UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Titulo: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial.

DIRECTOR: Ing. Galo Salcedo López

Autora: Mónica Yaneth Cuenca Riofrío

LOJA - ECUADOR

2013

Ing. Galo Salcedo López., DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Abril de 2013

Atentamente,

Ing. Galo Salcedo López

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Mónica Yaneth Cuenca Riofrío declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: Mónica Yaneth Cuenca Riofrío

FIRMA: .....

CÉDULA: 1104193428

FECHA: Loja, mayo de 2013

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello quiero expresar mi más sinceros testimonios de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido terminar mis estudios en tan prestigioso Centro de Estudios, a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Galo Salcedo López en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, por brindarme el apoyo incondicional a la dirección de mi tesis.

La Autora

DEDICATORIA

El presente trabajo que representa para mí un logro en mi vida tanto profesional como personal, lo dedico con profundo respeto y gratitud a mis padres Elcie Carlota y Ángel Gonzalo, a mis hermanos Gonzalo Leonel, Darío Javier y Diego Fabricio; dedico también este trabajo a mis sobrinitos y sobrinitas; no puedo dejar de mencionar a mis abuelitos Aseria Marín y Aurelio Riofrío, a Carmelina Carrión y José María Cuenca, por su apoyo y cariño incondicional; infinitas gracias a toda mi familia.

Mónica.

a) TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

b) RESUMEN

El Objetivo General en la presente es la implementación de una empresa productora de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes la misma que permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Inductivo, el Método Deductivo, el Método analítico sintético, el Método estadístico.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja , con una muestra de 400 mujeres mayores de 15 años y no mayores de 60 años y a 123 comercializadoras (bodegas, comisariatos y Farmacias) de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes ya que en la ciudad y provincia de Loja no se produce este tipo de productos; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 39.132 mujeres, una Demanda Real de 115.831 paquetes de 100 unidades, Demanda Efectiva de 86.874, La Oferta de 61.368 paquetes de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes y la Demanda Insatisfecha de 25.506 Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes , el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la ciudad de Loja para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 25.506 paquetes de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes, de los cuales la empresa estará en la Capacidad Instalada de producir 12.624 paquetes de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes, pero producirá 8.836 paquetes de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes lo que representa la Capacidad Utilizada del proyecto, se utilizará máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres. Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos como son el nivel legislativo, nivel asesor, nivel auxiliar y nivel operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

Para la implementación de la empresa la inversión necesaria haciende a 32.699,22 dólares, con un capital propio de 17.699,22 dólares y un Crédito bancario de 10.000 dólares. La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor

positivo de 7.786,08dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 20,64 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 5 años 7 mes y 29 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 18,4% y disminuidos en un 14,15%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

ABSTRACT.-

The general objective of this is the implementation of a company producing it wipes Moisturizers pads which allowed the application of different methods and techniques that enables research, as the inductive method, the deductive method, synthetic analytical method, the method statistic.

In market research conducted in the city of Loja, with a sample of 400 women aged 15 years and older than 60 years and 123 traders (warehouses, commissaries and Pharmacies) Moisturizers wipes and pads in the city and province Loja not produce these products; tabulated surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis, determining the potential demand of 39,132 women, a real demand for 115,831 packs of 100 units, effective demand 86,874, the supply of 61,368 packages of wipes and pads Moisturizers unmet demand for 25,506 pads Wipes Moisturizer, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels product.

The unmet demand reflects the market potential in the city of Loja for this product, with the following results: For the first year of the project life is unmet demand: 25,506 packages Wipes Moisturizer pads, of which the company will be in the installed capacity of producing 12,624 packages Wipes Moisturizer pads, but will produce 8,836 pads wipes packages representing

Moisturizers Capacity Utilization Project, will use suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product at prices moderate.

Develops project engineering process diagrams determining the characteristics of operation and management, technical requirements as equipment, facilities, furniture and fixtures. Likewise, a study administrative determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels as are the legislative level, level counselor, assistant level and operational level, as well as operating manuals, charts, that served as a guideline for implementing a good organization.

To implement the necessary investment company haciende to $ 32,699.22, with a capital of $ 17,699.22 and a $ 10,000 bank loan. The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 7,786.08, which indicates that the project or investment is suitable.

For the current project IRR is 20.64%, this value being satisfactory for the project, the time it would take to recover the original investment would be 5 years 7 months and 29 days, for this project, the sensitivity values are less than one, therefore do not affect changes in project costs and revenues increased 18.4% and decreased to 14.15%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

c) INTRODUCCIÓN

El alto precio de los productos de cosméticos es debido a diferentes factores como son: la distancia que se encuentran las fábricas que están instaladas en las grandes ciudades del país, por las pocas garantías que se les da a los inversionistas, falta de apoyo gubernamental. Además se detecta la centralización de la distribución del producto ya que el comerciante que tiene más capital, consigue que el proveedor le deje toda la mercadería obteniendo así la exclusividad de dichas prendas y por consiguiente se impone los precios a los usuarios deteriorando significativamente la calidad de vida de la comunidad.

Por otra parte se ha determinado que no existe una empresa en el sector debido a la falta de motivación, capacitación, conocimiento, decisión y ausencia de estudios de proyectos de inversión.

El propósito del presente trabajo de investigación, es realizar un estudio de factibilidad que permita recoger información sobre el mercado, proceso productivo, costos, etc., que posibilite la toma de decisiones sobre inversión con menores riesgos posibles.

Consciente de la importancia que tienen el crear empresa en la ciudad de Loja, y luego de un análisis detallado, se ha visto que su comercialización representa una oportunidad de negocio rentable y competitiva, es por esto que poniendo énfasis en el mercado y las

necesidades de los clientes, se ha considerado pertinente desarrollar una propuesta titulada:**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES Y SU COMERCIALIZACIÓN EM LA CIUDAD DE LOJA”,** esto con el objeto de contribuir tanto al desarrollo económico y productivo de la provincia, generar mayores fuentes de trabajo y obtener una beneficio empresarial.

“La Falta de Implementación de una empresa de producción y comercialización de Toallitas desmaquilladoras en la provincia de Loja, no permite el crecimiento económico de este sector”.

El primer objetivo planteado es el realizar un estudio de Mercado, en el cual se analiza la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto que se pretende ofrecer a la ciudadanía lojana, incluido un plan de comercialización.

El segundo objetivo planteado es el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

El tercer objetivo es el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre

y se sugiere un Manual de Funciones y de los puestos para el personal de la empresa.

En el cuarto objetivo se realiza un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró los cuadros de presupuestos.

De acuerdo a los estudios realizados, como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y Evaluación Financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

TOALLITAS DESMAQUILLANTES

“Son paños húmedos ultra-suaves, que remueven impurezas, maquillaje y oleosidad de la piel, sin necesidad de enjuague. Las Toallitas Desmaquillantes, se adhieren a las impurezas y el maquillaje, aún la difícil mascara a prueba de agua, y la retiran sin dejar residuos grasos, para limpiar tu piel a fondo. Con cada uso, la piel no solo quedará limpia, sino también tendrá una apariencia saludable y fresca.

INGREDIENTES

WATER, PEG-6 CAPRYLIC/CAPRIC GLYCERIDES, CAMELLIA SINENSIS LEAF EXTRACT, COCOS NUCIFERA (COCONUT) WATER, WITHANIA SOMNIFERA ROOT EXTRACT, PEG-40 HYDROGENATED CASTOR OIL, TOCOPHERYL ACETATE, PEG-32, PHENOXYETHANOL, CAPRYLYL METHICONE, SORBITAN, OLEATE, DMDM HYDANTOIN, METHYLPARABEN, DISODIUM EDTA, CITRIC ACID, SODIUM CITRATE, ETHYLPARABEN, PROPYLPARABEN, PROPYLENE GLYCOL, FRAGRANCE.”[1]

[1] Tratamientos para la piel, HIDRANT MEDIC, México, 2010.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTOS DE INVERSIÓN.

"Definición. Son una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales, tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permite conocer si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal."[2]

Tipos de Proyecto.

Proyecto de Inversión Privado.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

Proyecto de Inversión Pública o Social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales

[2] FOLLETO 2009. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 10 de Administración de Empresas

o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

Características de un proyecto de inversión:

- Es un evento único
- Se compone de actividades específicas.
- Está limitado a un presupuesto.
- Utiliza recursos múltiples.
- Tiene un ciclo de vida, con comienzo y fin.

Ciclo de los Proyectos.

El ciclo de un proyecto pasa por distintas etapas que refieren a la progresión lógica de su avance. Estas etapas son: Preinversión; Inversión y Operación.

Etapa de Preinversión.

“Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de éste, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de preinversión, se deben realizar estudios de mercado,

técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados."[3]

Fases en la etapa de preinversión.

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases. Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.

2. Estudio del nivel de perfil.

3. Estudio de prefactibilidad.

4. Estudio de factibilidad.

Generación y análisis de la idea del proyecto.

La generación de una idea de proyecto de inversión, se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia; en términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones profundas.

[3] FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

Esta primera fase es muy importante, ya que permitirá definir o por lo menos lograr alguna idea acerca de si el proyecto es viable o no. Los aspectos que se deben investigar en esta etapa son los siguientes:

- El volumen del mercado
- Disponibilidad de materias primas
- Tamaño y tecnología
- Inversión estimada
- Beneficios esperados
- Marco institucional.

Estudio del nivel de perfil.

En esta fase corresponde estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto. El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente.

Estudio de prefactibilidad.

Conlleva la determinación de requerimientos tecnológicos y la selección de alternativas tecnológicas. En esta etapa de la pre-inversión se requiere información sobre las características, limitaciones, costos de capital y operación, y la evaluación (ex-ante) de las alternativas tecnológicas de construcción y operación (técnicas existentes), así como sobre las restricciones económicas, sociales, políticas, culturales, ambientales y legales.

La Prefactibilidad se lleva a cabo con el objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto. Este estudio de prefactibilidad se compone de:

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD			
ESTUDIO DE MERCADO	ESTUDIO TECNICO	ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIO FINANCIERO

Etapa de Inversión.

Es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos

técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Esta etapa contempla las acciones destinadas a materializar el proyecto.

Proyectos de Ingeniería.

"Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo ya que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga no factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados."[4]

El ciclo de un proyecto de ingeniería está compuesto de las siguientes fases:

- Prediseño o diseño preliminar: En esta fase se estudian en grandes líneas, las posibles soluciones al problema que se quiere afrontar. Los diseños son aproximados, se trabaja básicamente con información secundaria, y los costos se determinan con base en costos unitarios conocidos en el mercado local o internacional. En este nivel de estudio,

[4] FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 10 de Administración de Empresas

pueden considerarse varias soluciones, uno de los aspectos relevantes que debe considerarse en esta fase es el potencial impacto ambiental de cada una de las soluciones.

- Diseño básico, generalmente asociado a un estudio de factibilidad económico y financiero: Para una o dos soluciones que aparecen como más convenientes en la fase anterior se detalla el diseño, con estudios de campo, sobre todo de carácter topográficos, geológicos, geotécnicos, hidrológicos e hidráulicos. Se detallan los costos unitarios de los materiales y de las diversas fases de la construcción. Todo este proceso permite disponer de un costo de la obra más cercano a la realidad. Tomando este costo como base se procede al estudio de carácter económico y se estudian las diversas posibilidades de financiamiento para la obra. Paralelamente se detalla también el estudio de los posibles impactos ambientales y se elaboran planes de mitigación, cuyo costo debe ser incluido en el costo general de la obra a ser financiada. La necesidad de desplazar poblaciones afectadas por la construcción de la obra es un factor sumamente importante y debe considerarse como un impacto de carácter social. Si en el curso de esta fase de los estudios, se detecta que por algún motivo la obra excede los costos considerados como razonables, o los impactos ambientales son inaceptables, se deberá volver a analizar otras alternativas en la fase anterior, de diseño preliminar.

- Diseño ejecutivo o final: El énfasis de esta fase del diseño está en los detalles constructivos, tanto de las partes civiles de la obra como en las partes eléctricas y mecánicas si las hubiera.

Cuando los proyectos son de grandes dimensiones, y se involucra en los mismos organismos financieros internacionales, el ciclo del Proyecto suele hacerse más complejo e integrar otros aspectos paralelos como:

- Los aspectos ambientales, que generalmente exigen un proceso de aprobaciones intermedias; y,
- Los aspectos relacionados con el desplazamiento involuntario de poblaciones que habitan en el área intervenida por el Proyecto.

Negociación de Financiamiento.

"Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Implementación.

Comprende al conjunto de actividades para el montaje y puesta en marcha de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en

llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos."[5]

Cronograma de Actividades.

"Consiste en una lista de todos los elementos terminales de un proyecto con sus fechas previstas de comienzo y final. Un diagrama de Gantt puede proporcionar una representación gráfica de un cronograma del proyecto. La gestión de proyectos por cadena crítica advierte que las fechas de comienzo y final del elemento terminal funcionan como variables al azar, por lo que sugiere que la gestión de un proyecto no se base en cronograma tradicional, sino que se adicione el uso de técnicas como la gestión de buffers y la mentalidad de quien está retrasado.

Etapa de Operación.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis de evaluación de los resultados obtenidos.

[5] FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

La determinación de la vida útil de un proyecto puede establecerse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años."[6]

Seguimiento y Control.

Se refiere al conjunto de acciones que se aplica a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empleados. Se busca encontrar posibles desviaciones respecto a la programación inicial del proyecto las mismas que pueden ocasionar problemas en la ejecución, el fin primordial es adoptar medidas correctivas oportunas que minimicen los efectos que resulten en atrasos o costos incrementales por las dificultades que se presenten.

Evaluación Ex Post.

Este punto tiene relación directa con la metodología de seguimiento de proyectos. Básicamente los principales puntos a evaluar son los efectos relacionados con:

- Población Objetivo,

- Problema definido,

[6] FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

- Ejecución (tiempos y costos),

- Operación (tiempos y costos),

El sistema de seguimiento se refiere a un sistema de relevamiento de indicadores claves, previamente definidos. La definición precisa de las fuentes de información y de los responsables, constituye la base del éxito de un sistema de seguimiento. Los principales pasos a seguir para la definición de este sistema son:

Definir las áreas de éxito del proyecto, esto significa contestarse a la pregunta: ¿Cuál sería el hecho que de producirse, me permitiría afirmar que el proyecto fue un éxito? Por ejemplo en un programa alimentario, eliminar el problema de falta de peso en la población objetivo, lograr "x" monto vendido, unidades vendidas, etc.

Definir factores críticos de éxito, esto significa definir cuáles serán los indicadores que me permitan afirmar o no que el proyecto está siendo ejecutado correctamente: Por ejemplo: número de comidas diarias; calorías por comida, número de clientes visitados, etc.

Definir metas para cada uno de esos factores críticos de éxito, por ejemplo una comida diaria, x % del mercado, x monto de ventas, x consultas médicas, etc.

Localizar la información que sea precisa y oportuna (que venga al caso).

Comparar lo que sucede con las metas en forma periódica.

El éxito de un proyecto se juzga desde el punto de vista de la eficacia y de la eficiencia.

En los pasos arriba mencionados, la expresión éxito se refiere a estos dos aspectos. Cada uno de ellos necesita un "set" de indicadores específicos.

Evaluación Post – Posterior.

Se realizar varios años después que todos los costos han sido desembolsado y todos los beneficios recibidos, posterior a cerrar su ciclo de vida u horizonte de operación. Esta evaluación reconoce que una mirada al pasado hace difícil atribuir que parte de los efectos observados actualmente pueden ser objetivamente atribuidos a un proyecto particular, es posible aprender de elementos que podrían mejorar las actividades futuras de inversión. Esta evaluación permitirá que en el futuro los posibles proyectos relacionados, cuenten con una fuente de información que clarifique la visión sobre el ambiente en el que desenvolverá la nueva unidad productiva.

ESTUDIO DE MERCADO.

Definición.

“Además de tener en cuenta los puntos más fuertes y los más débiles de su proyecto de empresa, el emprendedor debe realizar un estudio de

mercado. La realización de un estudio de mercado proporcionará información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc." Por lo tanto el estudio de mercado es el diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, es brindar una idea de las variables y el grado de incertidumbre o riesgo del bien o servicio al ser puesto en el mercado."[7]

Objetivo.

Un estudio de mercado tiene como objetivo orientar sobre la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido y en un periodo de mediano plazo, así como el precio en el que están dispuestos a obtenerlo, adicionalmente, el estudio de mercado indicará si las características y las especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro producto o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.[8]

[7]BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.
[8]BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

Elementos.

- Información base
- Producto principal
- Producto secundario
- Producto sustituto
- Producto complementario
- Posibles demandantes
- Estudio de demanda
- Estudio de oferta
- Comercialización del producto
- Análisis de la Situación Base

Información Base. La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y secundarias que pueden ser externas e internas.[9]

Fuentes Primarias: Son aquéllas investigadas precisamente por el interesado o por personal contratado por él, y se obtienen mediante entrevistas o encuestas a los clientes potenciales o existentes, así como a través de la facturación para los negocios ya en operación, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para una investigación específica. Fuera cual fuese el medio de investigación elegido, se tiene que contar con un guión de preguntas que se desea contestar. Para diseñar dicho guion se

[9]BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

tiene que considerar: ¿Qué deseo saber? ¿Mediante qué preguntas puedo llegar a lo que deseo saber?

Entre los principales tipos de preguntas que se pueden emplear en una encuesta, se encuentran las siguientes:

a) Preguntas SI o NO

b) Preguntas de solución múltiple A, B, C, D.

c) Preguntas abiertas, en las que la persona contesta lo que desee.

d) Preguntas de cierre, que se usan para corroborar información previamente solicitada.

Fuentes Secundarias: Provienen generalmente de instituciones especializadas en recopilar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores de su interés, tal es el caso de: Las Cámaras Industriales o de Comercio de cada ramo. - Órganos oficiales como el INEC, MAGAP, Súper Intendencia de Compañías, Bancos de desarrollo como el Banco Nacional de Fomento, Banco del Estado, CFN y otras instituciones que publican regularmente información estadística y estudios sobre diversos sectores de la economía en donde se puede obtener las características fundamentales de las ramas de interés para el inversionista potencial. Dentro de este tipo de recolección de información, y lo citado anteriormente, se puede deducir que existen dos tipos de fuentes de recolección: externas

(censo, publicaciones e informes), internas (registros contables y banco de datos).

Tamaño de la muestra. Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que nos representa la conducta del universo en su conjunto que sirve para representarlo aunque no todas las muestras resultan útiles para llevar a cabo un trabajo de investigación. Lo que se busca al emplear una muestra es que, observando una porción relativamente reducida de unidades, se obtengan conclusiones semejantes a las que lograríamos si estudiáramos el universo total. Sus conclusiones son susceptibles de ser generalizadas al conjunto del universo, aunque para ello debamos añadir un cierto margen de error en nuestras proyecciones.

Se debe tomar en consideración que el tamaño de la muestra no incide en la validez de los resultados, sino que la misma está dada por la responsabilidad con la que realicen los investigadores la encuesta.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplican diferentes fórmulas cuya información debe considerar: la población total, la constante, error experimental, probabilidad de éxito, probabilidad de fracaso y nivel de confianza, tal como se representa en la siguiente fórmula:

$$n \quad \frac{N}{1+e^2 . N}$$

n = Tamaño de muestra

1 = Constante

N = Población total

e = Margen de error 0.05%

Producto Principal. Es la descripción clara que destaca las características principales del bien o servicio que se piensa colocar en el mercado, para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, tomando en cuenta algunos aspectos que permitan ubicarlos por su naturaleza y uso, pueden ser:

- Por resistencia al tiempo (duraderos y no duraderos), activos fijos o alimentos respectivamente.
- Por oportunidad y servicio:
    - De conveniencia: básicos, cuya compra se planifica (alimentos) y por impulso, la compra se basa en una buena opción de oferta.
    - Comparables: pueden ser homogéneos, es decir que tienen características comunes (libros, bebidas) y heterogéneos, que tiene características completamente diferentes (bienes muebles, implementos deportivos).

- De especialidad: la satisfacción proporcionada genera fidelidad en el cliente y le obliga a regresar (servicio médico, mecánico).
- No buscados: en casos necesarios pueden utilizarlos (hospitales).
- Por su destino: los de consumo final y que luego de satisfacer la necesidad desaparecen (alimentos), los de consumo intermedio que se utilizan como parte de un proceso para obtener otro producto (materia prima). [10]

Producto Secundario. En esta parte se describen los productos que se obtienen con los residuos de materia prima, cuya producción depende que el proceso lo permita y no necesariamente un proyecto puede obtener productos secundarios.

Producto Sustituto. Se refiere a la descripción de los productos que puedan reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

Productos Complementarios. Corresponde a la descripción de los productos que hacen posible la utilización del producto principal.

Posibles demandantes. Es el enfoque de quienes serán los consumidores o usuarios del producto, esto se realiza a través de una adecuada segmentación del mercado.

[10]Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

Segmentación de Mercado.

Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable, consiste en dividir el mercado total en grupos más pequeños, más homogéneos. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo a varias dimensiones:[11]

GEOGRÁFICAS	***DEMOGRÁFICAS***	***PSICOGRÁFICAS***
País o Región *Provincia* *Cantón* *Ciudad* *Parroquias* *Urbana* *Rural* *Y Barrios.*	*Edad* *Sexo* *Ocupación* *Educación* *Profesión* *Nacionalidad* *Etnia* *Estado civil* *Tamaño de la familia* *Ingresos* *Religión*	*Estilo de vida* *Personalidad* *Gustos* *Preferencias* *Valores* *Creencias*

Estudio de demanda. Los individuos, tienen deseos ilimitados, pero tienen recursos limitados., eligen los productos o servicios que les produce mayor satisfacción, de acuerdo a los ingresos que tienen, cuando los deseos se convierten en poder adquisitivo se transforman en demanda. Entonces la demanda es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está

[11]Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado. El análisis de la demanda se da en base a: las necesidades distintas, poder adquisitivo, posibilidades de compra, tiempo de consumo., condiciones ambientales del consumo. Caracterizar y cuantificar la población, estimar su evolución para los próximos años. Definir calidad y cantidad de los bienes y servicios necesarios para atender la demanda insatisfecha.[12] Localización de la demanda y preferencia de los consumidores**.**

Clasificación de la Demanda

a). Por su cantidad. Puede ser:

- Demanda Potencial. Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto la totalidad del mercado. Ejemplo: Consumo de cereales
- Demanda Real. Es la cantidad de bienes o servicios que realmente se consumen o utilizan de un producto en el mercado.
- Demanda Efectiva. Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado y que estarían dispuestos a adquirir a la nueva empresa.
- Demanda Insatisfecha. Se constituye por la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

[12]PASACA MORA, Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2004.

b). Por su oportunidad. Se clasifica en cuanto a calidad y a cantidad:

- Demanda Insatisfecha. Los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o en precio.
- Demanda Satisfecha. Lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

c). Por el destino. Puede ser:

- Demanda Final. El producto es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.
- Demanda Intermedia. El producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.

d). Por su permanencia en el mercado. Puede ser:

- Demanda continua. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.
- Demanda Temporal. Ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias.

e) Por su importancia. Puede ser:

- De productos necesarios. Lo requiere el mercado para su desarrollo armónico.
- De productos suntuarios. Lo requiere el mercado por gustos y preferencias especiales.

Estudio de oferta. Permite investigar la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuesto a colocar en el mercado en un momento dado y a un precio determinado.[13]

Dada la evolución de los mercados, existen diversas modalidades de oferta, determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios únicos, otros pueden estar agrupados o bien, lo más frecuente, es ofrecer un servicio o un producto como uno más de los muchos participantes en el mercado.

Clases de Oferta:

a) De libre mercado. Es aquél donde sí interviene la actuación del público que puede decidir si compra o no un bien o servicio por cuestión de precio, calidad, volumen o lugar. Bajo esta presión, el conjunto de oferentes de un mismo bien o servicio, inclusive de un producto sustituto, debe estar atento en poder vender, de conformidad con las reacciones de los clientes quienes, por su parte, tienen la posibilidad de cambiar de producto o de canal de distribución como les convenga. De ese modo, los compradores influyen sobre el precio y la calidad de los bienes o servicios. Esta doble actuación supone una regulación automática de los mercados, por ello, los

[13]Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

oferentes deben velar permanentemente por su actualización a modo de no quedar rezagados en calidad, oportunidad, volumen o precio.

b). Oligopólica. Cuando existe un cierto número restringido de oferentes, que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado. Al igual que en la oferta monopólica, el consumidor no afecta el mercado, pues su participación igualmente se ve restringida por su capacidad de compra.

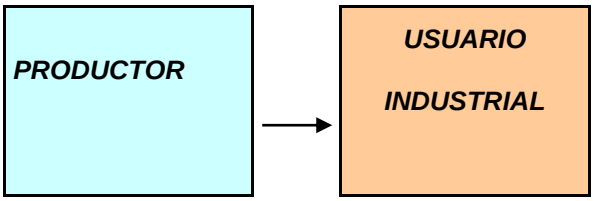
c). Monopólica. Se denomina también de especialización, en donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia. A ello, el público consumidor sólo puede responder con un mayor o menor consumo, limitado por sus ingresos.

Comercialización del producto. Es un proceso que posibilita al productor la colocación del bien o servicio proveniente de su negocio hasta el consumidor o usuario en condiciones óptimas en el sitio correcto y en el momento adecuado (lugar y tiempo). Para este objetivo se utilizan los canales de distribución que son el camino que siguen los productos desde las manos del productor al consumidor o usuario final.[14] La elección del canal de distribución depende del tipo de consumo, ya sea popular o industrial.

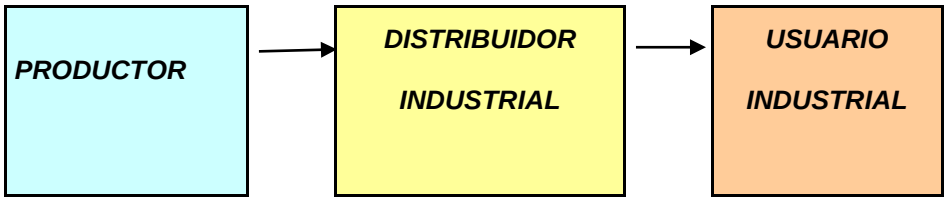
[14]Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

Para productos industriales.

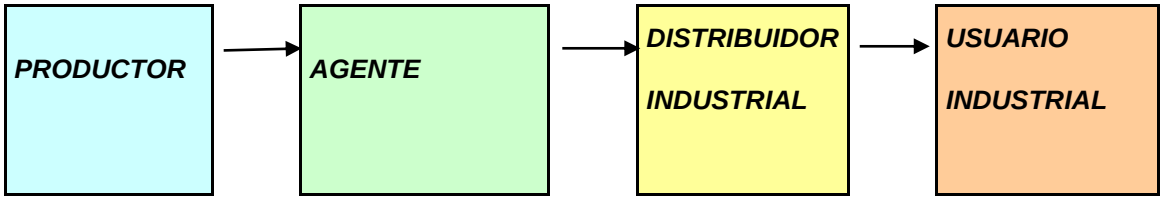
- Cuando el productor vende directamente al usuario.



- *Cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.*

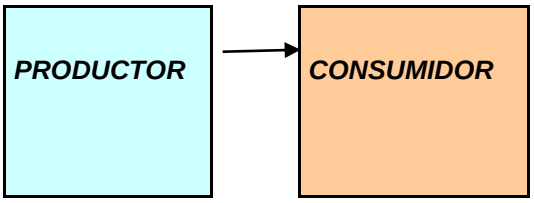


- *Cuando no es posible al productor cubrir geográficamente los mercados; el agente cumple las veces del producto, pero obliga a incrementar el precio del producto.*

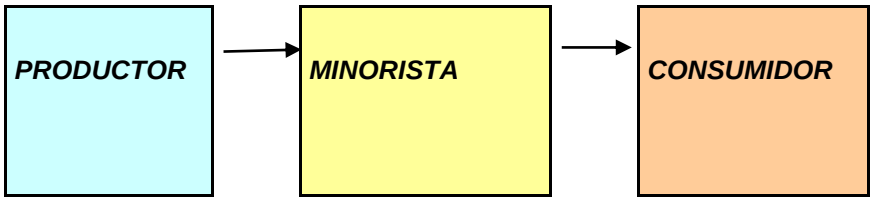


Para productos de consumo popular.

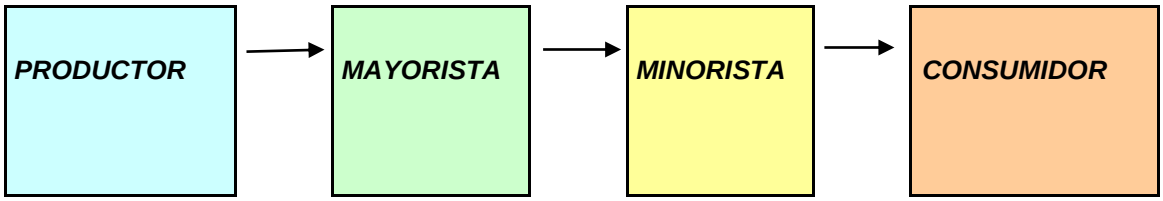
- *Cuando el consumidor acude directamente al productor para adquirir el producto, este es el canal más rápido de comercialización.*



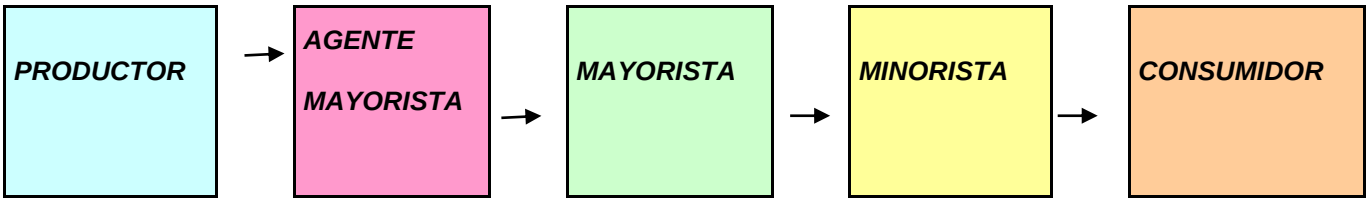
- *Cuando se requiere que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.*



- *Cuando se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.*



- *Cuando se tiene que cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción, se aplica para casi todos los productos.*



Análisis de la Situación Base. Permite conocer y analizar la situación actual sin la presencia del proyecto en el que se está trabajando, tiene relación con la calidad, precio, mercado de los productos competidores.

Finalizado el estudio de mercado se tiene la primera información que orienta en la toma de decisión para continuar los estudios o detenerse en

esta parte. Si en el estudio se determina la no existencia de demanda insatisfecha por cantidad, calidad o precio, etc. no hay razón de continuar con los estudios.[15]

ESTUDIO TÉCNICO.

Definición.

El estudio técnico es la fase en la que el diseño se adapta a la arquitectura técnica utilizada, describiendo y documentando el funcionamiento del proceso de producción.[16]

Objetivo.

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de la producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y

---

[15]Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

[16]PASACA MORA, Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2004.

proyecto definitivo. Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

a. El estudio de materias primas

b. Localización general y específica del proyecto

c. Dimensionamiento o tamaño de la planta; y

d. El estudio de ingeniería del proyecto

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de marcado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto.

Tamaño y Localización

Tamaño.

El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto.

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

En la determinación del tamaño de un proyecto existen, por lo menos, dos puntos de vista: El técnico o de ingeniería y el económico. El primero define a la capacidad o tamaño como el nivel máximo de producción que puede obtenerse de una operación con determinados equipos e instalaciones. Por su parte, el económico define la capacidad como el nivel de producción que, utilizando todos los recursos invertidos, reduce al mínimo los costos unitarios o bien, que genera las máximas utilidades. Las definiciones de las diferentes capacidades de producción son:

- ➔ La capacidad de diseño o teórica: es el monto de producción de artículos estandarizados en condiciones ideales de operación, por unidad de tiempo.

- ➔ La capacidad del sistema: es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema de

trabajadores y máquinas puede generar trabajando en forma integrada y en condiciones singulares, por unidad de tiempo.

- ➔ La capacidad Instalada: es el promedio por unidad de tiempo que alcanza una empresa en un lapso determinado, teniendo en cuenta todas las posibles contingencias que se presentan en la producción de un artículo, esto es, la producción alcanzable en condiciones normales de operación.

- ➔ La capacidad empleada o utilizada: es la producción lograda conforme a las condiciones que dicta el mercado y que puede ubicarse como máximo en los límites técnicos o por debajo de la capacidad instalada.

- ➔ Capacidad ociosa o reservas: es la diferencia hacia abajo entre la capacidad utilizada y la instalada.

- ➔ Capacidad Financiera: Para cualquier tipo de proyecto empresarial, es necesario analizar las condiciones económicas financieras de que se dispone para ello, es decir, que se debe determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito. Cuando no es posible conseguir financiamiento total, la fase de implementación, podría hacerse por etapas.

- ➔ Capacidad Administrativa: Para la operación de la nueva unidad productiva, es indispensable tener en cuenta si se puede conseguir fácilmente el talento humano para el funcionamiento eficiente de la

misma, considerando que el recurso humano sea el más idóneo para cada puesto de trabajo.

Localización.

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación geográfica más ventajosa para la nueva unidad productiva; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos de la misma, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

La selección de alternativas se realiza en dos etapas. En la primera se analiza y decide la zona en la que se localizará la planta (Macrolocalización); y en la segunda, se analiza y elige el sitio, considerando los factores básicos como: costos, topografía y situación de los terrenos propuestos (microlocalización).

Microlocalización.

Se determina el terreno conveniente y lugar exacto para la ubicación definitiva del proyecto dentro de un mercado local, de preferencia con apoyo de planos urbanísticos.

Macrolocalización.

Es la relación del área donde se ubicará el proyecto dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional,

nacional e internacional. Su representación se realiza con ayuda de mapas geográficos y políticos.

Factores de Localización.

Son los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa:

- Abastecimiento de materias primas.
- Disponibilidad de mano de obra calificada.
- Tipo de edificaciones, área inicial y área para futuras expansiones
- Accesos al predio por las diferentes vías de comunicación, carreteras y otros medios de transporte.
- Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas, teléfono y otros servicios de manera específica
- Volumen y características de aguas residuales.
- Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes.
- Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria.

Otro factor a considerar también es el Marco jurídico económico e institucional del país, de la región o la localidad.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Definición. Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

El Estudio de Ingeniería, tiene como función principal articular los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, hace relación al equipamiento y la construcción de la nave industrial, así como a las características del producto de la empresa.

Objetivo.

El objetivo primordial es dar la solución a los aspectos de instalación y funcionamiento de la planta, así como el proceso productivo con la maquinaria y el equipo necesario.

- **Componente Tecnológico**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc.

- **Infraestructura.**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local

- Las características del techo, la pared y de los pisos

- Los ambientes

- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

- **Distribución en Planta.**

En este aspecto es importante encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y del equipo en aras a conseguir la máxima economía en el trabajo al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores. La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

Los objetivos de la distribución en planta son:

1. Integración de todos los factores que afecten la distribución.

2. Movimiento de material según distancias mínimas.

3. Circulación del trabajo a través de la planta.

4. Utilización “efectiva” de todo el espacio.

5. Mínimo esfuerzo y seguridad en los trabajadores.

6. Flexibilidad en la ordenación para facilitar reajustes o ampliaciones

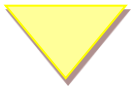
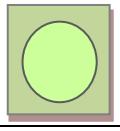
- **Proceso de Producción.**

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un bien o servicio de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los flujogramas del proceso (representación gráfica), indicando los tiempos necesarios para cada fase.

⇨ **Diseño del Producto.** Incluye las características que el consumidor y usuario desea en él, para la satisfacción de su necesidad, considerando además, los gustos y preferencias de los demandantes (presentación, unidad de medida, garantía, tiempo de vida, etc.)

⇨ **Flujograma de Proceso.** Es una herramienta que permite la descripción de cada una de las actividades del proceso de producción.

Simbología:

SÍMBOLOS	***SIGNIFICADO***
	INICIO O FIN DE PROCESO
	DECISIÓN
	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	TRANSPORTE Y DESPLAZAMIENTO.
	DEMORA O ESPERA.
	*ALMACENAMIENTO*
	*OPERACIÓN E INSPECIÓN*

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL.

Estructura Organizativa.

“a) Base Legal.- Toda empresa para su libre operación, debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley:

- ✓ **Acta Constitutiva.** Documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, que incluye datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- ✓ **Razón Social.** Nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa y de acuerdo a la ley.
- ✓ **Domicilio.** Dirección domiciliaria en donde se ubicará la unidad productiva.
- ✓ **Objeto de la sociedad.** Definir claramente la actividad y el sector productivo en el cual emprenderá la organización.
- ✓ **Capital Social.** Monto de capital con que se inicia las operaciones y la forma como se ha establecido el mismo.
- ✓ **Tiempo de Duración.** Indicar el tiempo y plazo durante el cual operará la empresa.
- ✓ **Administradores.** Persona o personas que responderán por las acciones de la empresa.

b) Estructura Empresarial.

Se representa por medio de organigramas en los cuales se establece los niveles jerárquicos de autoridad y responsabilidades, así mismo se describe el manual de funciones.

- **Niveles Jerárquicos de Autoridad.** Se definen de acuerdo al tipo de empresa y a lo que establece la Ley de Compañías para la administración, pueden ser:

- **Nivel Legislativo – Directivo.** Dicta las políticas y reglamentos de la empresa, está conformado por: los dueños de la empresa que toman el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, está representado por el Presidente.
- **Nivel Ejecutivo.** Está conformado por el gerente – administrador que es nombrado por el nivel legislativo, es el responsable de la gestión operativa de la empresa.
- **Nivel Asesor.** Orienta las decisiones que merecen un tratamiento especial (situación laboral, judicial.
- **Nivel de Apoyo.** Lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.** Son todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción o proceso productivo.

- **Organigramas: Estructural"[17]**

Manual de Funciones.

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.

La información que debe contener el manual es la siguiente:

[17]REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 1982.

- Relación de dependencia
- Dependencia jerárquica
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto.

ESTUDIO FINANCIERO

“Son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada

Inversión

Incluyen desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos, si el estudio se hace en nivel de pre factibilidad, la información obtenida debe perfeccionarse mediante la realización de estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

Presupuesto

Es un pronóstico del futuro período de planificación, se base en estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo.

Flujo De Caja

Es un resumen detallado de los ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.

Estado De Pérdidas Y Ganancias

Es el segundo de los estados financieros principalmente, básicos o sintéticos y muestra el total de ingresos o egresos de los productos y gastos y su diferencia que es el resultado obtenido en determinado período, pudiendo ser positivo cuando represente utilidad y negativo cuando haya sufrido pérdidas."[18]

Balance General

Es un estado conciso o sintético formulado con datos de los libros de contabilidad, llevados por partida doble, en el cual; se consignan de un lado

[18] REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 1982.

todos los recursos y de otro lado todas las obligaciones de la empresa en una fecha

Depreciación

Significa la pérdida de valor como activo que tienen los edificios, vehículos, maquinaria y más activos fijos, el valor depreciable es anual y es calculado en según el activo y su tiempo de durabilidad y uso, el activo que no sufre depreciación es el terreno. [19]

Utilidad

Margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubra los costos y los precios que tenga la competencia.

La aplicaremos para indicar la ganancia obtenida después de cubrir todos los gastos que han sido necesarios realizar.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Punto De Equilibrio

Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

[19]FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

a. En Función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

b. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

Valor Actual Neto (Van)

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si él VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.

Se lo obtiene así:

VAN = E del (flujo neto de caja) x fact. de actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

Formula : FA= $\frac{1}{(1+i)^n}$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporcione entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto.

Ayudará a determinar que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.

Su fórmula es:

$$\textbf{TIR} = TM + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

Relación Beneficio Costo (RCB)

El indicador financiero beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.[20]

Su fórmula es:

$$\textbf{C/B} = \frac{\textit{Ingresos Actualizados}}{\textit{Egresos actualizados}}$$

Análisis de sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

[20]FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.

Se la obtendrá mediante la aplicación de la

Siguiente fórmula:

$$As = \frac{\text{\% de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

$$\%V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Se dispondrá de materiales necesarios para la investigación como:

- Suministros de oficina como: sillas, papel, esferos, borrador, copias, grapas, perforadora, calculadora, etc.
- Equipos de oficina como: un computador, tanto para el levantamiento de texto, como para lo correspondiente a cálculos mediante la utilización de programas de Word y Excel respectivamente.
- Flash memory (disco extraíble).
- Copias, documentos textos, libros, folletos, internet, etc.
- Transporte y movilización.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizaron métodos, que se describen a continuación:

El método **inductivo** es un proceso analítico sintético mediante el cual se partió del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

El cual sirvió para analizar la problemática planteada y compararla con los conceptos, temas y textos, que fue base fundamental para el estudio

teórico y conceptual del trabajo investigativo, se obtuvo las herramientas necesarias para sostener la validez del presente estudio.

El método **deductivo** sigue un proceso sintético analítico, es decir contrario al anterior, se lo utilizó con el fin de lograr la comparación de los hechos investigados y compararlos con los conceptos, principios, definiciones leyes y normas generales, de las cuales se extraen conclusiones y recomendaciones; y estas a su vez se aplicaron o se examinaron en los casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas, para luego con los resultados se establecieron las relaciones esenciales con el tema de estudio.

El método **estadístico,** la utilización de este método permitió la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los usuarios de toallitas desmaquilladoras hidratantes en la ciudad de Loja, así mismo permitió la representación gráfica de los mismos, para una mejor comprensión.

Los resultados se fundamentaron en técnicas estadísticas, de proyección, análisis y presentación de resultados.

Método **descriptivo** el cual permitió describir los diferentes factores causantes de los efectos económicos y sociales, los mismos que permitieron

ubicar a la empresa propuesta en forma de competencia en el mercado objetivo.

TÉCNICAS

De igual manera se utilizaron técnicas que permitieron recopilar información como:

La técnica de la **observación directa** permitirá determinar la situación actual de las empresas en la ciudad de Loja.

Otra técnica aplicada será la **encuesta** la misma que se aplicará a los posibles demandantes en un total de 31.851 mujeres mayores de 15 años hasta los 60 años de edad, que son quienes utilizan este tipo de productos como son la Toallitas desmaquilladoras hidratantesy una segunda encuesta a los oferentes de productos de bazar que son en un número de 123 y conocer la oferta y la demanda

Determinación del Tamaño de La Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se toma como base la población de la ciudad de Loja solo mujeres mayores de 15 años es de 31.851 año 2001 que es el 72% de la población total de mujeres, proyectada para el año 2011 con el 2,08% de Tasa de Crecimiento es de 39.132 según datos establecidos en el INEC.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

FÓRMULA

$$\mathbf{Pf} = Po\,(1+r)^{n}$$

Pf_{2011} = 31851 $(1+0.0208)^{10}$

Pf_{2011} = 31851 $(1.005)^{10}$

Pf_{2011}= 39.132 mujeres mayores de 15 años

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra tomamos la población proyectada para el año 2011, que es de 39.132 mujeres mayores de 15 años hasta los 60 años de edad.

