

Cargos	Cantidad	Ingreso Mensual	Total Anual
Gerente	1	1200	14.400,00
Gerente de Operaciones	1	800	9.600,00
Gerente Comercial	1	800	9.600,00
Contador	1	500	6.000,00
Secretaria	2	280	6.720,00
Ventas/Marketing	3	300	10.800,00
TOTAL		3880	57.120,00

GASTOS DE VENTA

Descripción	Valor Mensual	Total Anual
Servicios básicos	1200	14400
Útiles Oficina	350	4200
Movilización - Gastos de transporte	500	6000
Mantenimiento	1700	20400
Comisiones	3000	36000
TOTAL		81.000,00

RESUMEN	TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	57.120,00
GASTOS GENERALES	81.000,00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	138.120,00

INVERSION DEL PROYECTO

ACTIVOS FIJOS PARA LA SIEMBRA Y PRODUCCION		TOTAL
Terreno		6.000,00
Instalaciones		
Construcción Galpón		3.500,00
Instalaciones Eléctricas		1.500,00
Maquinarias		
1 maquina Cortadora		7.000,00
1 Maquina Mezcladora		9.000,00
1Maquina Procesadora		14.000,00
1 Maquina Envasadora		7.000,00
Muebles y Enceres		
2 Computadoras		800,00
Sillas, escritorios		600,00
Fax, telf		100,00
Varios		150,00
Herramientas		
Guantes y Cofias		350,00
Cuchillas		250,00
Canastillas y gavetas		500,00
Sistema de Riego		1.200,00
Vehículo		
Camión de 3 a 5 Tn		23.000,00
	TOTAL ACTIVOS FIJOS	74.950,00

CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Total
Materia Prima	9.000,00
Sueldos	7.678,00
Transporte Embalaje	4.500,00
Otros	2.000,00
TOTAL CAPITAL TRABAJO	23.178,00

DEPRECIACION ANUAL

Edificios	5%
Maquinarias y Equipos	10%
Muebles y Enseres	10%
Herramientas	10%
Vehículos	20%
Computadores	33%

Activos	Costo	Depreciación	Total Anual
Terreno	6.000,00	0%	-
Maquinarias y Equipos	37.000,00	10%	3.700,00
Muebles y Enceres	850,00	10%	85,00
Herramientas	2.300,00	10%	230,00
Vehículos	23.000,00	20%	4.600,00
Computadores	1.200,00	33%	396,00
		Total	9.011,00

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Inversión Materia Prima	9.000,00
Activos Fijos	74.950,00
Capital de trabajo	23.178,00
	107.128,00

El capital requerido para el financiamiento del proyecto es de \$ 107.128,00, el cual se de la siguiente forma \$9.000 para la compra de materia prima para la elaborac productos, \$74.950 para la compra de maquinaria, herramientas de trabajo y p mejoras en la planta de proceso. Finalmente \$23.178 para sueldos, servicios básic gastos necesarios para la producción.

FINANCIAMIENTO CAPITAL	107.128,00	100%
FINANCIAMIENTO	85000	77,18%
APORTE PROPIO	25128	22,80%

El financiamiento del proyecto se lo realizara a través de un crédito a La Corporación Nacional, el monto a solicitar es de \$85.000 dólares es decir el 77.18% del total del ca requerido para la realización del proyecto.

DATOS DEL PRÉSTAMO	
Capital	85.000,00
Plazo en Años	1;
Forma de Pagos	1;
Total Periodos	3
Interés	10,5%
VALOR DEL DIVIDENDO	\$2.763,00