Aplicando la fórmula se tiene:

Determinación del tamaño de la muestra

Fórmula

$$n = \frac{N}{1+e^{2}(N)}$$

n= tamaño de la muestra

N = tamaño de población

$$n = \frac{39.132}{1+(0.05)^{2} * 39.132} \quad n = 400$$

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 400, a las mujeres mayores de 15 años en la ciudad de Loja.

CUADRO N° 1
DATOS DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA (mujeres 15 años hasta los 60 años de edad)

TASA DE CRECIMIENTO 2.08%

PARROQUIAS	***POBLACIÓN***	***ENCUESTAS***	***PORCENTAJE***
El Valle	*9769*	*100*	*24.96*
Sucre	*10696*	*109*	*27.33*
El Sagrario	*8078*	*83*	*20.64*
San Sebastián	*10589*	*108*	*27.05*
Total	***39.132***	***400***	***100***

Fuente: *INEC. Censo 2001*
Elaborado por: *La Autora*
La encuesta está dirigida a mujeres entre 15 a 60 años de edad, de las parroquias El Valle, Sucre, El Sagrario, San Sebastián.

El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en la Provincia de Loja, por no existir empresas que elaboren estos productos, estableciendo solamente la comercialización en bodegas, comisariatos y farmacias, que según la Cámara de Comercio de Loja, en la ciudad de Loja existen 123 establecimientos que están registrados en esta entidad, con lo cual se aplicará un censo a estos establecimientos.

f) RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LAS MUJERES DE ENTRE 15 AÑOS Y 60 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA

1: ¿Utiliza Ud. Toallitas desmaquilladoras hidratantes?

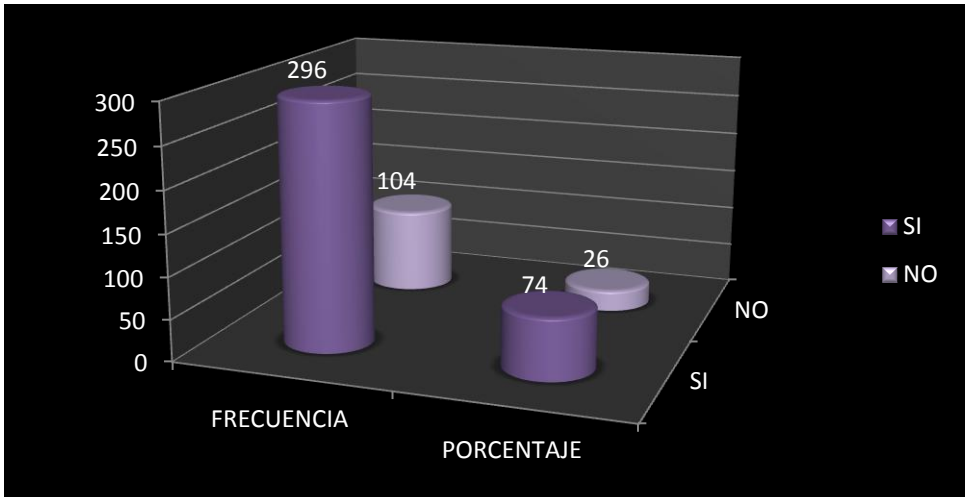
CUADRO Nº 2

MUJERES QUE UTILIZA TOALLITAS DESMAQUILLADORAS

ALTERNATIVA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
SI	*296*	*74%*
NO	*104*	*26%*
TOTAL	***400***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 1



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

De la población encuestada, el 74% que representa 296 usuarias, manifestó que sí utilizan toallitas desmaquilladoras hidratantes y el 26% que corresponde a 104 mujeres, no lo utilizan.

A decir de las mujeres que contestaron afirmativamente, dan una referencia para la puesta en marcha de una nueva empresa, mientras que las que contestaron negativamente nos determinan por gustos y preferencias.

2: ¿Con qué frecuencia utiliza las toallitas desmaquilladoras hidratantes?

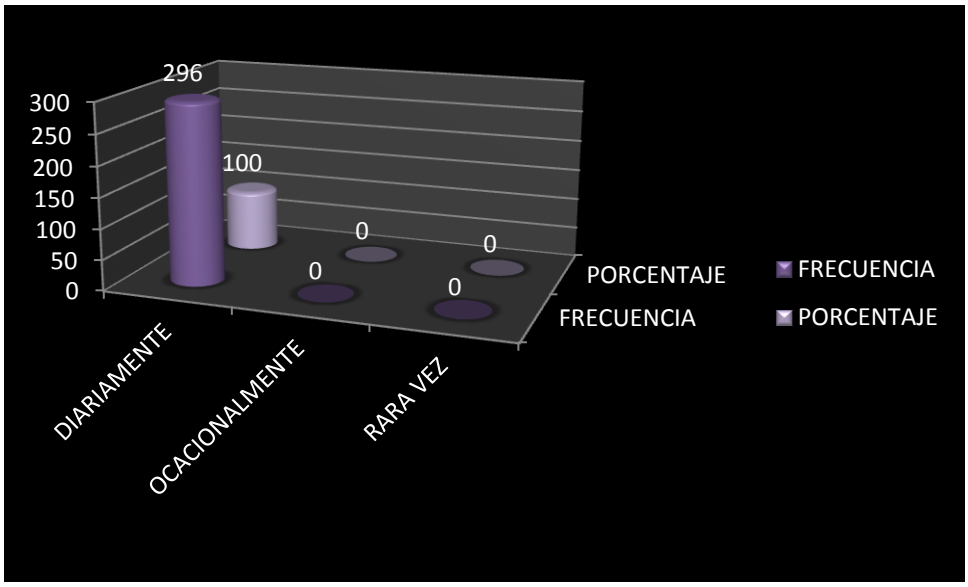
CUADRO Nº 3

FRECUENCIA DE USO

FRECUENCIA DE USO	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
DIARIAMENTE	*296*	*100,00%*
OCASIONALMENTE	*0*	*0,00%*
RARA VEZ	*0*	*0,00%*
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 2



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En la pregunta Nº 2, la totalidad de las encuestadas respondieron que utilizan toallitas desmaquilladoras diariamente, ninguna tuvo respuestas con otra frecuencia de uso.

La frecuencia diaria de uso, es debido a que existe una cultura muy arraigada en lo que se refiere a buena imagen y presentación personal en el desenvolvimiento cotidiano, ya sea en el trabajo, estudio, shopping, reuniones sociales y otros.

3: ¿Con qué periodicidad adquiere toallitas desmaquilladoras de 25 unidades?

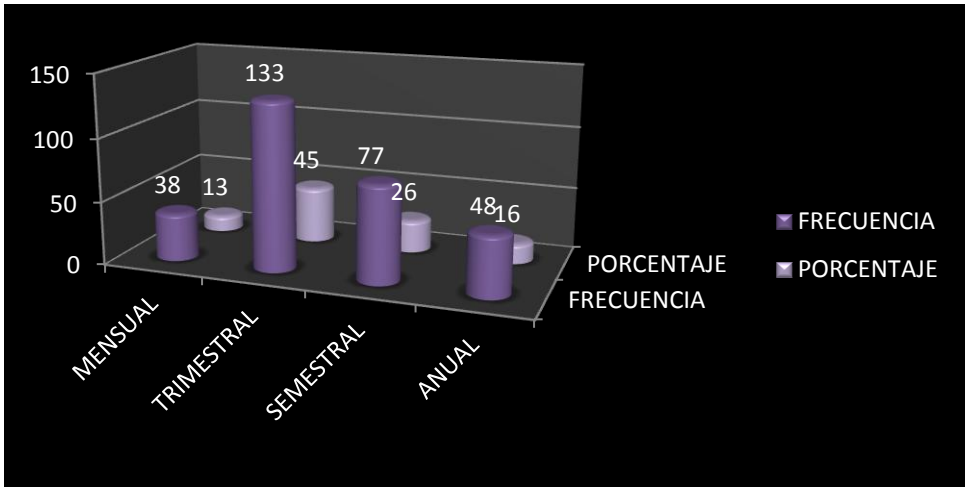
CUADRO Nº 4

PERIODICIDAD DE COMPRA

PERIODICIDAD DE COMPRA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
MENSUAL	***38***	***13%***
TRIMESTRAL	***133***	***45%***
SEMESTRAL	***77***	***26%***
ANUAL	***48***	***16%***
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 3



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En esta pregunta, se evidencia que el 45%, o sea 133 damas adquieren el producto trimestralmente, 77 personas (26% de la muestra) lo compran semestralmente, el 16% es decir 48 encuestadas, lo obtienen anualmente y finalmente el 13% es decir 38 mujeres, realizan una compra mensual.

La periodicidad de compra, está en relación con cantidad de toallitas desmaquilladoras y la circunstancia en la que se lo utiliza, diariamente para el trabajo, estudio, shopping y eventualmente para ocasiones especiales, prolongando en unos casos y reduciendo la duración del producto. También se estima que la adquisición mensual se debe a la cantidad por presentación que es de 25 toallitas en cada paquete.

4: ¿Ha recibido promociones en la compra del producto?

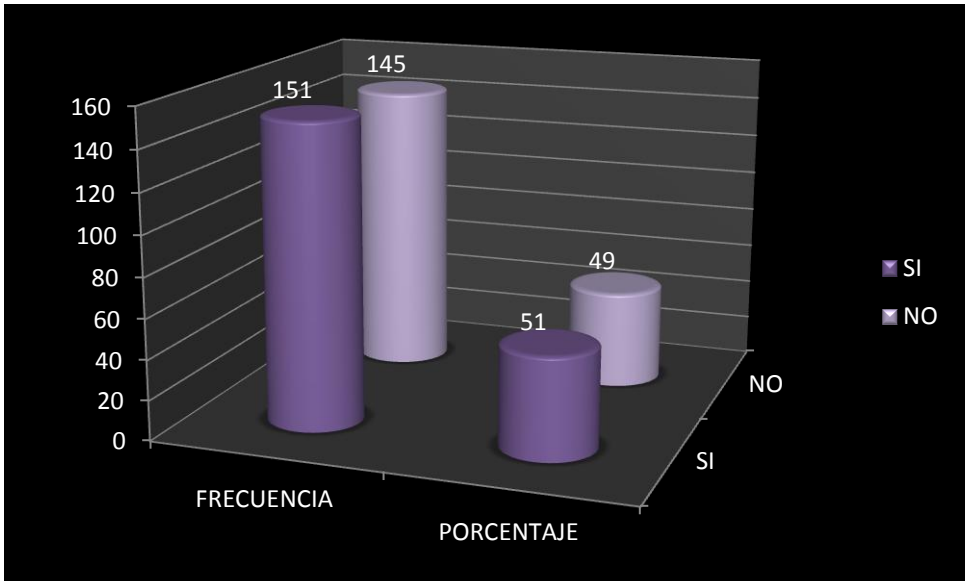
CUADRO Nº 5

PROMOCIONES POR COMPRA DEL PRODUCTO

PROMOCIONES POR COMPRA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
SI	*151*	*51%*
NO	*145*	*49%*
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 4



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Del gráfico que antecede, se observa que 151 encuestadas que equivalen al 51% manifestaron haber recibido promociones, mientras que 145 mujeres, 49%, no la han recibido.

Quienes manifestaron que sí, consideran promoción al obsequio de muestras que son entregadas en el momento de la compra, lo que para la empresa significa difusión de otros productos. Otras sí reciben porcentaje de descuentos por compras y dos por uno, esto a través de ventas por catálogo.

5: ¿Qué tipo de promociones ha recibido?

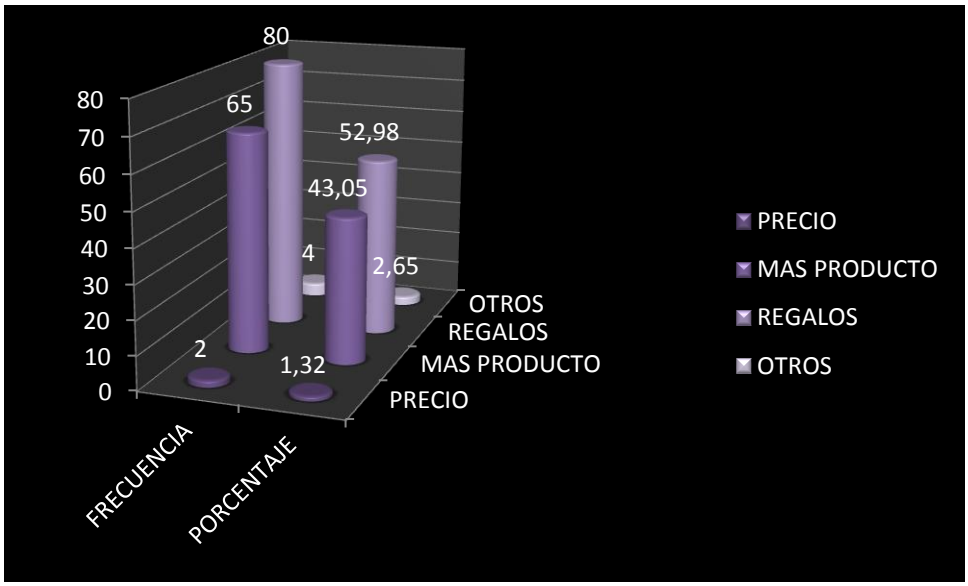
CUADRO Nº 6

TIPO DE PROMOCIONES

PROMOCIONES POR COMPRA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
PRECIO	*2*	*1,32%*
MÁS PRODUCTO	*65*	*43,05%*
REGALO	*80*	*52,98%*
OTROS	*4*	*2,65*
TOTAL	***151***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 5



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Del gráfico que antecede, se observa que de 151 encuestadas que han recibido algún tipo de promoción al adquirir toallitas desmaquilladoras, el 52,98% manifestaron haber recibido promociones de regalos, el 43,05% manifiesta que más productos, el 2,64% manifiesta que otro tipo de promociones como producto a crédito; y, el 1,32% prefieren que se les dé un precio más bajo como promociones.

Consideran como garantía recibida, el embalaje del producto, pero no lo relacionan con el servicio post-venta en el momento que exista alteración en el producto. Las que señalaron que no han recibido garantía, indicaron que no existe seguridad después de la compra, ya que la mayoría de empresas no aceptan devoluciones.

6: ¿Cuántas damas de su familia utilizan toallitas desmaquilladoras hidratantes?

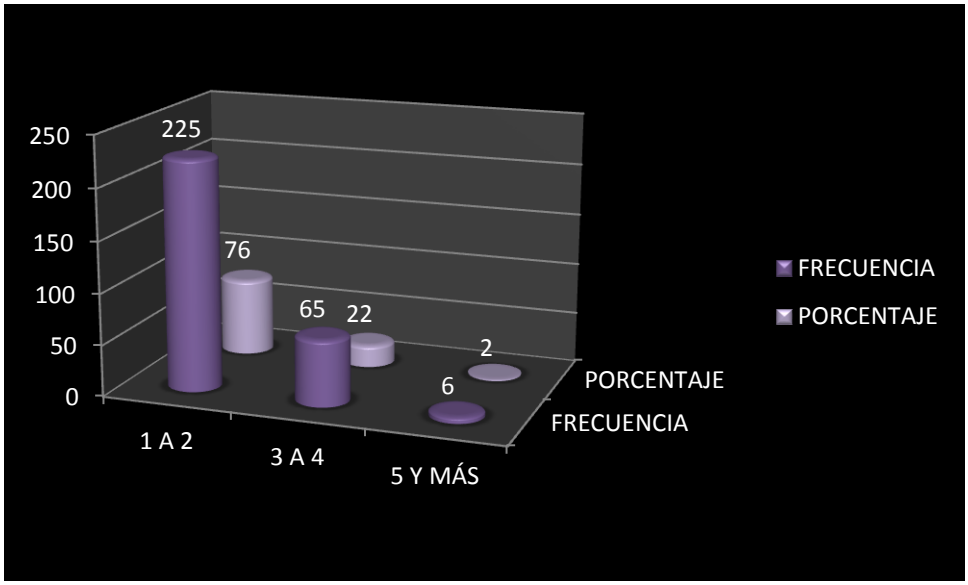
CUADRO Nº 7

UTILIZACIÓN DEL PRODUCTO DAMAS EN FAMILIA

USO TOALLITAS MUJERES-FAMILIA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
1 A 2	*225*	*76%*
3 A 4	*65*	*22%*
5 Y MÁS	*6*	*2%*
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 6



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Como se puede observar el 76% que corresponden a 225 damas, forman parte de un grupo familiar con 1 a 2 mujeres, el 65% es decir 22 mujeres, se integran por 1 a 2 personas, y únicamente el 2%, o sea 6 encuestadas se componen por 5 a más integrantes femeninas.

La gran población femenina, que integra cada uno de los hogares, utiliza toallitas desmaquilladoras hidratantes y requiere de una capacidad económica equivalente a soportar el alto costo de los productos que oferta el mercado.

7: ¿Cuánto es el precio que paga por un paquete de 25 toallitas desmaquilladoras deshidratantes?

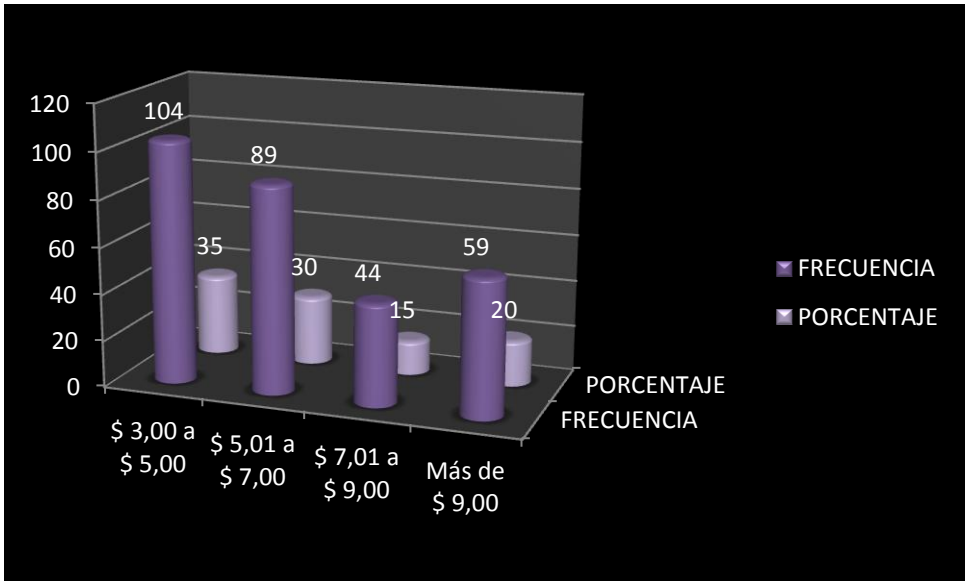
CUADRO Nº 8

GASTO ANUAL EN COMPRA DEL PRODUCTO

GASTO AL AÑO $	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
$ 3,00 a $ 5,00	104	35
$ 5,01 a $ 7,00	89	30
$ 7,01 a $ 9,00	44	15
Más de $ 9,00	59	20
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 7



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En este referente, la gran mayoría de encuestadas, es decir, 144 personas, que representa el 35% pagan por un paquete de 25 unidades entre $ 3,00 a $ 5,00 dólares, 89 mujeres (30%), pagan por un paquete de 25 unidades entre $ 5,01 a $ 7,00 dólares y un 20% pagan por un paquete de 25 unidades entre $ 7,01 a $ 9,00 dólares.

La gran mayoría prefiere toallitas desmaquilladoras de marcas reconocidas, por lo que deben administrar un presupuesto elevado para adquirir los de su preferencia. El resto de población encuestada, se maneja con un precio entre $ 5,00 a $ 7,00 dólares por pagan por un paquete de 25 unidades, lo que significa también limitaciones para adquirir productos garantizados, debido a que el costo frente a la calidad no es acorde y en su gran mayoría consideran sus precios como elevados.

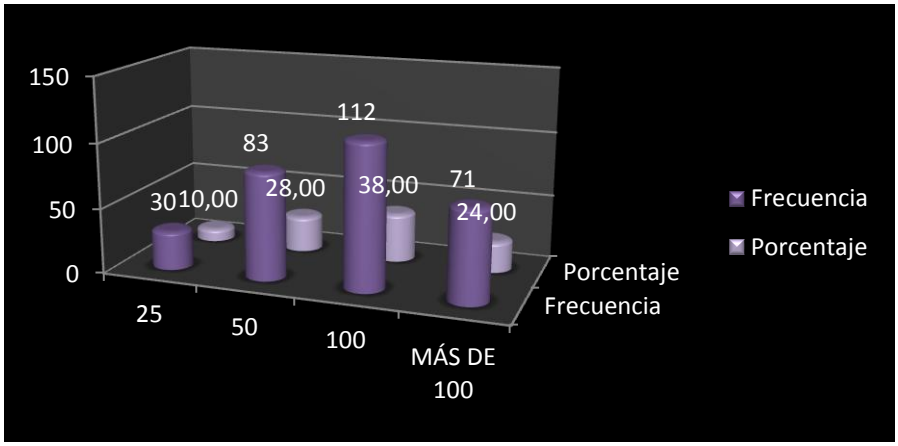
8: ¿Qué cantidad de toallitas desmaquilladoras deshidratantes prefiere?

CUADRO Nº 9
PREFERENCIA DEL PRODUCTO EN CANTIDAD

CANTIDAD DE TOALLITAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25	30	10%
50	83	28%
100	112	38%
MÁS DE 100	71	24%
TOTAL	296	100,00%

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 8



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En la presente pregunta de la representación gráfica se precisa que para la mayoría de encuestadas, es decir 112 personas con el 38% prefieren los paquetes de 100 unidades, seguido por 83 personas 28% se inclinan por los paquetes de 50 unidades, 71 personas 24% prefieren los paquetes de más de 100 toallitas desmaquilladoras y en un bajo porcentaje se encuentran 30 encuestadas 10% que utilizan paquetes de 25 unidades.

La preferencia el tamaño del paquete de 100 unidades de toallitas desmaquilladoras tiene relación con la frecuencia de uso, la circunstancia en que se lo utiliza, la calidad (perduración) y la cantidad.

9: ¿Qué marcas de toallitas desmaquilladoras hidratantes es de su preferencia?

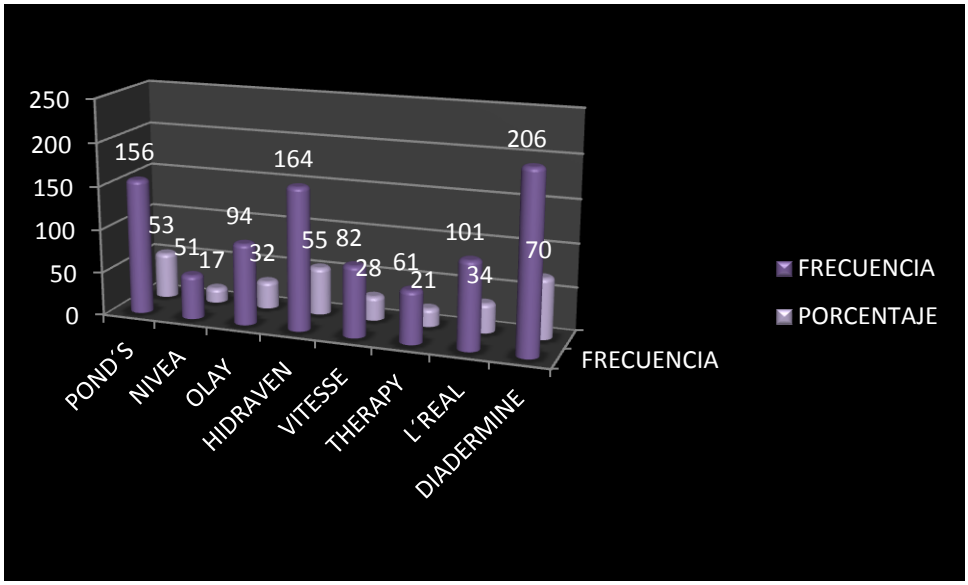
CUADRO Nº 10

MARCAS DE PREFERENCIA

MARCAS DE PREFERENCIA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
POND´S	*156*	*53%*
NIVEA	*51*	*17%*
OLAY	*94*	*32%*
HIDRAVEN	*164*	*55%*
VITESSE	*82*	*28%*
THERAPY	*61*	*21%*
L´REAL	*101*	*34%*
DIADERMINE	*106*	*40%*

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 9



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Esta pregunta por ser de múltiples alternativas, requiere la relación horizontal. Conforme al gráfico, se desprende que el 40% de la muestra (106 mujeres) prefieren de la marca Diadermine, el 55% (164 mujeres) se inclinan por la marca Hidraven, el 53% (156 mujeres) prefieren de la marca Pond´s, el 34% (101 mujeres) de la marca L´real, el 32% (34 mujeres) prefieren Olay, 28% (82 mujeres) prefieren Vitesse, el 21% (61 mujeres) prefieren de la marca Therapy; y, el 17% (51 mujeres) prefieren de la marca Nivea.

10: ¿Está conforme con las toallitas desmaquilladoras que se ofertan en el mercado?

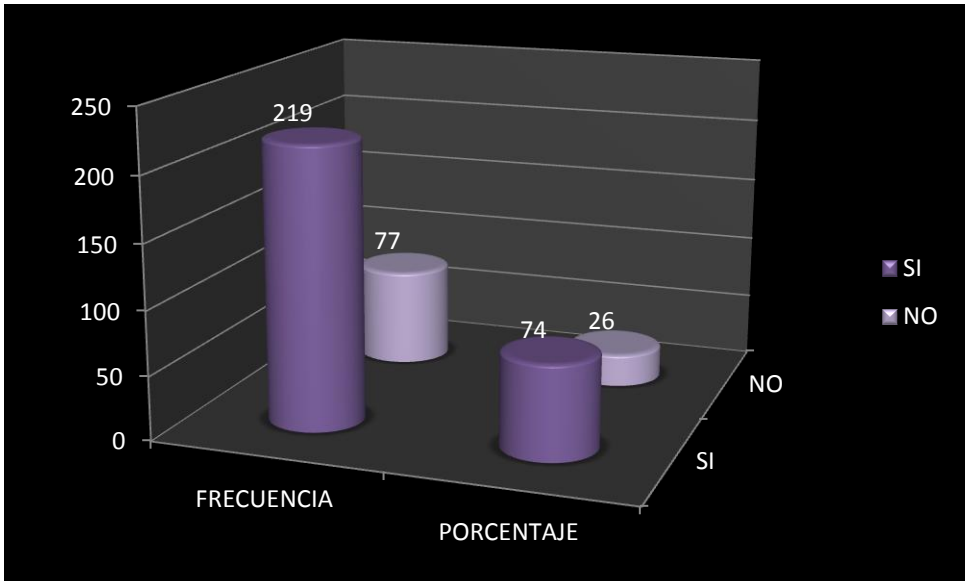
CUADRO Nº 11

CONFORMIDAD DE OFERTA DE PRODUCTOS DEL MERCADO

CONFORMIDAD CON PRODUCTOS DEL MERCADO	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
SI	*219*	*74%*
NO	*77*	*26%*
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 10



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

En este referente, el 74% de la muestra, correspondiente a 219 damas, están conformes con las toallitas desmaquilladoras que se ofertan en el mercado, lo contrario opinan el 26% con 77 personas que manifiestan su inconformidad.

La conformidad viene por la variedad de marcas existentes en el mercado, no así por su calidad, especialmente de los productos adquiridos por catálogo, que en muchos casos el producto varía en su aroma y tamaño, esto en relación a la muestra presentada en el catálogo.

11: ¿Cuáles son los medios de comunicación que prefiere usted?

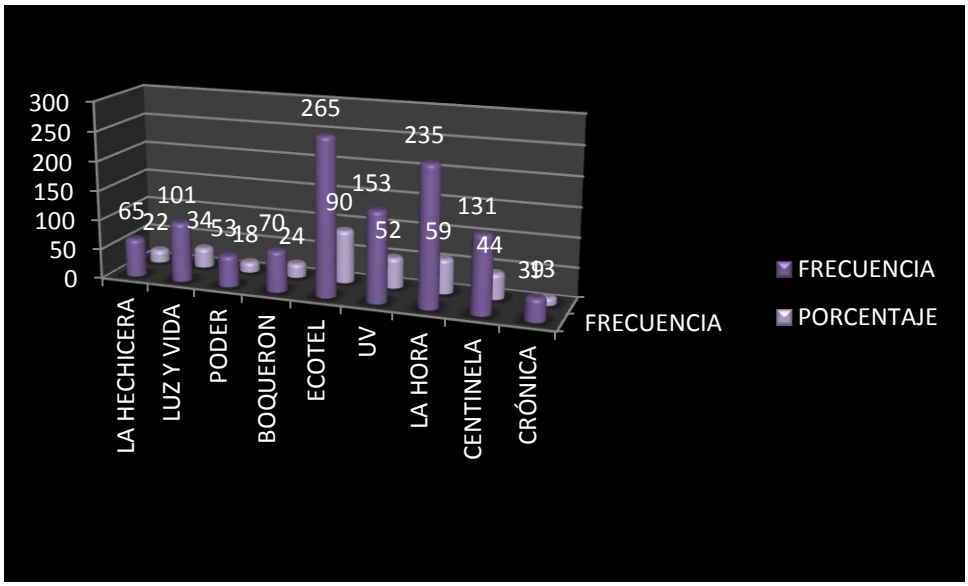
CUADRO Nº 12

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD PARA LA OFERTA DEL PRODUCTO.

RADIOS								***TV***				***PERIODICO***					
LA HECHICERA		*LUZ Y VIDA*		*PODER*		*BOQUERON*		*ECOTEL*		*UV*		*LA HORA*		*CENTINELA*		*CRÓNICA*	
FREC.	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*	*FREC.*	*%*
65	*22*	*101*	*34*	*53*	*18*	*70*	*24*	*265*	*90*	*153*	*52*	*235*	*79*	*131*	*44*	*39*	*13*

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 11



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Del gráfico que antecede, se aprecia que más escuchan los encuestados es la Radio Luz y Vida con el 34%, la televisión más vista es Ecotel TV con un 90% de aceptación, claro está en la televisión local que es la que más conviene a los interese de la empresa a crearse; y, la prensa escrita que más lea la ciudadanía es La Hora con un 79%.

El medio de comunicación que más utilizan los encuestados y son de su preferencia es sin lugar a dudas la Radio, la cual determinará la forma de poder promocionar la nueva empresa.

12: ¿Si se creara empresa lojana productora y comercializadora de toallitas desmaquilladoras hidratantes de muy buena calidad, con precios competitivos, Ud. Adquiriría el producto?

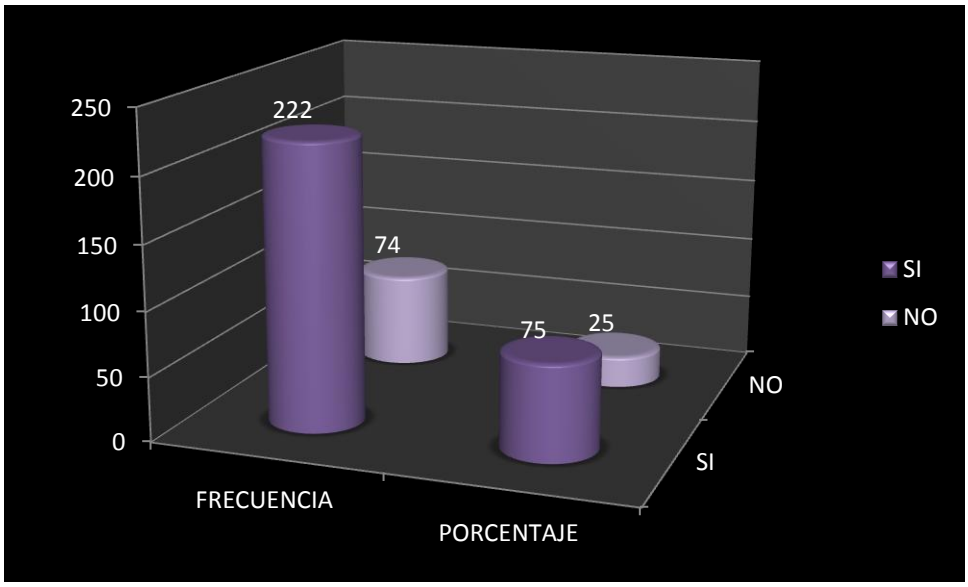
CUADRO Nº 13

VOLUNTAD DE COMPRA A NUEVA EMPRESA

ADQUISICIÓN PRODUCTO A NUEVA EMPRESA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
SI	*222*	*75%*
NO	*74*	*25%*
TOTAL	***296***	***100,00%***

Fuente: *Encuestas*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO Nº 12



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Ante la última pregunta realizada y de acuerdo a lo que presenta el cuadro anterior, el 75% es decir 222 mujeres están dispuestas a adquirir el producto a la nueva empresa local y el 25% (75mujeres) respondieron en forma negativa.

Las opiniones positivas se basan en criterios que se relacionan con el apoyo al crecimiento industrial de la ciudad, así como a la posibilidad de adquirir productos de calidad, garantía y precios accesibles. Señalaron que los lojanos estamos en capacidad de superar a inversionistas de países vecinos o de otras ciudades del Ecuador, y que ya es el momento de valorar el producto nacional, con el cual van a tener mayor seguridad, garantía para reclamos, facilidad para los compradores.

Es necesario también comentar las opiniones negativas que se fundamentan en los siguientes aspectos: falta de promociones, inseguridad y desconfianza en los productos nacionales.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES DE LA CIUDAD DE LOJA

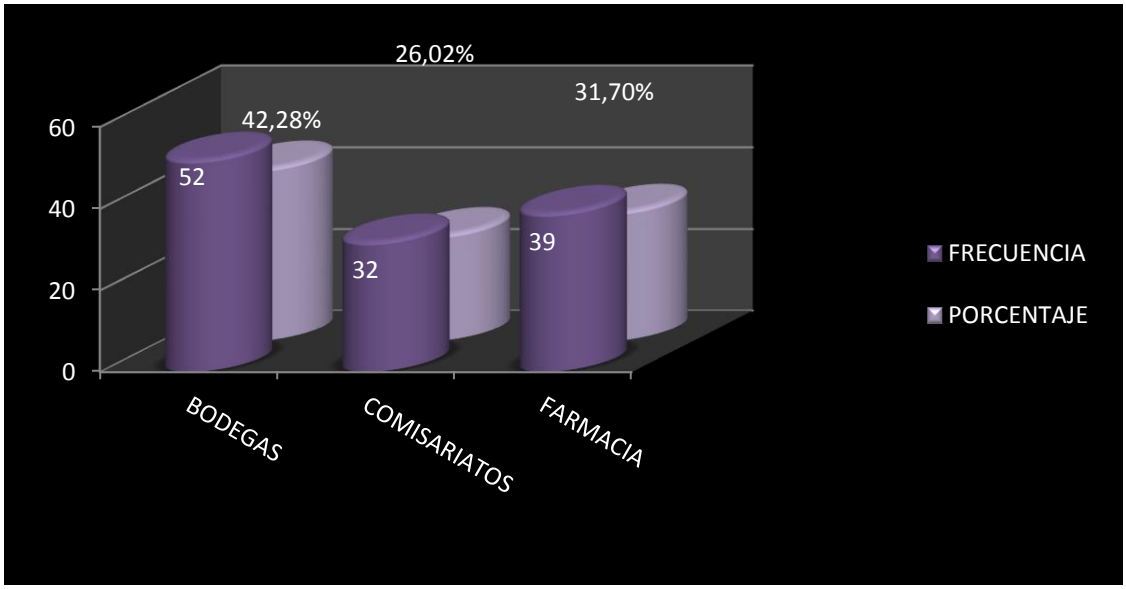
1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

CUADRO Nº 14

VARIABLE	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE %***
Bodegas	*52*	*42,28*
Comisariatos	*32*	*26,02*
Farmacias	*39*	*31,70*
TOTAL	***123***	***100%***

Fuente: *Cámara de Comercio de Loja*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO N° 13



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 42% de los encuestados corresponde a bodegas que venden toallitas desmaquilladoras, el 32% corresponde a Farmacias, y el 26,02% corresponde a Comisariatos.

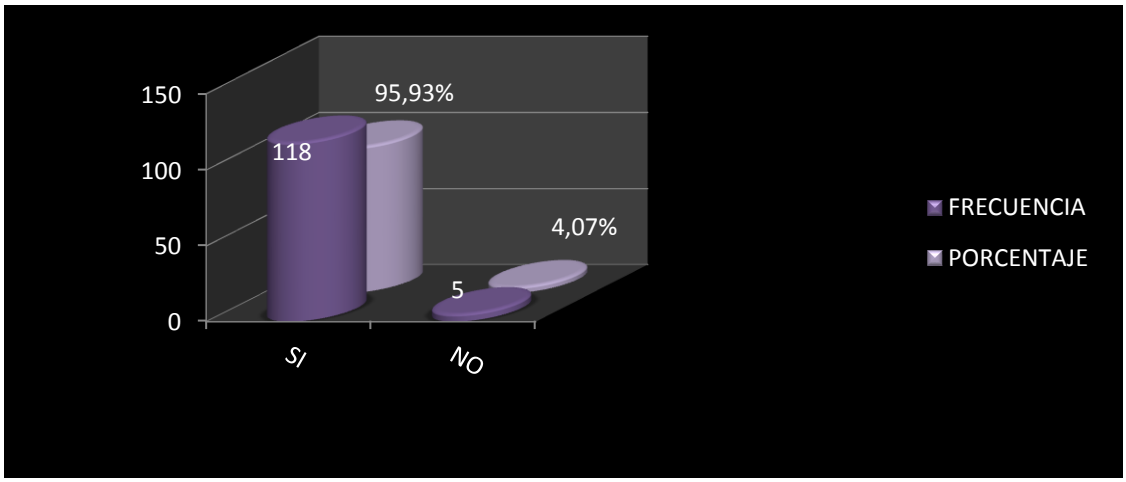
2. ¿Vende en su negocio toallitas desmaquilladoras?

CUADRO Nº 15

VARIABLE	*FRECUENCIA*	*PORCENTAJE %*
SI	*118*	*95,93*
NO	*5*	*4,07*
TOTAL	***123***	***100%***

Fuente: *Encuesta oferentes*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO N° 14



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 95,93% de los encuestados manifiestan que venden toallitas desmaquilladoras; y, únicamente el 4,07% de ellos manifiesta que no, siendo este mínimo porcentaje las bodegas, lo que determina que la mayoría de establecimientos encuestados venden toallitas desmaquilladoras.

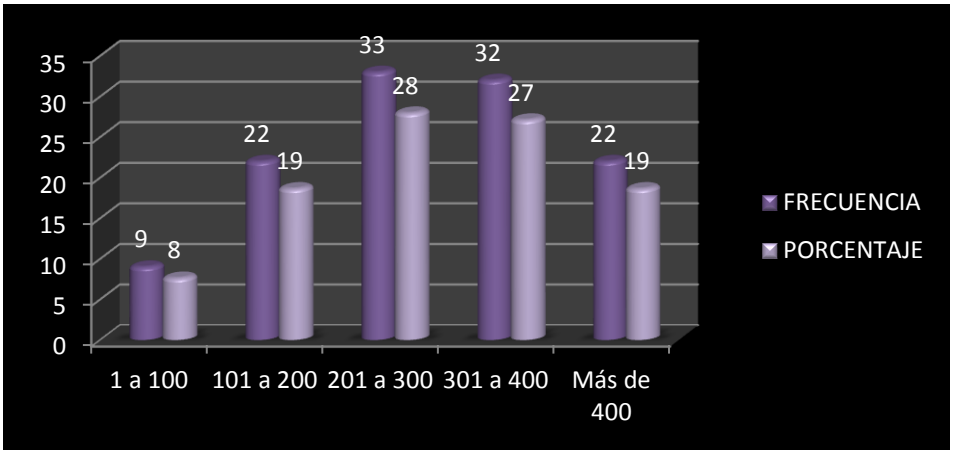
3. ¿Qué cantidad de toallitas desmaquilladoras vende mensualmente?

CUADRO Nº 16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 100	9	8
101 a 200	22	19
201 a 300	33	28
301 a 400	32	27
Más de 400	22	19
TOTAL	**118**	**100**

Fuente: *Encuesta oferentes*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO N° 15



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Para poder determinar el número de toallitas desmaquilladoras que se comercializan, el 28% de los comercializadores venden entre 201 a 300 paquetes de 25 unidades de toallitas desmaquilladoras, el 27% entre 301 a 400, el 19% entre 101 a 200, en el mismo porcentaje más de 400; y el 8% entre 1 a 100 paquetes.

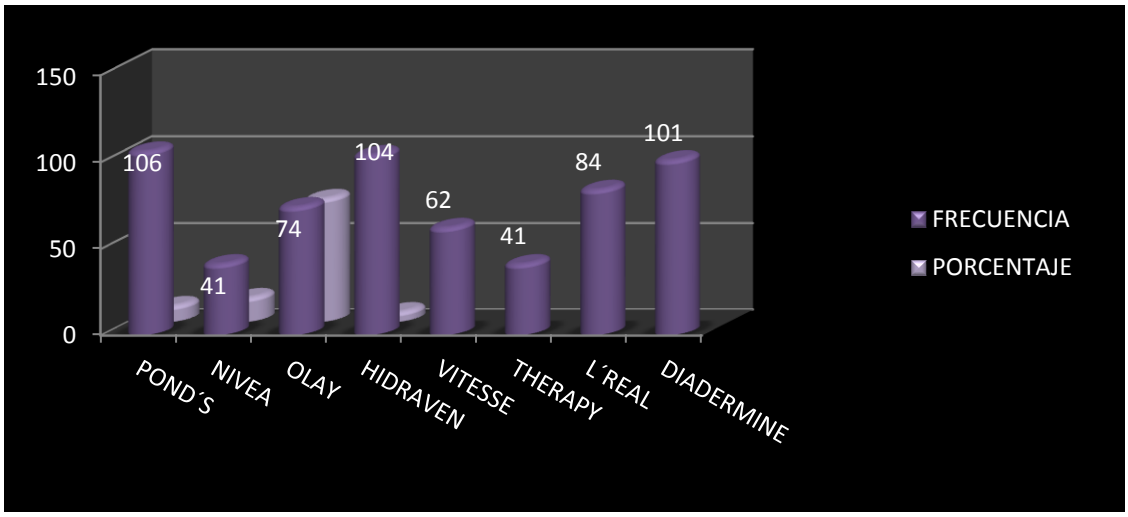
4. ¿Indique las marcas que mayor vende?