No. de Dividendo	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$85.000
1	\$744	\$2.019	\$2.763	\$82.981
2	\$726	\$2.037	\$2.763	\$80.944
3	\$708	\$2.054	\$2.763	\$78.890
4	\$690	\$2.072	\$2.763	\$76.818
5	\$672	\$2.091	\$2.763	\$74.727
6	\$654	\$2.109	\$2.763	\$72.618
7	\$635	\$2.127	\$2.763	\$70.491
8	\$617	\$2.146	\$2.763	\$68.345
9	\$598	\$2.165	\$2.763	\$66.180
10	\$579	\$2.184	\$2.763	\$63.997
11	\$560	\$2.203	\$2.763	\$61.794
12	\$541	\$2.222	\$2.763	\$59.572
13	\$521	\$2.241	\$2.763	\$57.330
14	\$502	\$2.261	\$2.763	\$55.069
15	\$482	\$2.281	\$2.763	\$52.789
16	\$462	\$2.301	\$2.763	\$50.488
17	\$442	\$2.321	\$2.763	\$48.167
18	\$421	\$2.341	\$2.763	\$45.826
19	\$401	\$2.362	\$2.763	\$43.464
20	\$380	\$2.382	\$2.763	\$41.081
21	\$359	\$2.403	\$2.763	\$38.678
22	\$338	\$2.424	\$2.763	\$36.254
23	\$317	\$2.445	\$2.763	\$33.808
24	\$296	\$2.467	\$2.763	\$31.341
25	\$274	\$2.488	\$2.763	\$28.853
26	\$252	\$2.510	\$2.763	\$26.343
27	\$230	\$2.532	\$2.763	\$23.811
28	\$208	\$2.554	\$2.763	\$21.256
29	\$186	\$2.577	\$2.763	\$18.679
30	\$163	\$2.599	\$2.763	\$16.080
31	\$141	\$2.622	\$2.763	\$13.458
32	\$118	\$2.645	\$2.763	\$10.813
33	\$95	\$2.668	\$2.763	\$8.145
34	\$71	\$2.691	\$2.763	\$5.454
35	\$48	\$2.715	\$2.763	\$2.739
36	\$24	\$2.739	\$2.763	\$0
TOTALES	\$14.457	\$85.000	\$99.457	

VENTAS

VENTAS CON MATERIA PRIMA PROPIA

Producto	Unidades Mensuales/ Kilos	Unidades Anuales	Costo kilo/Producto	Ventas Anuales
Gel de Sábila	30.000,00	360.000,00	1,00	360.000,00
Productos de Sábila	12.000,00	144.000,00	2,5	360.000,00
				\$720.000

Proyección de ventas en unidades mensuales y anuales según demanda actual y proyección de mercado estimado.

ESTADO DE RESULTADO

% Incremento Anual

2%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	720.000,00	734.400,00	720.000,00	720.000,00	720.000,00	3.614.400,00
Costos Directos	468.960,00	478.339,20	487.905,98	497.664,10	507.617,39	2.440.486,67
Utilidad Bruta	251.040,00	256.060,80	232.094,02	222.335,90	212.382,61	1.173.913,33
Gastos Operativos	138.120,00	140.882,40	143.700,05	146.574,05	149.505,53	753.982,03
Utilidad Operativa	112.920,00	115.178,40	88.393,97	75.761,85	62.877,08	419.931,30
Depreciación	9.011,00	9.011,00	9.011,00	9.011,00	9.011,00	45.055,00
Gastos Financieros	36.875,44	36.875,44	36.875,44	0	0	110.626,33
Utilidad antes Impuestos	67.033,56	69.291,96	42.507,52	66.750,85	53.866,08	264.249,97
						-
Utilidad Neta	67.033,56	69.291,96	42.507,52	66.750,85	53.866,08	299.449,97

FLUJO DE CAJA PROYECTADA

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	720.000,00	734.400,00	720.000,00	720.000,00	720.000,00	3.614.400,00
(Costos Directos)	468.960,00	478.339,20	487.905,98	497.664,10	507.617,39	2.440.486,67
(Costos Indirectos)	91.320,00	93.146,40	95.009,33	96.909,51	98.847,70	475.232,94
Flujo Operativo	159.720,00	162.914,40	137.084,69	125.426,39	113.534,91	698.680,39
Ingresos no operativos	110.128,00					110.128,00
Crédito	85.000,00					85.000,00
Aporte Propio	25.128,00					25.128,00
Egresos no operativos	135.003,44	36.875,44	36.875,44	-	-	208.754,33
Inversiones	98.128,00					98.128,00
Activos Fijos	74.950,00					74.950,00
Capital de Trabajo	23.178,00					23.178,00
Pago de dividendos	36.875,44	36.875,44	36.875,44	-	-	110.626,33
Impuestos	-	-	-	-	-	-
Flujo No Operativo	24.875,44	36.875,44	36.875,44	-	-	
FLUJO NETO	134.844,56	126.038,96	100.209,24	125.426,39	113.534,91	600.054,06
Flujo Acumulado	134.844,56	260.883,51	361.092,76	486.519,14	600.054,06	

3. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$158.023	\$284.062	\$384.271	\$509.697	\$623.232
Caja - Bancos	\$134.845	\$260.884	\$361.093	\$486.519	\$600.054
Inventarios	\$23.178	\$23.178	\$23.178	\$23.178	\$23.178
Activos Fijos Netos	\$65.939	\$56.928	\$47.917	\$38.906	\$29.895
Activos Fijos	\$74.950	\$74.950	\$74.950	\$74.950	\$74.950
(Depreciación acumulada)	-\$9.011	-\$18.022	-\$27.033	-\$36.044	-\$45.055
TOTAL ACTIVOS	\$223.962	\$340.990	\$432.188	\$548.603	\$653.127
Pasivos	\$61.553	\$33.518	\$0		\$95.071
Patrimonio	\$92.162	\$161.454	\$203.961	\$270.712	\$324.578
Aporte Futura Capitalización	\$25.128	\$25.128	\$25.128	\$25.128	\$25.128
Utilidad del Ejercicio	\$67.034	\$69.292	\$42.508	\$66.751	\$53.866
Utilidades Retenidas	\$0	\$67.034	\$136.326	\$178.833	\$245.584
PASIVO + PATRIMONIO	\$153.714	\$194.972	\$203.961	\$270.712	\$419.649

**INDICES
NOMINALES**

Recuperación de La Inversión

Año de Recuperación de la Inversión	Año	1	
Diferencia con inversión Inicial	98.128,00	\$134.845	-
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$126.039	12	10.503,25
	-	36.716,56	10.503,25
	36.716,56	10.503,25	3,50

PAYBACK	1	AÑOS	4	MESES
----------------	----------	-------------	----------	--------------

Recuperación de la Inversión en 1 año 4 meses

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$98.128	\$134.845	\$260.884	\$361.093	\$486.519	\$600.054
Flujo Acumulado		\$134.845	\$395.728	\$756.821	\$1.243.340	\$1.843.394

Periodo 0	-\$98.128
Periodo 1	\$134.845
Periodo 2	\$260.884
Periodo 3	\$361.093
Periodo 4	\$486.519
Periodo 5	\$600.054

Tasa interés mercado	18%
Riesgo	3%
Costo Oportunidad	4%

TIR 1,96

VAN \$ 98.128

CONCLUSION

La finalidad de este proyecto es demostrar su viabilidad al utilizar una estructura en marcha que se dedica a la exportación de materia prima como es la sábila que tiene un gran mercado tanto en lo industrial, cosmético y natural debido a sus múltiples beneficios. Adicionalmente aprovechando el mercado que actualmente posee la empresa y potenciarlo al máximo innovando productos y convertirlo en una unidad de negocio que sea rentable y pueda competir en el mercado.

Es evidente la factibilidad de este proyecto, ya que no requiere de una gran inversión para ponerlo en marcha de una manera estructurada y organizada. El estudio de mercado demuestra que hay posibilidades de expandirse a otros países con productos elaborados y también vender otra parte internamente para aprovechar toda la producción.

El análisis financiero refleja resultados positivos, lo cual demuestra la rentabilidad del proyecto.