CUADRO Nº 17

MARCAS DE PREFERENCIA	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE***
POND´S	*106*	*89,83*
NIVEA	*41*	*34,75*
OLAY	*74*	*62,71*
HIDRAVEN	*104*	*88,14*
VITESSE	*62*	*52,54*
THERAPY	*41*	*34,75*
L´REAL	*84*	*71,19*
DIADERMINE	*101*	*85,59*

Fuente: *Encuestas Oferentes*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO N° 16



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

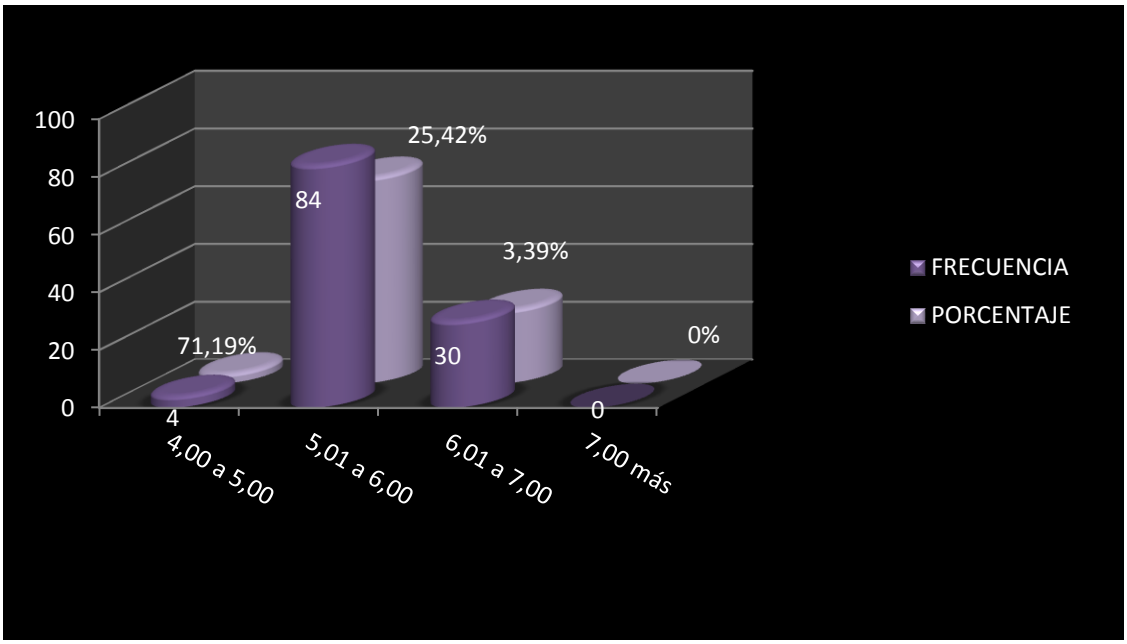
Al tratarse de una pregunta de varias alternativas, los encuetados contestaron de varias alternativas, determinando que la mayoría de comercializadoras venden de las marcas POND´S, DIADERMINE, HIDRAVEN y L´REAL.

5. ¿A qué precio vende usted un paquete de 25 toallitas desmaquilladoras?

CUADRO Nº 18

VARIABLE	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE %***
4,00 a 5,00	*4*	*3,39*
5,01 a 6,00	*84*	*71,19*
6,01 a 7,00	*30*	*25,42*
7,00 más	*0*	*0*
TOTAL	***118***	***100***

GRÁFICO N° 17



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

De los datos obtenidos deducimos que el costo del paquete de 25 toallitas desmaquilladoras está en el rango de $5,01 a $6,00 dólares con un porcentaje de 71,19%. Concluimos que en el mercado no se podría ofertar toallitas desmaquilladoras a un precio de venta que supere a $ 7 dólares.

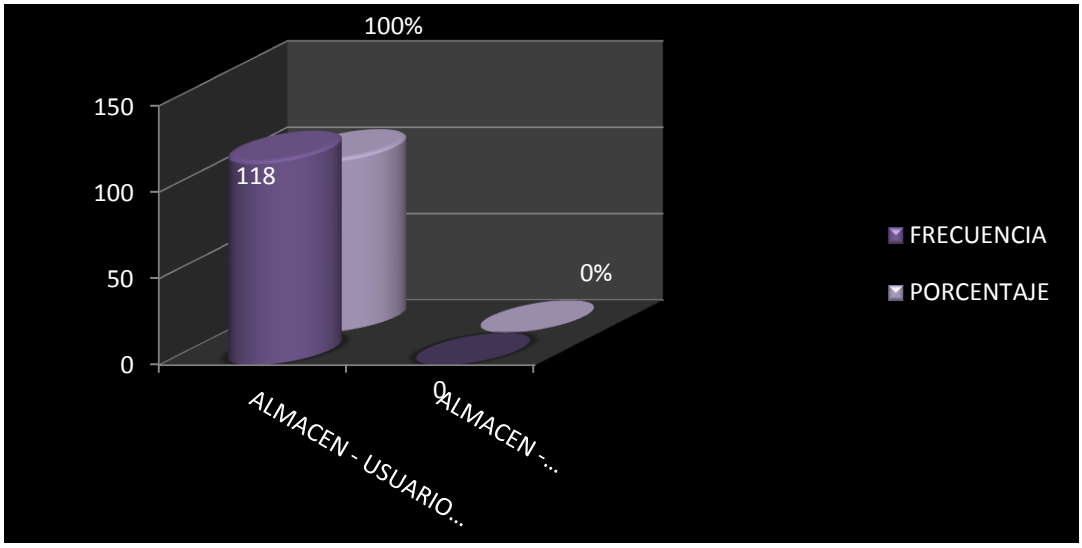
6. ¿Cuál es el canal de distribución que utiliza usted para comercializar las toallitas desmaquilladoras?

CUADRO Nº 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empresa– Usuario final	118	100
Empresa– Intermediario – Usuario final	0	0
TOTAL	**118**	**100**

Fuente: Encuesta oferentes
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 100% de los encuestados utilizan el canal de distribución directo este es almacén-usuario final.

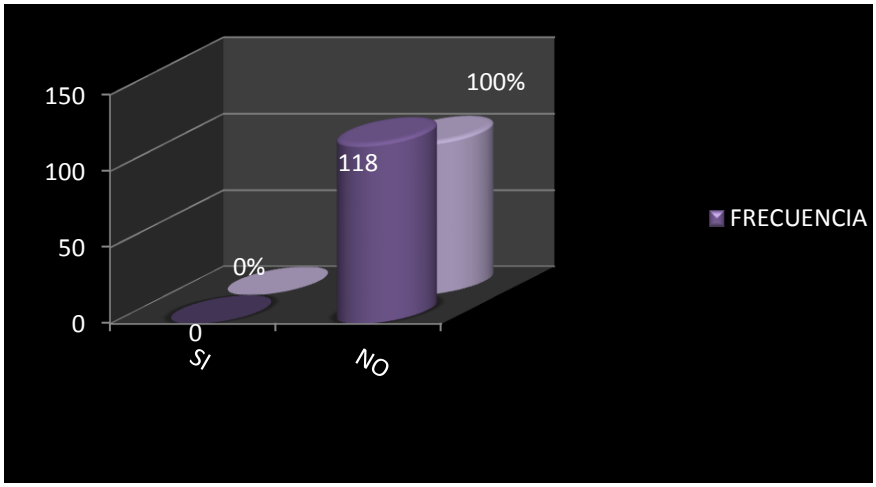
7. ¿Realiza algún tipo de promoción por la compra de toallitas desmaquilladoras?

CUADRO Nº 20

VARIABLE	***FRECUENCIA***	***PORCENTAJE %***
SI	*0*	*0*
NO	*118*	*100*
TOTAL	***118***	***100***

Fuente: *Encuesta oferentes*
Elaboración: *La Autora*

GRÁFICO N° 19



INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 100% de los oferentes no realizan promociones por la venta de toallitas desmaquilladoras.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Este tipo de estudio puede variar de un proyecto a otro dependiendo del producto o servicio en base al cual se lo va a realizar, pero siempre debe proporcionar información respecto a la demanda y a la oferta del bien, su precio, los canales de comercialización que pueden utilizarse y de ser necesarios otros aspectos a quien realice el proyecto determine importantes para presentar una idea clara de las posibilidades de éxito.

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

Demanda Potencial.

Para establecer el total de la población de estudio segmentada que utiliza toallitas desmaquilladoras hidratantes con proyección hasta el año 2021 (10 años) que es el tiempo estimado de duración del proyecto, se tomó como base la población femenina mayor a 15 años del sector urbano de la ciudad de Loja para el año 2011, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.08% anual.

Demanda Potencial 2011=39.132 $(1+0.0208)^1$ = 39.946 mujeres.

CUADRO Nº 21

DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL
0	39.132
1	39.946
2	40.777
3	41.625
4	42.491
5	43.375
6	44.277
7	45.198
8	46.138
9	47.098
10	48.077

Fuente: Cuadro Nº 1 (INEC, TC: 2.08%)
Elaboración: La Autora

Demanda Real

En base a la encuesta aplicada, se identifica la población femenina que realmente utiliza toallitas desmaquilladoras. Para establecer el consumo per cápita se tomó como referencia la pregunta Nº 4 que se refiere a la periodicidad con la que se adquiere el producto, a la vez se calcula el total anual de paquetes de toallitas desmaquilladoras por cada opción, resultado

que dividido para el total de encuestadas que utilizan el producto, presenta la cantidad de 4 unidades por persona al año.

CUADRO Nº 22

CONSUMO PER CÁPITA

PERIOD. DE COMPRA	**Nº meses Xm**	**FRECUENCIA F**	**TOTAL UNIDADES ANUAL F. Xm**
Mensual	12	38	456
Trimestral	4	133	532
Semestral	2	77	154
Anual	1	48	48
		296	**1.190**
F. Xm		**÷**	**N**
1.196		**÷**	**296**
Consumo per cápita		**=**	**4 u. p.**

Fuente: Cuadro Nº 4
Elaboración: La Autora

Con el consumo per cápita y el resultado de la primera pregunta ¿Utiliza Ud. Toallitas desmaquilladoras hidratantes? el 74% respondió afirmativamente, se calcula la demanda real de compradoras para el año 2011 y la demanda real en paquetes de toallitas desmaquilladoras hidratantes para el mismo período.

DP (74%) x 4 u. p.

CUADRO Nº 23

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 74%	D. REAL EN PAQUETES DE 25 UNIDADES (4 u. p.)
0	39.132	28.958	115.831
1	39.946	29.560	118.240
2	40.777	30.175	120.670
3	41.625	30.803	123.210
4	42.491	31.443	125.773
5	43.375	32.098	128.390
6	44.277	32.765	131.060
7	45.198	33.447	133.786
8	46.138	34.142	136.568
9	47.098	34.853	139.410
10	48.077	35.577	142.308

Fuente: Cuadros Nº: 2 y 21
Elaboración: La Autora

La Demanda Real para el año base será de 115.831 paquetes de toallitas desmaquilladoras por persona sexo femenino y para el año 10 será de 142.308 paquetes.

Demanda Efectiva

Para identificar la población segmentada con voluntad de compra de toallitas desmaquilladoras hidratantes a la nueva empresa, se utiliza el resultado en porcentaje de la pregunta Nº 12, de igual forma proyectada al año 2011 y la demanda efectiva en paquetes de 100 unidades de toallitas desmaquilladoras para el mismo período.

DR (75%) X 4 u. p.

CUADRO Nº 24
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 75%	D. EFECTIVA EN PAQUETES (4 u. p.)
0	28.958	21.719	86.874
1	29.560	22.170	88.680
2	30.175	22.631	90.525
3	30.803	23.102	92.409
4	31.443	23.582	94.329
5	32.098	24.074	96.294
6	32.765	24.574	98.295
7	33.447	25.085	100.341
8	34.142	25.607	102.426
9	34.853	26.140	104.559
10	35.577	26.683	106.731

Fuente: Cuadro Nº 13 y 23
Elaboración: La Autora

Oferta.

Se entiende por oferta la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes, productores, empleados o personas, ponen en el mercado para su comercialización a un precio determinado. De ello se desprende la necesidad de que en un proyecto de inversión se conozca la cantidad existente de los bienes que ya están en el mercado a disposición de los consumidores, ya que de ello también dependerá el éxito de la empresa. El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en la Provincia de Loja, por no existir empresas que elaboren estos productos, estableciendo solamente la comercialización en bodegas, comisariatos y farmacias, que según la Cámara de Comercio de Loja, en la ciudad de Loja existen 123 establecimientos que están registrados en esta entidad.

CUADRO Nº 25

OFERTA ACTUAL

VARIABLE	FRECUENCIA	XM	F x XM
1 a 100	9	50,5	454,5
101 a 200	22	150,5	3311
201 a 300	33	250,5	8266,5
301 a 400	32	350,5	11216
Más de 400	22	400,0	8800
TOTAL	**118**		**32048**

Fuente: Encuestas a oferentes (Cámara de Comercio de Loja)
Elaboración: La Autora

Así mismo para cuantificar la oferta durante el periodo de vida del proyecto, se realiza la proyección, considerando el 2.3 % como tasa de crecimiento para el sector económico de la ciudad de Loja.

CUADRO Nº 26

OFERTA PROYECTADA

AÑOS	OFERTA PROYECTADA 2,30%
*0	32.048
1	32.785
2	33.539
3	34.311
4	35.100
5	35.907
6	36.733
7	37.578
8	38.442
9	39.326
10	40.231

Fuente: Cámara de Industrias TC: 2.3%
Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha.

Una vez determinada la oferta, se requiere conocer la demanda insatisfecha para los años de vida útil del proyecto, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

DE – O = DI.

Demanda Efectiva – Oferta = Demanda Insatisfecha.

CUADRO Nº 27

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	D. EFECTIVA	OFERTA PROYECTADA 2,3 %	DEMANDA INSATISFECHA
*0	86.874	32.048	54.826
1	88.680	32.785	55.895
2	90.525	33.539	56.986
3	92.409	34.311	58.098
4	94.329	35.100	59.229
5	96.294	35.907	60.387
6	98.295	36.733	61.562
7	100.341	37.578	62.763
8	102.426	38.442	63.984
9	104.559	39.326	65.233
10	106.731	40.231	66.500

Fuente: Cuadros Nº 24 y Nº 26
Elaboración: La Autora

La Demanda Insatisfecha para el año 1 asciende a 55.895 cajas desmaquilladoras de 25 unidades y para el año 10 de 66.500 cajas desmaquilladoras de 25 unidades.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES.

Para conseguir que la idea, materia de la realización del proyecto no fracase, es menester trazar un plan real y concreto luego de estudiar el mercado, su realidad actual y porque no de los procesos anteriores a este, para afianzar nuestra seguridad de invertir, ya que cada plaza es distinta, tienen sus propias particularidad y complejidades que solo con estrategias sólidas las podremos afrontar. Puede mencionar entre las estrategias de mercado las siguientes: el análisis del mercado y sus necesidades, la determinación del producto adecuado, sus características, el precio, la selección de un segmento dentro del mismo y la comunicación de nuestro mensaje, la logística de la distribución del producto. La demanda insatisfecha, la competencia y las necesidades de los clientes, permitirán establecer las estrategias adecuadas y de conveniencia para el posicionamiento del producto.

Producto.

Para lograr la introducción del producto Toallitas hidratantes desmaquilladoras al mercado de la ciudad de Loja, es necesario relacionar sus características con los gustos y preferencias del usuario, este referente se lo consiguió de las encuestas aplicadas al sector femenino, con edades

de 15 a 60 años. La información obtenida en la interpretación de resultados, orienta en el establecimiento de las estrategias que se detallan a continuación:

- Producción de toallitas desmaquilladoras
- Ofrecer precios accesibles al mercado local.
- Emplear para el proceso de producción, materias primas con componentes de calidad.
- Utilizar equipos de laboratorio básico y apropiado.
- Presentar el producto al usuario con imagen llamativa tanto en su envase como en su caja de presentación.
- Establecer controles de calidad en todo el proceso de producción.
- Emplear sellos o etiquetas de garantía.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ENVASES

NOMBRE DEL PRODUCTO Y LOGOTIPO

SLOGAN

NUVENIA

Nuevo Tejido Desmaquilla mejor

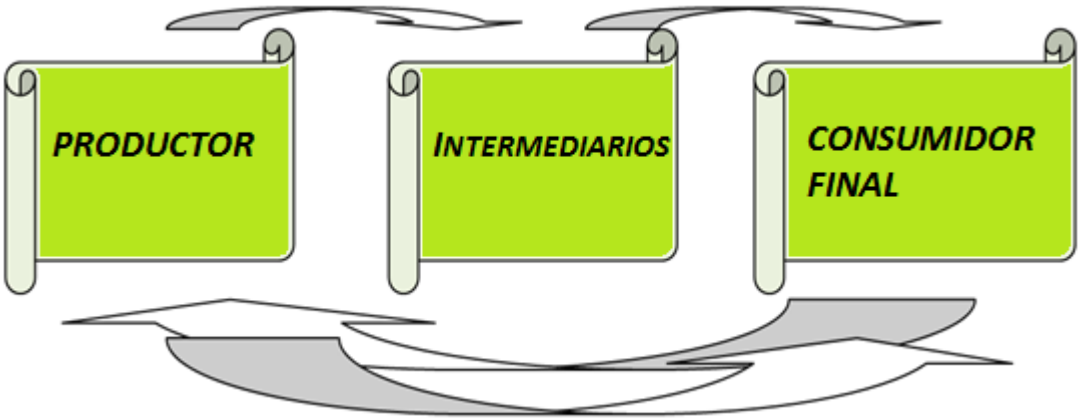
Precio.

Los precios a fijarse y que se establecerán a partir del estudio técnico, contribuirán a conseguir los objetivos de la empresa, tomando en cuenta que este cubra los costos de producción y el margen de utilidad tanto a la empresa como a los vendedores, considerando además los que oferta la competencia esto es en precios que varían entre $ 1,43 dólares, $ 1,80 dólares y $ 2,40 dólares, así mismo, para determinarlo se tomará en consideración los criterios de flexibilidad y orientación al mercado.

Plaza.

Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales (benchmarking).

La empresa para llevar el producto hasta el usuario final, utilizará el siguiente canal de distribución:



Se ha determinado este canal de distribución ya que mediante este la empresa pondrá en los diferentes intermediarios de negocios las toallitas desmaquilladoras, los mismos que ayudaran a vender el producto al consumidor finas, pero también la empresa pondrá vender directamente al consumidor final, pero al mismo precio de los intermediarios, para no perder el valor del precio establecido al público.

Promoción.

Para ingresar al mercado local y enfrentar a la competencia, se utilizarán tres herramientas promocionales para alcanzar los objetivos de publicidad y de mercadotecnia, que se describen a continuación:

Publicidad.

Se aplicará una efectiva publicidad con información a través de Diario La Hora los diferentes medios de comunicación disponibles y de mayor sintonía con el mensaje de la empresa para dar a conocer las toallitas desmaquilladoras deberá informar, convencer y recordar, así mismo tendrá los siguientes contenidos:

- Nombre de la marca
- Slogan
- Beneficios del producto
- Materia prima utilizada
- Registro sanitario
- Lugar de ubicación y contactos telefónicos.
- Cantidad del Contenido en unidades

Anuncio para Diario La Hora:

Promoción de Ventas.

Los incentivos para alentar las compras o ventas de toallitas desmaquilladoras, serán:

- Promoción de consumo.
  - Paquetes promocionales o descuentos: Precios rebajados de hasta un 20% en fechas especiales con instrucciones en el catálogo.
- Promoción Comercial.

- Promoción de ventas para conseguir el compromiso del Agente Vendedor en sus esfuerzos por colocar las toallitas desmaquilladoras, con descuentos de hasta un 25%.

Ventas Personales.

Los Agentes Vendedores se encargarán de realizar visitas domiciliarias y de instituciones públicas y privadas de la ciudad de Loja, con la utilización de los siguientes recursos que serán cuidadosamente diseñados: catálogos y muestrarios.

Proveedores.

La materia prima a utilizar en la producción de toallitas desmaquilladoras, será adquirida a proveedores e importadores de la ciudad de Guayaquil. La asistencia técnica para la combinación de las mismas y las cantidades, serán efectuadas con el asesoramiento de un Ingeniero Químico.

INGREDIENTES DE LAS TOALLITAS DESMAQUILLADORAS:

- Nowoven (40%), Impregnatingsolution (60%), wáter, polysorbate 20, Phenoxyethanol, Methylparaben, Ethylparaben, Fragancia.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño Del Proyecto.

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año.

Capacidad Instalada.-La capacidad instalada estará en función de la demanda insatisfecha y que la empresa puede cubrir en el tiempo indicado. Para la producción de toallitas desmaquilladoras se ha considerado utilizar los siguientes equipos:

La capacidad de la empresa en la utilización de la maquinaria es de120 toallitas, según especificaciones de la etiqueta de la maquinaria a utilizar, en cada paquete van 25 toallitas, lo que determina 6 paquetes de 25 toallitas por hora, esto es 144paquetes en el día en las 24 horas diarias, multiplicado por los 365 días al año nos da 52.560 paquetes de 25 toallitas al año.