INDICE DE ANEXOS

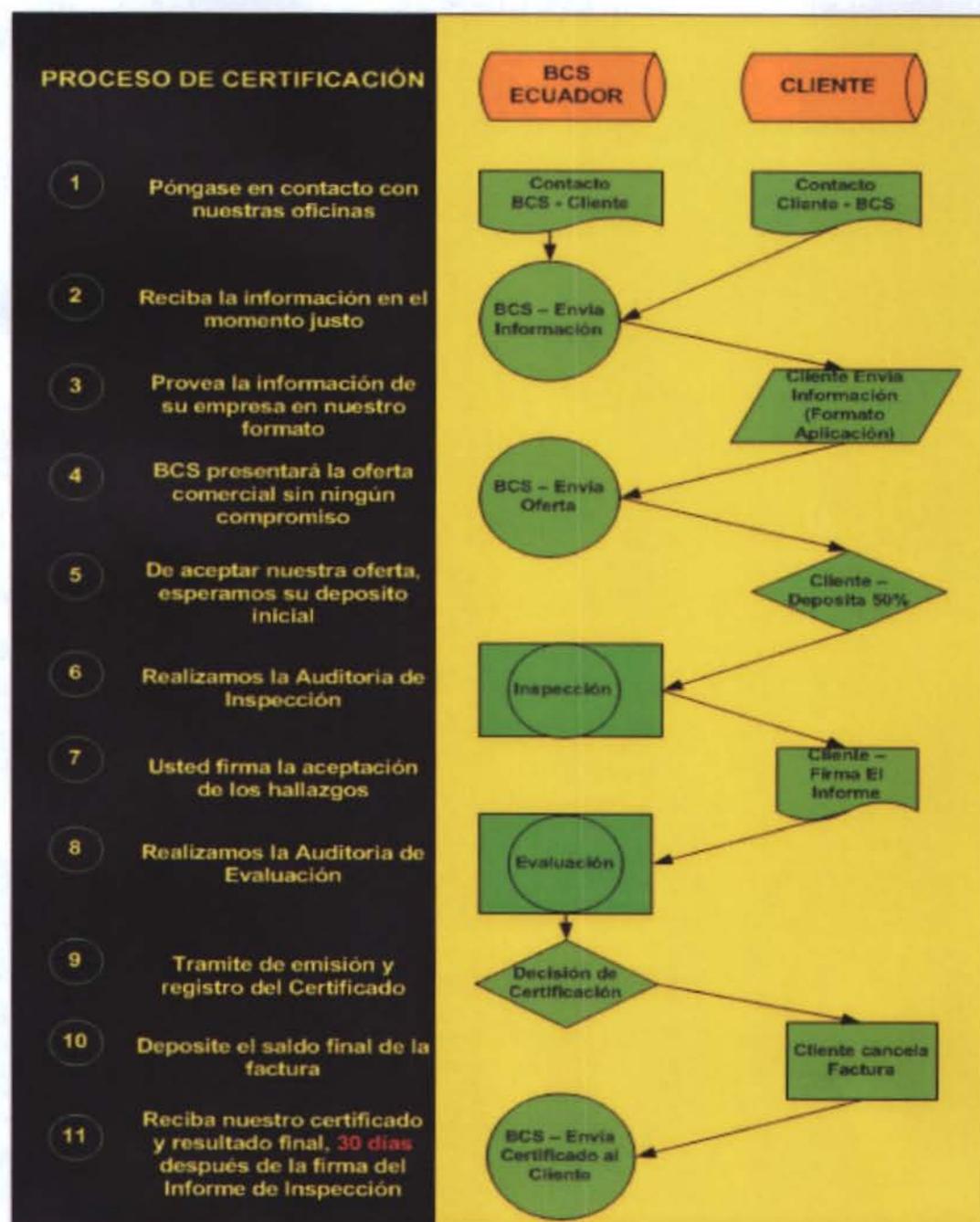
FOTOS PLANTACIONES COLONCHE LINE	66
DIAGRAMA PROCESO CERTIFICACION	67
FOTOS DE PRODUCTOS ELABORADOS	68
PLANTA DE PROCESO	69
ANALISIS FODA DE LOS COMPETIDORES	70

ANEXO 1



ANEXO 2

PROCESO PARA CERTIFICACION ORGANICA



ANEXO 3

LINEA DE PRODUCTOS



ANEXO 4

PLANTA DE PROCESO



ANEXO 5

ANALISIS COMPETIDORES

Fortalezas De Las Empresas Competidoras:

Existencia de la empresa, cercanía geográfica con EEUU, que representa quizás el mercado consumidor más grande del mundo, buenas y suficientes vías de comunicación, plantaciones en buen estado productivo, asesoría técnica, Interés institucional, cultivo libre de plagas y obtención de producto libre agroquímicos con características ecológicas, amplia disponibilidad y calidad del producto.

- Alta tecnología
- Certificaciones Internacionales de Calidad
- Respaldo y Garantía Económico
- Mercado Establecido (Tienen mucho tiempo en el mercado.)
- Gran variedad de productos, con diferentes concentraciones y precios.

Debilidades:

El alto valor del producto terminado y materia prima en nuestro país, pocas concentraciones de Penca Sábila en el producto terminado, el poco volumen en los productos en cuanto al contenido por tarro, pocos canales y contactos comerciales directos, condiciones de clima y suelo poco favorables, aunque se cuenta con superficie de riego la mayor parte carece de ello, actividades de cosecha de manera manual

- Alto costo del producto terminado al consumidor final.
- Alto costo de la materia prima a las empresas que utilizan el Aloe en alguno de sus productos.
- Sur América es un mercado que por el deterioro social y económico es muy difícil penetrar o mantenerse en movimiento con precios por encima de los que ofrecen otras compañías.

BIBLIOGRAFÍA:

- <http://www.sica.gov.ec>
- <http://www.bcsecuador.com>
- <http://www.ica.gov.co>
- <http://www.angelfire.com>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.expreso.ec>
- <http://www.myownbusiness.org>
- Como Diseñar un plan de negocios, Graham Friend y Stefan Zehle