Para las 8 horas diarias se multiplica 6 paquetes de 25 toallitas desmaquilladoras por 8 horas nos da 48 paquetes de toallitas diarias, que multiplicadas por 263 días laborables al año no determina una capacidad máxima de la máquina y de la empresa trabajando al 100% de su capacidad

pero solo en 8 horas da 12.624 paquetes de toallitas desmaquilladoras al año.

El 100% de la capacidad instalada utilizada las 24 horas del día y por los 365 días del año es de 52.560 paquetes de 25 toallitas desmaquilladoras, al 100% de la capacidad instalada utilizando las 8 horas del día y por los 263 días laborables es de 12.624 paquetes de 25 toallitas desmaquilladoras, determinados de la siguiente manera:

CUADRO Nº 28

100% CAPACIDAD INSTALADA

Equipo	**Capacidad**	**Producción en 24 horas por día**	**Producción en 8 horas diarias**	**100% Capacidad anual (263 días)**
DKDK 40 MÁQUINA	6 PAQUETES DE 25 TOALLITAS POR HORA	144 paq.	48 paq.	12.624

Fuente: Capacidad máquina (IDEAL – Quito)
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 29

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL

Demanda Insatisfecha Año 1	Porcentaje %	Capacidad Instalada
55.895	22,58	12.624
Total Capacidad Instalada 100%		**12.624**

Fuente: Cuadro Nº 27 y 28
Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada. Es la cantidad de unidades de toallitas desmaquilladoras que la empresa va a producir, considerando la capacidad instalada o capacidad de producción del equipo, tomando únicamente un porcentaje que permita cubrir el riesgo de una producción con una capacidad instalada superior a la demanda esperada.

El inicio de las actividades productivas de la empresa, considera los factores que no permiten la utilización del 100% de la capacidad instalada, como son: introducción del producto, escogitamiento de la mano de obra, materia prima, capacidad económica, etc.

Por las razones expuestas, se ha estimado que para el primer año de vida útil, se utilizará el 70% de la capacidad instalada, para el segundo, el 75% y

para los años subsiguientes un incremento del 5% para cada año hasta completar el 90% de dicha capacidad.

CUADRO Nº 30
CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Capacidad Instalada	% Capacidad Utilizada	Capacidad Utilizada
1	12.624	70 %	8.837
2	12.624	75 %	9.468
3	12.624	80 %	10.099
4	12.624	85 %	10.730
5	12.624	90 %	11.362
6	12.624	90 %	11.362
7	12.624	90 %	11.362
8	12.624	90 %	11.362
9	12.624	90 %	11.362
10	12.624	90 %	11.362

Fuente: Cuadro Nº 29
Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Aspectos Localizacionales.

Para la localización de la empresa y el cumplimiento de sus objetivos, se ha identificado el lugar que evidencia las garantías para la buena marcha de la

actividad productiva, se ha considerado los aspectos localizacionales que constituyen la facilidad que tendría la empresa para transportar el producto terminado. Así mismo, el acceso al mercado en la zona urbana, el transporte que también facilita el traslado del personal de planta y de materias primas, otro factor importante es la disponibilidad de servicios básicos como energía eléctrica, agua, acceso a redes telefónicas e Internet.

Macrolocalización. La zona que atenderá el proyecto, que de acuerdo con los estudios realizados corresponde a la ciudad de Loja, que cuenta con la infraestructura necesaria para la instalación de la empresa.

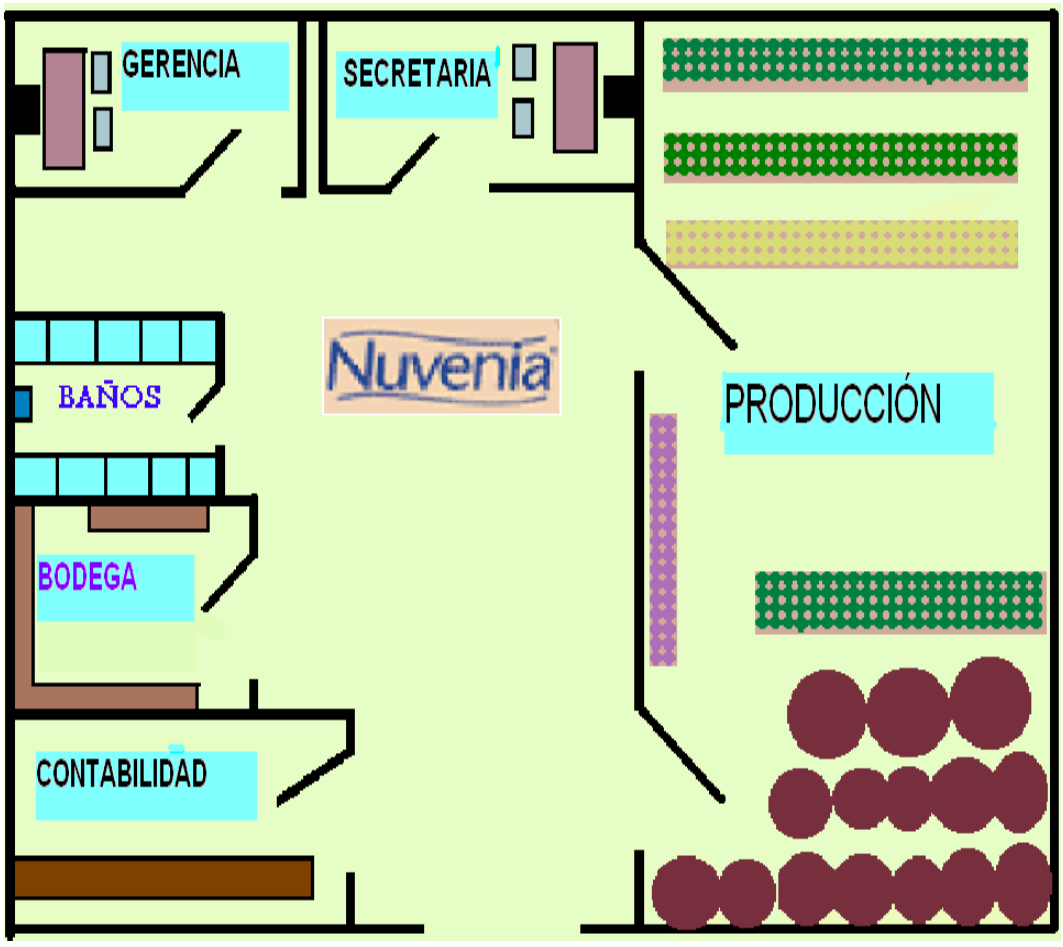
Norte de la ciudad de Loja, en la Parroquia El Valle, Cantón Loja, Ciudadela La Paz, Av. Salvador Bustamante Celi12-15 y Homero Idrovo.

El lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a mercados, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, seguridad, educación, servicios médicos y más factores detallados en el cuadro que antecede.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA NUVENIA

INGENIERIA DEL PROYECTO

DISTRIBUCIÓN DE ÁREA FÍSICA



Descripción de la Planta: El espacio físico a utilizar con una dimensión de 120 $m^{2,}$ se distribuye de la siguiente forma:

- Gerencia 12 m^2
- Recepción – Secretaría 18 m^2
- Contabilidad 10 m^2
- Envasado y etiquetado 20 m^2
- Despacho 12 m^2
- Bodega 15 m^2
- Guardianía 9 m^2
- Patio interior 16 m^2

- Corredor acceso 8 m^2

TOTAL DEL ÁREA 120 m^2

- Garajes Exteriores 25 m^2

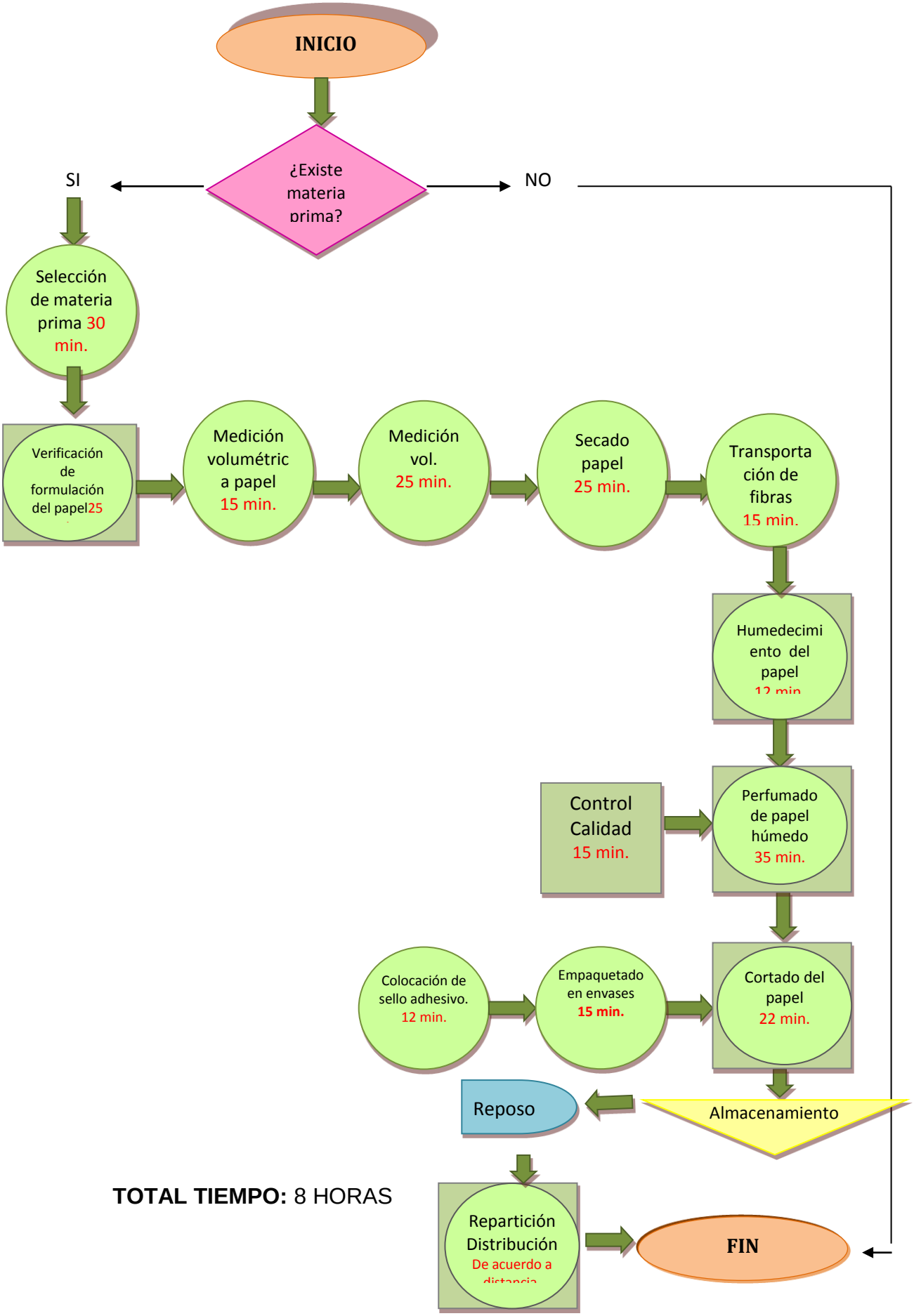
Proceso Productivo

A continuación se describe cada una de las actividades que se requieren para transformar la materia prima en producto terminado.

Las toallitas desmaquilladoras se producen como tendida al aire de papel donde las fibras son transportadas y formado a la estructura de papel por aire. Se humedece con agua u otros líquidos como alcohol isopropílico , dependiendo de las aplicaciones. El papel puede ser tratado con suavizantes, lociones o perfumes añadidos para que las propiedades adecuadas o "sentimiento". Las toallitas desmaquilladoras húmedas terminados se doblan y se ponen en el paquete de tamaño de bolsillo o un dispensador de caja.

Flujograma de Procesos

A través del flujograma, se representa gráficamente la secuencia lógica de las tareas, tiempos y equipo empleado para la producción de toallitas desmaquilladoras.



TOTAL TIEMPO: 8 HORAS

Recursos necesarios para el desarrollo de las actividades y recursos materiales.

EQUIPOS

Los Equipos que se describen a continuación son los utilizados explícitamente en el proceso de producción de toallitas desmaquilladoras.

Empaquetadora Vertical Automática: Sirve para la fabricación de toallitas, en su empaquetado y sellado automático

Balanza para medir densidad del papel: La balanza para medir densidad PCE-DBW es un aparato económico para determinar la densidad con una resolución de 0,001 g/cm³.

Máquina secadora y perfumadora de papel: Marca SOMA.KZ.TOO, de nacionalidad Brasileña, servirá para secar el papel y para perfumarlo al mismo.

Etiquetadora manual: Recipientes de vidrio para medir volúmenes con gran precisión.

Cortadora de papel: de marca PH-9036, la que permitirá cortar el papel para las toallitas desmaquilladoras.

INDUMENTARIA DE BIOSEGURIDAD

- Gorros

- Mandiles

- Guantes

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES AMBIENTALES:

El proyecto de inversión para la producción y comercialización de toallitas desmaquilladoras, no afecta al medio ambiente ya que no se emplean elementos tóxicos que puedan afectar al ecosistema.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Organización Legal

MODELO 1.- MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA NUVENIA CIA. LITDA.

Señor Notario Primero del cantón Loja doctor Stalin Alvear Sírvase Usted extender, en su Registro de Escrituras Públicas una de Constitución de la Empresa de Responsabilidad Limitada, que otorga los señores Mónica Yaneth Cuenca Riofrío portadora de la cédula de ciudadanía Nº1102655894, soltera, domiciliada en Loja, Pablo Fernando Cuenca Riofrío portador de la cédula de ciudadanía Nº1103822583, casado, domiciliado en Loja, Santiago Manuel Castro Sandoval portador de la cédula de ciudadanía Nº0702655241, soltera, domiciliada en Loja y Fredy Andrés Cuenca Villa, portador de la cédula de ciudadanía Nº1102655327, soltero, domiciliado en Loja, en los términos siguientes:

Primera.- Los otorgantes se comprometen a constituir una Empresa de Responsabilidad Limitada al amparo del Decreto ley Nº 21621, sus modificatorias y complementarias, para dedicarse al comercio, la que se denominará NUVENIA

Segunda.- La Empresa Nuvenía, se regirá por los siguientes:

ESTATUTO CAPÍTULO PRIMERO DETERMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN Y DOMICILIO DE LA EMPRESA

Artículo Primero.- La denominación de la Empresa que por esta escritura se constituye es NUVENIA, cuyos Titulares son Mónica Yaneth Cuenca Riofrío, Pablo Fernando Cuenca Riofrío, Santiago Manuel Castro Sandoval y Fredy Andrés Cuenca Villa.

Artículo Segundo.- El objeto de la Empresa es producir y comercializar toallitas desmaquilladoras hidratantes

Artículo Tercero.- La Empresa tendrá una duración indeterminada, de diez años con las limitaciones que señala la Ley e iniciará una duración indeterminada, con las limitaciones que señala la Ley e iniciará sus actividades al inscribirse en el Registro Mercantil esta Escritura, los actos y contratos celebrados en su nombre antes de que aquella se inscriba en los Registro Públicos será reconocidos como válidos y ratificados al adquirir la Empresa su personalidad jurídica plena.

Artículo Cuarto.- El domicilio de la Empresa se fija en el sector Norte de la ciudad de Loja, en la Parroquia El Valle, Cantón Loja, Ciudadela La Paz, Av. Salvador Bustamante Celi 12-15 y Homero Idrovo, pudiendo establecer sucursales en cualquier lugar del país.

CAPÍTULO SEGUNDO DEL CAPITAL DE LA EMPRESA, DE LOS EFECTOS DEL APORTE Y DE LA RESPONSABILIDAD DEL TITULAR

Artículo Quinto.- el capital de la Empresa es de $ 32.699,22 dólares) totalmente pagado y aportado por el titular en efectivo.

Artículo Sexto.- Dicha suma de dinero, queda en consecuencia, transferida a favor de la Empresa en forma definitiva, como capital de la misma, desde la fecha de otorgamiento de este instrumento la Empresa reconoce a favor de Mónica Yaneth Cuenca Riofrío, Pablo Fernando Cuenca Riofrío, Santiago Manuel Castro Sandoval y Fredy Andrés Cuenca Villa el derecho sobre ese dinero y los beneficios netos que se obtendrán en los ejercicios sucesivos.

Artículo Sétimo.- La responsabilidad del Titular queda limitada exclusivamente al capital aportado a la Empresa. El titular responderá personalmente ante los acreedores de la Empresa con sus demás bines, propios o comunes, sino en los casos que determinan la Ley.

CAPÍTULO TERCERO DE LOS ÓRGANOS DE LA EMPRESA

Artículo Octavo.- Son órganos de la Empresa:

a) Junta General de Accionistas;
b) La Gerencia

Artículo noveno.- La Junta General de Accionistas es el órgano máximo de la Empresa y tiene a su cargo la decisión sobre los bienes y actividades de ésta.

Corresponde a la Junta General de Accionistas:

a) Aprobar o desaprobar las cuentas y el balance general de cada ejercicio;
b) Disponer la aplicación de los beneficios netos luego de efectuar la cobertura de la participación de los trabajadores y de las reservas y provisiones legales;
c) Designar y sustituir Gerente Apoderados, así como los liquidadores, otorgándoles los poderes requeridos para el cumplimiento de sus funciones;
d) Modificar la Escritura de Constitución de la Empresa, aumentar el capítulo reducirlo, transportar, funcionar, disolver y liquidar la Empresa;
e) Decidir sobre los demás asuntos que requiera el interés de la Empresa o que la Ley señale.

Artículo Décimo.- La Junta General de Accionistas responderá personalmente ante terceros en forma limitada:

a) Cuando no se designe al representante legal de la Empresa;

b) Si hubiera efectuado retiros del patrimonio de la Empresa o no correspondan a beneficios debidamente comprobados,

c) Si producida un pérdida del cincuenta por ciento o más del capital y transcurrido un ejercicio económico persistiera tal situación sin haberse compensado el desmedro, y no se hubiera dispuesto la reducción del capital o la disolución de la Empresa.

Artículo Undécimo.- La Gerencia es el órgano administrativo de la Empresa y tiene la representación legal de la misma. Gerencia será desempeñada por una persona natural o por varias con capacidad para contratar, las que se señalaran por el Titular, quien les conferirá los mandatos, generales o especiales, que estimaré convenientes.

Artículo Duodécimo.- El cargo de Gerente es personal e indelegable y de duración indeterminada, el nombrami9ento puede ser revocado en cualquier momento por el

El cargo concluye, además por renuncia, por muerte, por enfermedad que lo imposibilite para ejercerlo y por incapacidad civil del Gerente.

Artículo Décimo Tercero.-

Corresponde al Gerente:

a) Organizar el régimen interno de la Empresa contratando al personal necesario, fijándose sus remuneraciones y dar por terminado sus servicios;

b) Realizar los actos y celebrar los contratos que fueran necesarios para el cumplimiento de los fines de la Empresa;

c) Representar a la Empresa, judicialmente y extrajudicialmente;

d) Velar por la existencia, regularidad y veracidad de los libros y registros contables, formulando en su oportunidad las cuentas y el balance general.

e) Dar cuenta a la Junta General de Accionistas, periódicamente de la marcha de la Empresa.

f) Ejercer las demás atribuciones que le señalen la Ley o le confiere a la Junta General de Accionistas.

Artículo Décimo Cuarto.- El Gerente responderá personalmente ante la Junta General de Accionistas y ante terceros por los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus deberes; siendo particularmente responsable por la conservación de los bienes de la Empresa consignados en los inventarios, así como los fondos de la misma y en general, del patrimonio de la Empresa, así como por ejemplo indebido de los recursos de la Empresa en negocios distintos a su objeto.

La Junta General de Accionistas será solidariamente responsable por el gerente por los actos infractores de la Ley que practique este y que constan

de Acta, si no lo impugna judicialmente. Dentro de los quince días de asentada el Acta, salvo que acredite no haber podido conocerlos en su oportunidad. Las acciones de responsabilidad contra el Gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

Artículo Décimo Quinto.- Las decisiones de la Junta General de Accionistas referentes a los asuntos que se indicada en el artículo 9º y 13º de estos Estatutos y a las demás que sea necesario dejar constancia, se asentarán en un libro de Actas legalizado conforme a Ley. En cada acto se anotará el lugar, la fecha y hora en que asienta el Acta tiene fuerza legal desde el momento de suscripción.

Articulo Decimos Sexto.- El nombramiento y remoción del Gerente y demás apoderados se hará por la Junta General de Accionistas por Acta en la que constarán las facultades que se le confieren. Copia legalizada notarialmente de dicha Acta servirá para él título para su inscripción en el registro Mercantil conforme al Artículo 46º de Decreto Ley.

CAPÍTULO CUARTO DE LA MODIFICACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN Y DEL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL

Artículo Décimo Séptimo,- En cualquier tiempo puede la Junta General de Accionistas modificar los términos de la escritura de constitución de la Empresa aumentar o reducir el capital, siguiendo en cada caso los procedimientos establecidos por Decreto Ley

CAPÍTULO QUINTO DEL BALANCE Y DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS

Articulo Décimo Octavo.- Dentro del plazo máximo de 80 días contados a partir de la fecha de cierre del ejercicio económico anual, el gerente deberá presentar ante la Junta General de Accionistas al Balance General y las cuentas, no importa la liberación y el descargo del Gerente por la responsabilidad que pudiera corresponderle.

Articulo Décimo noveno.- Determinamos los beneficios netos se procederá al cálculo de la Repartición de Utilidades conforme a Ley
Articulo Vigésimo.- Cuando la Empresa obtenga beneficios líquidos superiores al 7% de su capital, deberá de traer de ellos un 10% para formar el fondo de reserva legal hasta alcanzar la quinta parte del capital de la Empresa.

Articulo Vigésimo Primero.- La Junta General de Accionistas tiene el derecho, luego de efectuadas las deducciones indicadas en las cláusulas que anteceden a percibir los beneficios obtenidos, siempre que el valor del patrimonio de la Empresa no resulte inferior al capital.

CAPÍTULO SEXTO DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA

Artículo Vigésimo Segundo.- La transformación de la Empresa a otro tipo de sociedad puede ser acordada por la Junta General de Accionistas, con arreglo a las disposiciones legales vigentes.

Artículo Vigésimo Tercero.- La fusión de la empresa con otra se efectuará con arreglo a las disposiciones de Ley. La fusión y disolución se hará constar por escritura pública que se inscribirá en el registro.

Artículo Vigésimo Cuarto.- La disolución de la Empresa procede:

a) Por voluntad de la Junta General de Accionistas, con arreglo a los trámites Ley;

b) Por conclusión a su objeto o imposibilidad sobreviviente de realizarlo;

c) Por fusión en los casos señalados por la Ley;

d) Por muerte del Titular;

e) Por quiebra de la Empresa;

f) Por producirse pérdidas que reduzcan el patrimonio de la Empresa en más del 50% si transcurrido un ejercicio económico no se hubiere compensando de desmedro, o reducido el capital;

g) Por resolución judicial, en los casos señalados por la Ley.

Artículo Vigésimo Quinto.- El cargo de liquidador puede ser asumido por la Junta General de Accionistas, el Gerente u otra persona que designe la Junta General de Accionistas o el Juez, en su caso. El cargo de liquidador puede ser renovado en cualquier momento por la Junta General de Accionistas o por el Juez, en su caso. El liquidador ceñirá su actuación a las disposiciones establecidas en la Ley de la materia.

Artículo Vigésimo Sexto.- Liquidada la Empresa y pagados los acreedores de aquella, el titular tiene derecho al remitente de la liquidación, así como a los libros y documentos de la Empresa, por el término de 10 años, bajo su responsabilidad.

CAPÍTULO SÉPTIMO DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.-De conformidad con el Artículo 48º del Decreto de Ley Nº21621 se designa como primer Gerente a la Señorita Mónica Cuenca, quien en su condición de titular asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

Segunda.- La Empresa NUVENIA, otorga poder a favor de la señorita Mónica Cuenca quien en su condición de Gerente asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa, con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

Tercera.- La Empresa NUVENIA, otorga poder a favor de Mónica Cuenca para que a sola firma, ejercite las siguientes facultades:

a) Representar a la Empresa ante toda clase de entidades y personas de los sectores públicos y no públicos nacional o extranjero, suscribiendo bajo el sello de la Empresa toda clase de comunicaciones, solicitudes, recursos o correspondencia, presentando propuestas, cotizaciones y proformas en licitaciones, invitaciones o concursos de precios;
b) Representar a la Empresa ante toda clase de autoridades, ya sean administrativas, políticas, judiciales o municipales, pudiendo presentar en nombre de ella toda clase de solicitudes, recursos y reclamaciones.

c) Representar a la Empresa de toda clase de procedimientos judiciales y administrativos, juntas de acreedores, quiebras, liquidaciones extrajudiciales, con las facultades generales del mandato y todas las especiales del Artículo 10º del Código Procesal Civil, especialmente para contestar demandas, celebrar transacciones, prestar confesión, reconocimiento de documentos, otorgar poderes para pleitos y revocarlos y representar a la Empresa en Procedimientos laborales.

d) En el orden comercial solicitar la apertura y en el cierre de cuentas corrientes, girar cheques sobre fondos propios o en sobregiro,

endosar suscribir vales y pagarés y descontarlos, solicitar sobregiros, solicitar contratos de préstamos, créditos o avances de cuentas corrientes con o sin garantía, pactando las condiciones, solicitar fianza, afianzar y prestar aval para operaciones a nombre de la Empresa, contratar seguros y endosar pólizas, comprar y vender muebles, cobrar y otorgar cancelaciones y recibos.

Usted Señor notario agregará las demás formalidades de Ley cuidando de insertar en el cuerpo de la escritura pública la resolución que autoriza la constitución de la Empresa, y pasará partes al Registro Mercantil de Loja, para su inscripción conforme a Ley.

Loja, febrero de 2012

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

Niveles Administrativos

Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

a) NIVEL LEGISLATIVO

Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Accionistas y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

b) NIVEL DIRECTIVO

Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la JGA, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es:

Planear, orientar y dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

c) NIVEL ASESOR

La empresa contará con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

d) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

e) NIVEL OPERATIVO

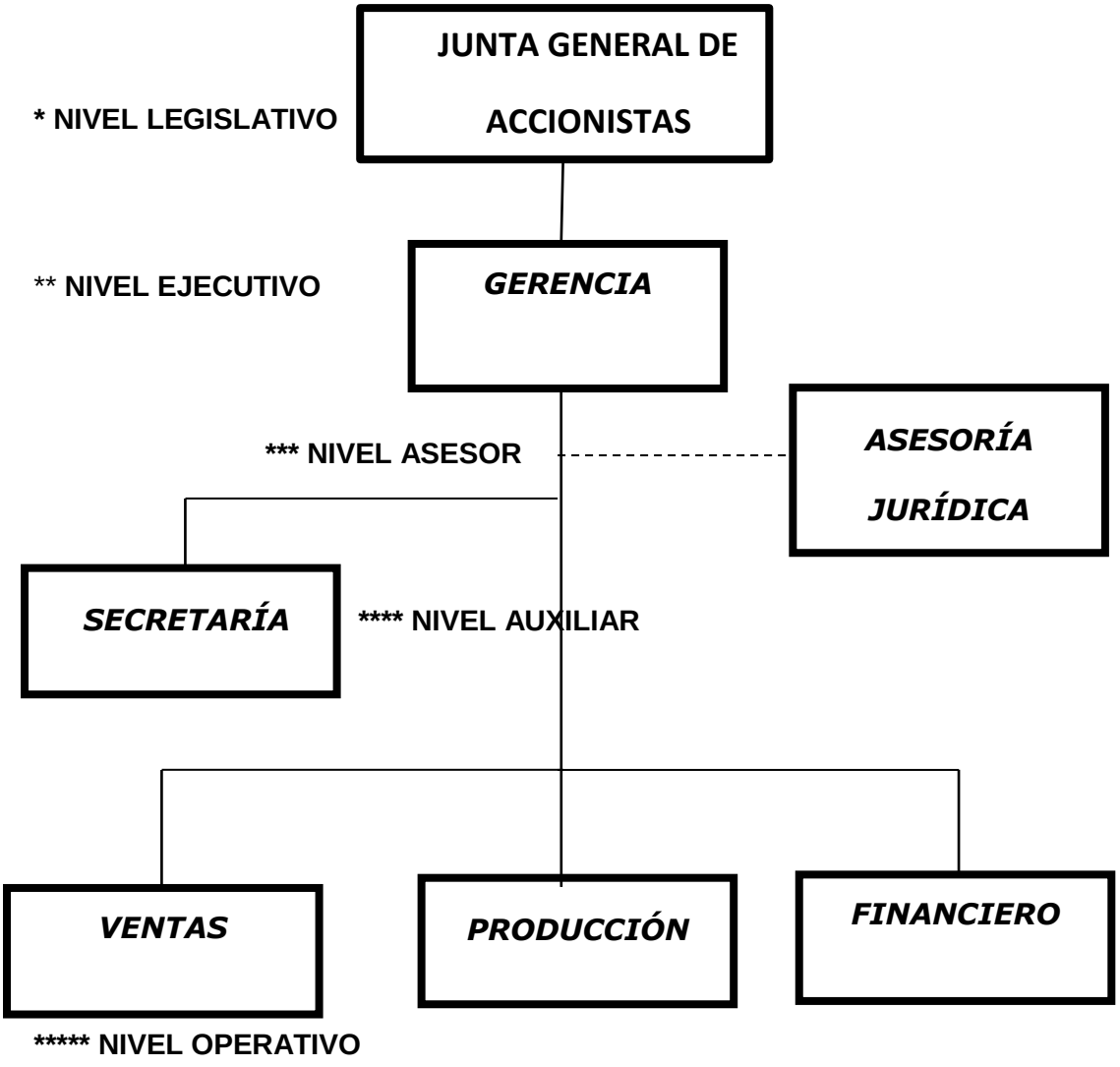
Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

ORGANIGRAMAS

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

NUVENIA CIA. LTDA.



* NIVEL LEGISLATIVO

** NIVEL EJECUTIVO

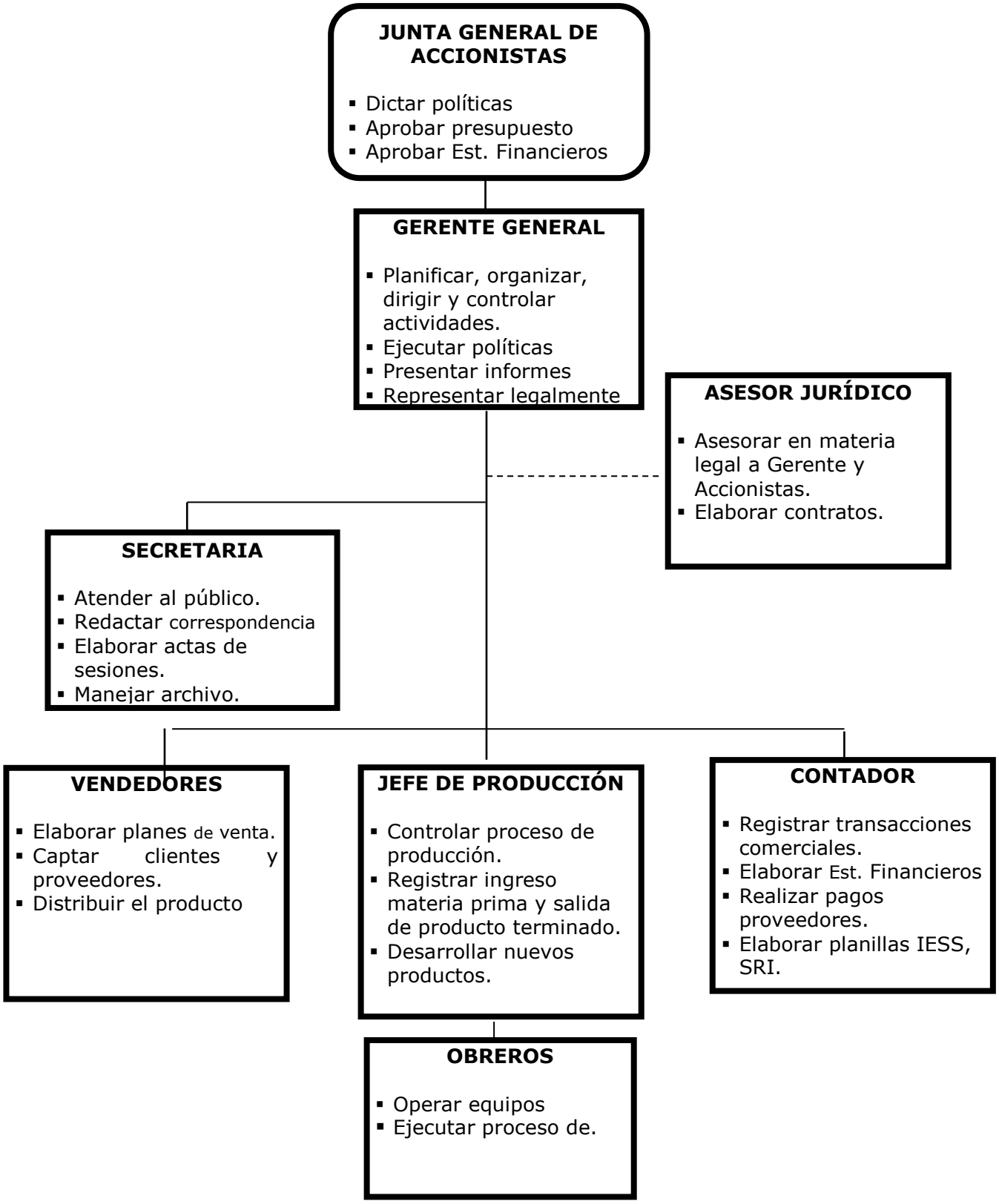
*** NIVEL ASESOR

**** NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

***** NIVEL OPERATIVO

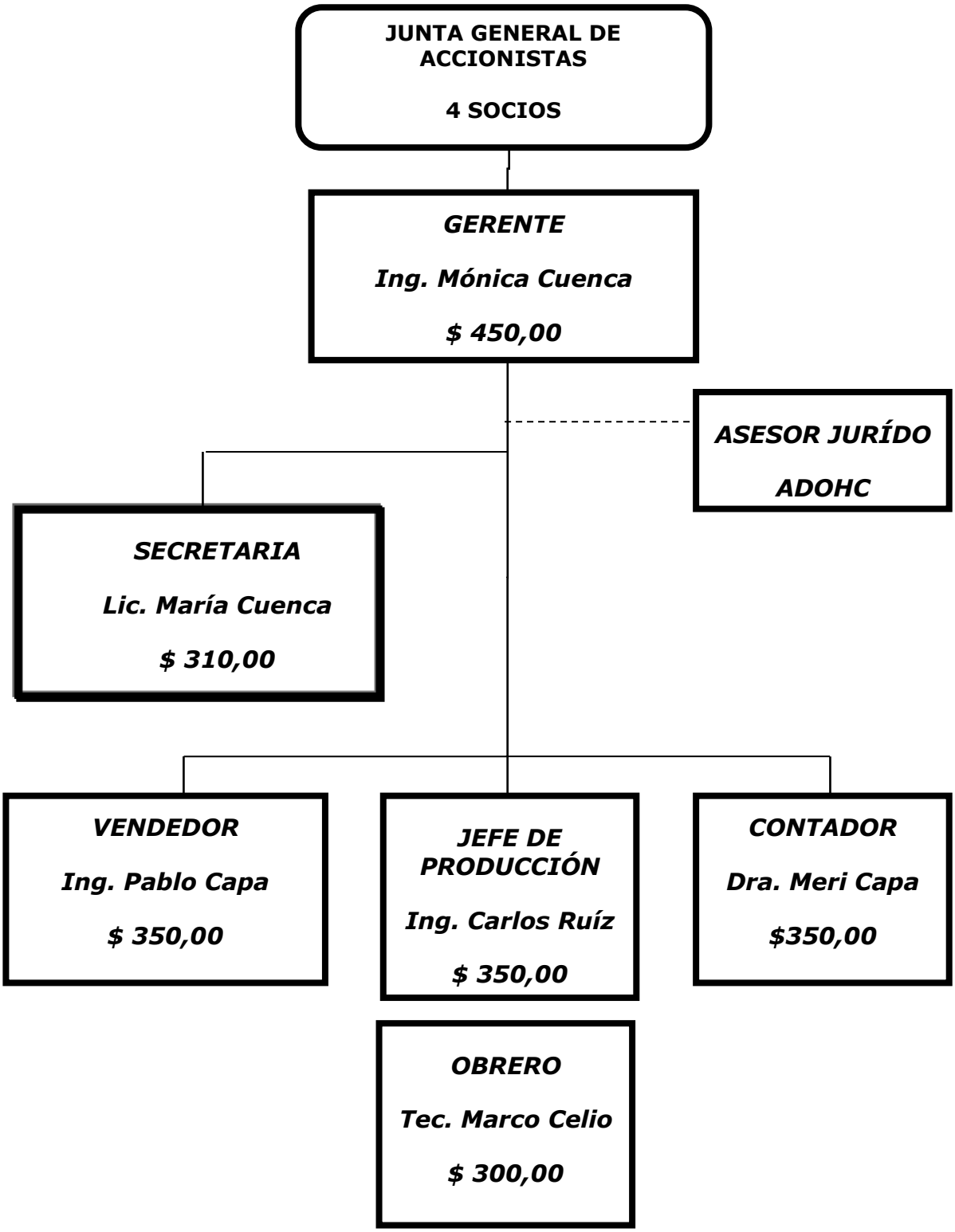
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

NUVENIA CIA. LTDA.



ORGANIGRAMA POSICIONAL

NUVENIA CIA. LTDA.



MANUAL DE FUNCIONES.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL EJECUTIVO:

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).
- Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.
- Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGA).
- Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA.
- Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.
- Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.
- Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.

- Suscribir documentos en representación de la empresa

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero Comercial
- **Experiencia:** Un año en actividades afines
- **Capacitación:** Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL ASESOR TEMPORAL:

CÓDIGO: 02

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.

- Elaborar contratos de trabajo.
- Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGA.
- Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Abogado de los Tribunales de Justicia
- **Experiencia:** Dos años en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de informática básica.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL ASESOR TEMPORAL:

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO: Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Cumplir disposiciones del nivel superior.

- Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.
- Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.
- Elaborar notas de pedido de materia prima.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero Químico
- **Experiencia:** Dos años en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos para producción industrial, cursos de relaciones humanas.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL DE APOYO:

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.

TAREAS TÍPICAS:

- Atender al público.
- Brindar información a los clientes.
- Redactar oficios, memorando y circulares internas.
- Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.
- Manejar archivo.
- Administración de Caja Chica.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Media
- **Título:** Bachiller en Secretariado.
- **Experiencia:** Un año en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL OPERATIVO:

CÓDIGO: 05

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Ventas

NATURALEZA DEL TRABAJO: Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos.

TAREAS TÍPICAS:

- Capacitar al personal de consultoras sobre ventas por catálogo.
- Planificar actividades de comercialización del producto.
- Establecer contactos con clientes y proveedores.
- Elaborar planes de venta.
- Captar nuevos clientes.
- Distribuir el producto.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero en Marketing y Ventas

- **Experiencia:** Un año en labores similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, Curso de relaciones humanas.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL OPERATIVO:

CÓDIGO: 06

TÍTULO DEL PUESTO: Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar actividades contables para la emisión de Estados Financieros.

TAREAS TÍPICAS:

- Elabora conciliaciones bancarias.
- Elabora roles de pago.
- Registro y mantenimiento de Kárdex de suministros y materiales.
- Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.
- Consolida, revisa y verifica que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.
- Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.
- Elaborar planillas IESS, SRI.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Contadora
- **Experiencia:** Un año en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de sistema informático contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.

EMPRESA NUVENIA CIA. LTDA.

NIVEL OPERATIVO:

CÓDIGO: 07

TÍTULO DEL PUESTO: Obrero

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.

TAREAS TÍPICAS:

- Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.
- Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.
- Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.

- Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: No aplica

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Media
- **Título:** Bachiller en cualquier rama
- **Experiencia:** No indispensable
- **Capacitación:** No indispensable.

ESTUDIO FINANCIERO

Para el estudio financiero se determinarán los siguientes activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en

administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

CUADRO Nº 31

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Empaquetadora Vertical	1	3.400,00	3.400,00
Balanza para medir densidad de papel	1	620,00	620,00
Secadora y perfumadora de papel	1	3.900,00	3.900,00
Etiquetadora Manual	1	140,00	140,00
Cortadora de papel	1	1.400,00	1.400,00
		TOTAL	**9.460,00**

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 32

EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Telefax	1	145,00	145,00
Reloj de pared	2	12,00	24,00
		TOTAL	**169,00**

Fuente: Importadora Espinosa
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 33

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	750,00	1.500,00
Impresora	2	45,00	90,00
		TOTAL	**1.590,00**

Fuente: Master PC.
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 34

REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	820,00	1.640,00
Impresora	2	55,00	110,00
		TOTAL	**1.750,00**

Fuente: Master PC.
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 35

HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Kit de herramientas	1	130,00	130,00
Probetas	3	12,00	36,00
		TOTAL	**166,00**

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 36
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	210,00	210,00
Escritorio modular	1	220,00	220,00
Escritorio secretaria	1	200,00	200,00
Estanterías	2	140,00	280,00
Archivador 5 cajones	2	175,00	350,00
Sillas giratorias	3	75,00	225,00
Sillón giratorio	1	120,00	120,00
Sillas trípode	2	210,00	420,00
Sillas metal/corosil	12	30,00	360,00
Perchas metálicas	6	90,00	540,00
Rótulo Exterior	1	320,00	320,00
		TOTAL	**3.245,00**

Fuente: Mueblería Rosas

CUADRO Nº 37

EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Extintores	2	170,00	340,00
Sistema de Alarma	1	420,00	420,00
		TOTAL	**760,00**

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

CUADRO Nº 38
ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del Proyecto	600
Prueba de funcionamiento	200
Registro de Marca	300
Registro Sanitario	120
Permiso de Funcionamiento	100
Gastos de Constitución	400
Imprevistos 5%	86
TOTAL	**1.806,00**

Fuente: ABF, Investigación directa
Elaboración: La Autora

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso. A continuación se describen los gastos que representará el capital de trabajo.

CUADRO Nº 39

MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Nowoven (40%)	gr.	362,00	2,10	760,20
Impregnatingsolution (60%)	gr.	547,00	2,30	1.258,10
polysorbate 20	gr.	365,00	0,09	32,85
Phenoxyethanol	gr.	272,00	4,80	1.305,60
Methylparaben	gr.	272,00	0,56	152,32
Ethylparaben	gr.	146,00	0,98	143,08
Fragancia	gr.	34,00	6,00	204,00
TOTAL 1er. año				3.856,15

Fuente: Anexo 2
Elaboración: La Autora

La materia prima directa es la que participa directamente en el producto, está constituido por: Nowoven (40%), Impregnatingsolution (60%), polysorbate 20, Phenoxyethanol, Methylparaben, Ethylparaben y Fragancia. Para el primer año el presupuesto es de $3.856,15.

CUADRO Nº 40

MANO DE OBRA DIRECTA

RUBRO/PUESTOS	JEFE DE PRODUCCIÓN	OBRERO
Básico	350	300
Décimo Tercero 1/12	29,17	25,00
Décimo Cuarto SBU/12	24,5	24,5
Vacaciones 1/24	14,58	12,50
Aporte patronal 11.15%	39,03	33,45
Fondo de Reserva 1/12	29,17	25,00
Aporte IECE 0,5%	1,75	1,5
Aporte CECAP 0,5%	1,75	1,5
Remuneración unificada	489,94	423,45
Nro. De personas	1	1
Total Mensual	489,94	423,45
Total anual	**5.879,30**	**5.081,40**
Total Sueldos MOD		**10.960,70**

Fuente: Anexo 4
Elaboración: La Autora

Son los recursos humanos que intervienen directamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de $10.960,70, el personal no variará, toda vez que la producción por persona es bastante flexible en el proceso productivo como en las actividades, se lo considera al Jefe de producción mano de obre Directa ya que él va a intervenir directamente en la producción de la toallitas desmaquilladoras hidratantes igual que el Obrero.

Al Jefe de Producción se lo considera como mano de obra directa, por cuanto está a cargo directamente de la producción en lo que respecta a las

formulaciones, control de calidad y puesta en marcha del proceso de producción, es decir, participa directamente en la elaboración del producto.

CUADRO Nº 41

MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Paquetes de cartón x25 un. 1er año	8.837,00	0,006	53,02
Paquetes de cartón x25 un. 2do. Año	9.468,00	0,006	56,81
Paquetes de cartón x25 un. 3er año	10.099,00	0,007	70,69
Paquetes de cartón x25 un. 4to. Año	10.730,00	0,007	75,11
Paquetes de cartón x25 un. 5to al 10mo año	11.362,00	0,008	90,90
TOTAL			346,53

Fuente: Anexo Nº 3
Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: servicios básicos, útiles de oficina, suministros de aseo, arriendo de local e imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos $24.912,62.

CUADRO Nº 42

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Personal Administrativo	1549,62	18595,38
Gastos Generales Adm.	423,89	5086,64
Amortización Diferida	102,55	1230,60
TOTAL	**2076,05**	**24912,62**

Fuente: Cuadros 43 y 44, Anexo 11
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 43

GASTOS GENERALES

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Arriendo	250,00	3.000,00
Suministros de Aseo	6,44	77,25
Útiles de Oficina	20,46	245,55
Energía Eléctrica	15,12	181,44
Agua	17,20	206,40
Teléfono	33,00	396,00
Mantenimiento	81,67	980,00
TOTAL	**423,89**	**5.086,64**

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS.

Los gastos de ventas son los que intervienen en la comercialización del producto, en el presente caso la empresa utilizará únicamente la promoción

y publicidad descrita en el Estudio Técnico, para lo cual se considera el valor de $8.309,28

CUADRO Nº 44

GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	202,50	2.430,00
PERSONAL DE VENTAS	489,94	5.879,28
TOTAL	**692,44**	**8.309,28**

Fuente: Cuadro 48
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 45

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Publicaciones Diario La Hora	80,00	960,00
Catálogos	43,33	520,00
Muestrarios serigrafiados con logo	37,50	450,00
Frascos Probadores de 1ml.	41,67	500,00
TOTAL	**202,50**	**2.430,00**

Fuente: Anexo 15
Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 46

ROL DE PAGOS AGENTE DE VENTAS

RUBRO/PUESTOS	VENDEDOR
Básico	350
Décimo Tercero 1/12	29,17
Décimo Cuarto SBU/12	24,50
Vacaciones 1/24	14,58
Aporte patronal 11.15%	39,03
Fondo de Reserva 1/12	29,17
Aporte IECE 0,5%	1,75
Aporte SECAP 0,5%	1,75
Remuneración unificada	487,44
Nro. De personas	1
Total Mensual	489,94
Total anual	**5.879,28**

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales a nivel nacional y local.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno, y se genera en la instalación de la empresa.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

CUADRO Nº 47

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	CUADROS	VALOR
Maquinaria y Equipo	33	9.460,00
Equipos de Oficina	34	169
Equipo de Computación	35	1.590,00
Herramientas	37	166,00
Muebles y Enseres	38	3245
Equipos de Seguridad	39	760,00
Instalaciones y Adecuaciones		10000
Imprevistos 5%		769,5
	TOTAL	**26.159,50**

Fuente: Cuadros 33, 34, 35, 37, 38 y 39

ACTIVO DIFERIDO:

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

CUADRO Nº 48

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	**V. TOTAL**
Elaboración del Proyecto	600
Prueba de funcionamiento	200
Registro de Marca	300
Registro Sanitario	120
Permiso de Funcionamiento	100
Gastos de Constitución	400
Imprevistos 5%	86
TOTAL	**1.806,00**

Fuente: Cuadro 41
Elaboración: La Autora

ACTIVO CIRCULANTE:

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación:

CUADRO Nº 49

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

Rubros calculados para un mes de operación		
ACTIVOS	**CUADRO**	**VALOR**
Materia prima directa	42	321,35
Materia prima indirecta	44	28,88
Mano de obra directa	43	913,39
Gastos Administrativos	45	2.076,05
Gastos de Ventas	47	692,44
Imprevistos 5%		201,61
	TOTAL	**4.233,71**

Fuente: Cuadros 42, 43, 44, 45 y 47
Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 50

INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	***Nº CUADRO Y/O ANEXO***	***VALOR USD***	***%***
ACTIVOS FIJOS:			
Maquinaria y Equipo	*33*	9.460,00	
Equipos de Oficina	34	169	
Equipo de Computación	35	1.590,00	
Herramientas	37	166	
Muebles y Enseres	38	3245	
Equipos de Seguridad	39	760	
Instalaciones y Adecuaciones		10000	
Imprevistos 5%		769,5	
Subtotal:		**26159,50**	*80,00*
ACTIVOS DIFERIDOS:			
Elaboración del Proyecto	*41*	600	
Prueba de funcionamiento	*41*	200	
Registro de Marca	*41*	300	
Registro Sanitario	*41*	120	
Permiso de Funcionamiento	*41*	100	
Gastos de Constitución	*41*	400	
Imprevistos 5%		586	
Subtotal:		**2306**	*7,05*
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)			
Materia prima directa	42	321,35	
Materia prima indirecta	44	28,88	
Mano de obra directa	43	913,39	
Gastos Administrativos	45	2.076,05	
Gastos de Ventas	47	692,44	
Imprevistos 5%		201,61	
Subtotal:		**4233,72**	12,95
TOTAL:		***32699,22***	***100***

Fuente: Cuadros del 33 al 47
Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

FUENTES INTERNAS

El 54,13% del total de la inversión y que corresponde a $17.699,22será financiado con aportaciones de los socios.

FUENTES EXTERNAS

Analizada la alternativa más favorable, se estima conveniente acceder a un préstamo en el Banco de Loja, que es la institución que tiene como Misión, fomentar el desarrollo de la ciudad y provincia de Loja y que ofrece créditos a mediano plazo, con intereses bajos que permiten al pequeño empresario iniciar su negocio.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja será por $10.000,00 que constituye el 45,87% del total del proyecto, a cinco años plazo con el interés del 15,20% anual, cuotas pagaderas con periodicidad mensual. Este valor servirá para el capital de trabajo (materia prima). Los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO Nº 51

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	15.000,00	45,87%
Capital social	17.699,22	54,13%
TOTAL	**32.699,22**	**100,00%**

Elaboración: La Autora

CUADRO Nº 52

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	15000		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,20%			
TIEMPO:	5 AÑOS			
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				15.000,00
1	1.500,00	1.140,00	2.640,00	13.500,00
2	1.500,00	1.026,00	2.526,00	12.000,00
3	1.500,00	912,00	2.412,00	10.500,00
4	1.500,00	798,00	2.298,00	9.000,00
5	1.500,00	684,00	2.184,00	7.500,00
6	1.500,00	570,00	2.070,00	6.000,00
7	1.500,00	456,00	1.956,00	4.500,00
8	1.500,00	342,00	1.842,00	3.000,00
9	1.500,00	228,00	1.728,00	1.500,00
10	1.500,00	114,00	1.614,00	0,00

Fuente: BANCO DE LOJA
Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Los costos constituyen los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, permiten determinar la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el análisis o evaluación del mismo, facilitando la proyección de la situación contable.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales de manera parecida pero no idéntica, a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que se utilizará es, estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, como se demuestra en el cuadro Nº 55.

CUADRO Nº 53 : PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	3.856,15	4.060,14	4.274,92	4.501,07	4.739,17	4.989,87	5.253,84	5.531,77	5.824,40	6.132,51
Materia Prima Indirecta	346,53	364,86	384,16	404,48	425,88	448,41	472,13	497,11	523,40	551,09
Mano de Obra Directa	10.960,70	11.540,52	12.151,01	12.793,80	13.470,60	14.183,19	14.933,48	15.723,46	16.555,23	17.431,00
Total costo primo	15.163,38	15.965,52	16.810,10	17.699,35	18.635,65	19.621,47	20.659,45	21.752,34	22.903,03	24.114,60
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Maquinaria y Equipo	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80	756,80
Depreciación de Herramientas	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00
Depreciación de equipos de seguridad	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40	68,40
Energía eléctrica	181,44	191,04	201,14	211,78	222,99	234,78	247,20	260,28	274,05	288,55
Agua potable	206,40	217,32	228,81	240,92	253,66	267,08	281,21	296,09	311,75	328,24
Mantenimiento	980,00	1.031,84	1.086,43	1.143,90	1.204,41	1.268,12	1.335,21	1.405,84	1.480,21	1.558,51
Amortización de activos diferidos	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60
Imprevistos 5%	245,88	249,50	253,31	257,32	261,54	265,99	270,67	275,60	280,79	286,26
Total carga proceso de fabricación	5.163,52	5.239,50	5.319,49	5.403,72	5.492,41	5.585,78	5.684,09	5.787,61	5.896,60	6.011,36
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	18.595,38	19.579,08	20.614,81	21.705,33	22.853,54	24.062,50	25.335,40	26.675,65	28.086,79	29.572,58
Depreciación de muebles y equipo	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05	292,05
Depreciación de equipos de computación	512,35	5.125,35	512,35	563,91	563,91	563,91	621,30	621,30	621,30	621,30

Suministros de oficina	245,55	255,76	266,40	277,49	289,03	301,05	313,58	326,62	340,21	354,36
Consumo telefónico	396,00	416,95	439,00	462,23	486,68	512,43	539,53	568,07	598,13	629,77
Suministros de Aseo	77,25	81,34	85,64	90,17	94,94	99,96	105,25	110,82	116,68	122,85
Imprevistos 5%	1.002,07	1.283,46	1.106,23	1.165,05	1.224,26	1.286,60	1.355,09	1.424,18	1.496,92	1.573,50
Total gastos administrativos	21.120,65	27.033,98	23.316,49	24.556,23	25.804,42	27.118,50	28.562,21	30.018,69	31.552,08	33.166,41
VENTAS										
Sueldo para ventas	5.879,28	6.190,29	6.517,76	6.862,55	7.225,58	7.607,81	8.010,27	8.434,01	8.880,17	9.349,93
Promoción y Publicidad	2.430,00	2.558,55	2.693,89	2.836,40	2.986,45	3.144,43	3.310,77	3.485,91	3.670,31	3.864,47
Imprevistos 5%	415,46	437,44	460,58	484,95	510,60	537,61	566,05	596,00	627,52	660,72
Total gastos de ventas	8.724,74	9.186,28	9.672,24	10.183,90	10.722,63	11.289,85	11.887,09	12.515,91	13.178,01	13.875,12
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2.166,00	1.710,00	1.254,00	798,00	342,00					
Total gastos financieros	2.166,00	1.710,00	1.254,00	798,00	342,00	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	52.338,29	59.135,29	56.372,32	58.641,20	60.997,10	63.615,60	66.792,84	70.074,55	73.529,72	77.167,50

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de toallitas desmaquilladoras.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro Nº 56, se han determinado principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica utilizando los siguientes criterios.

- Un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 30% en función a la competencia.

- Se considera como base de cálculo el año 1 de vida útil del proyecto.

La determinación del precio ex - fábrica para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática.

P V EX – FAB. = Costo Unitario + MU

CUADRO Nº 54

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 30%	INGRESOS
1	52.338,29	8.837	5,92	7,7	68.039,78
2	59.135,29	9.468	6,25	8,1	76.875,88
3	56.372,32	10.099	5,58	7,2	73.284,02
4	58.641,20	10.730	5,47	7,1	76.233,56
5	60.997,10	11.362	5,37	6,9	79.296,23
6	63.615,60	11.362	5,60	7,2	82.700,28
7	66.792,84	11.362	5,88	7,6	86.830,69
8	70.074,55	11.362	6,17	8,01	91.096,92
9	73.529,72	11.362	6,47	8,4	95.588,64
10	77.167,50	11.362	6,79	8,8	100.317,75

Fuente: Cuadros Nº 32 y 55
Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Es el Estado Financiero que presenta los resultados obtenidos en un ejercicio económico, es decir la pérdida o utilidad del proyecto, en este sentido se compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

El Estado de Pérdidas y Ganancias presentan el resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio

Los resultados que presenta, facilita el análisis y las conclusiones respecto del desenvolvimiento de la empresa y las previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Constituye el resultado de las ventas del producto y otros ingresos.

EGRESOS:

Resultan de la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

Los valores de los ingresos y egresos, se describen a continuación:

CUADRO Nº 55
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Ingresos por ventas	68.039,78	76.875,88	73.284,02	76.233,56	79.296,23	82.700,28	86.830,69	91.096,92	95.588,64	100.317,75
(-) Costo Total	52.338,29	59.135,29	56.372,32	58.641,20	60.997,10	63.615,60	66.792,84	70.074,55	73.529,72	77.167,50
(=) Utilidad Bruta Ventas	15.701,49	17.740,59	16.911,70	17.592,36	18.299,13	19.084,68	20.037,85	21.022,37	22.058,92	23.150,25
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2.355,22	2.661,09	2.536,76	2.638,85	2.744,87	2.862,70	3.005,68	3.153,36	3.308,84	3.472,54
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	13.346,27	15.079,50	14.374,95	14.953,51	15.554,26	16.221,98	17.032,17	17.869,01	18.750,08	19.677,71
(-) 25% Impuesto a la renta	3.336,57	3.769,88	3.593,74	3.738,38	3.888,57	4.055,49	4.258,04	4.467,25	4.687,52	4.919,43
(=) Utilidad Liquida ejercicio	10.009,70	11.309,63	10.781,21	11.215,13	11.665,70	12.166,48	12.774,13	13.401,76	14.062,56	14.758,28
(-) 10% reserva Legal	1.000,97	1.130,96	1.078,12	1.121,51	1.166,57	1.216,65	1.277,41	1.340,18	1.406,26	1.475,83
(=) Utilidad Neta	**9.008,73**	**10.178,66**	**9.703,09**	**10.093,62**	**10.499,13**	**10.949,84**	**11.496,72**	**12.061,58**	**12.656,31**	**13.282,46**

Fuente: Cuadros Nº 55 y 56
Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.-Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

CUADRO Nº 56 : CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
Materia Prima Directa		3.856,15		4.739,17		6.132,51
Materia Prima Indirecta		346,53		425,88		551,09
Mano de Obra Directa		10.960,70		13.470,60		17.431,00
Total costo primo	0,00	15.163,38	0,00	18.635,65	0,00	24.114,60
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de Maquinaria y Equipo	756,8		756,8		756,8	
Depreciación de Herramientas	1.494,00		1.494,00		1.494,00	
Depreciación de equipos de seguridad	68,4		68,4		68,4	
Energía eléctrica		181,44		222,99		288,55
Agua potable	206,4		253,66		328,24	
Mantenimiento	980		1.204,41		1.558,51	
Amortización de activos diferidos	1.230,60		1.230,60		1.230,60	
Imprevistos 5%	245,88		261,54		286,26	
Total carga proceso de fabricación	4.982,08	181,44	5.269,41	222,99	5.722,81	288,55
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	18.595,38		22.853,54		29.572,58	
Depreciación de muebles y equipo	292,05		292,05		292,05	
Depreciación de equipos de computación	512,35		563,91		621,3	
Suministros de oficina	245,55		289,03		354,36	
Consumo telefónico	396		486,68		629,77	
Suministros de Aseo	77,25		94,94		122,85	
Imprevistos 5%	1.002,07		1.224,26		1.573,50	

Total gastos administrativos	21.120,65		25.804,41		33.166,41	
VENTAS						
Sueldo para ventas	5.879,28		7.225,58		9.349,93	
Promoción y Publicidad	2.430,00		2.986,45		3.864,47	
Imprevistos 5%	415,46		510,6		660,72	
Total gastos de ventas	8.724,74		10.722,63		13.875,12	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	2.166,00		342			
Total gastos financieros	2.166,00	0,00	342,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	37.174,91	15.163,38	42.361,44	18.635,65	53.052,89	24.403,15

Elaboración: La Autora

AÑO 1

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Costo Fijo Total

PE = ---------- x 100

Ventas Totales - Costo Variable Total

37.174.91

PE = ---------- x 100

63.039,78 – 15.163,38

37.174,91

PE = ---------- x 100

46.212,99

PE = ***76,84 %***

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Costo Fijo Total

PE = ----------

Costo Variable Total

1 - ----------

Ventas totales

37.174.91

PE = ----------

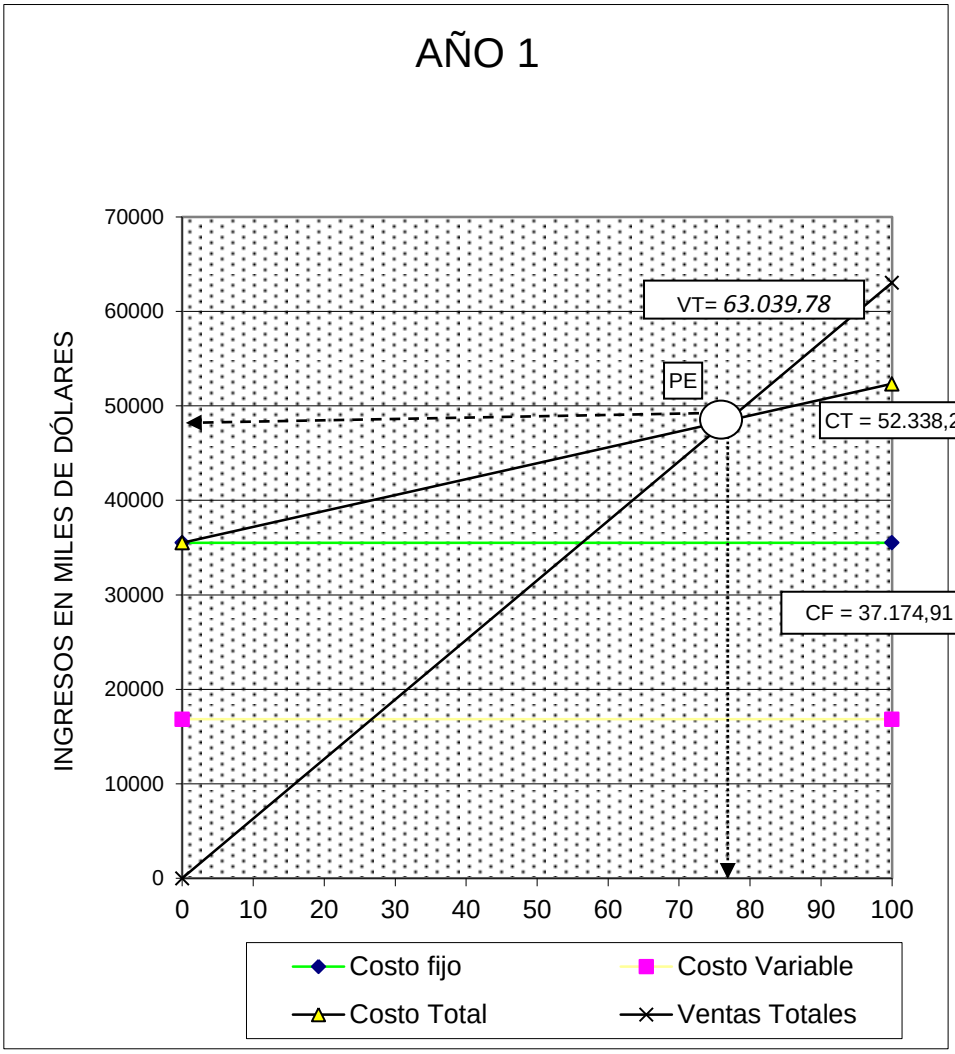
15.163,38

1 - ----------

63.039,78

PE = ***48.441,73dólares***

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

AÑO 5

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Costo Fijo Total

PE = ---------- x 100

Ventas Totales - Costo Variable Total

42.361,44

PE = ---------- x 100

79.296,23 – 18.635,65

42.361,44

PE = ---------- x 100

58.664,18

PE = ***68,81 %***

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Costo Fijo Total

PE = ----------

Costo Variable Total

1 - ----------

Ventas totales

42.361,44

PE = ----------

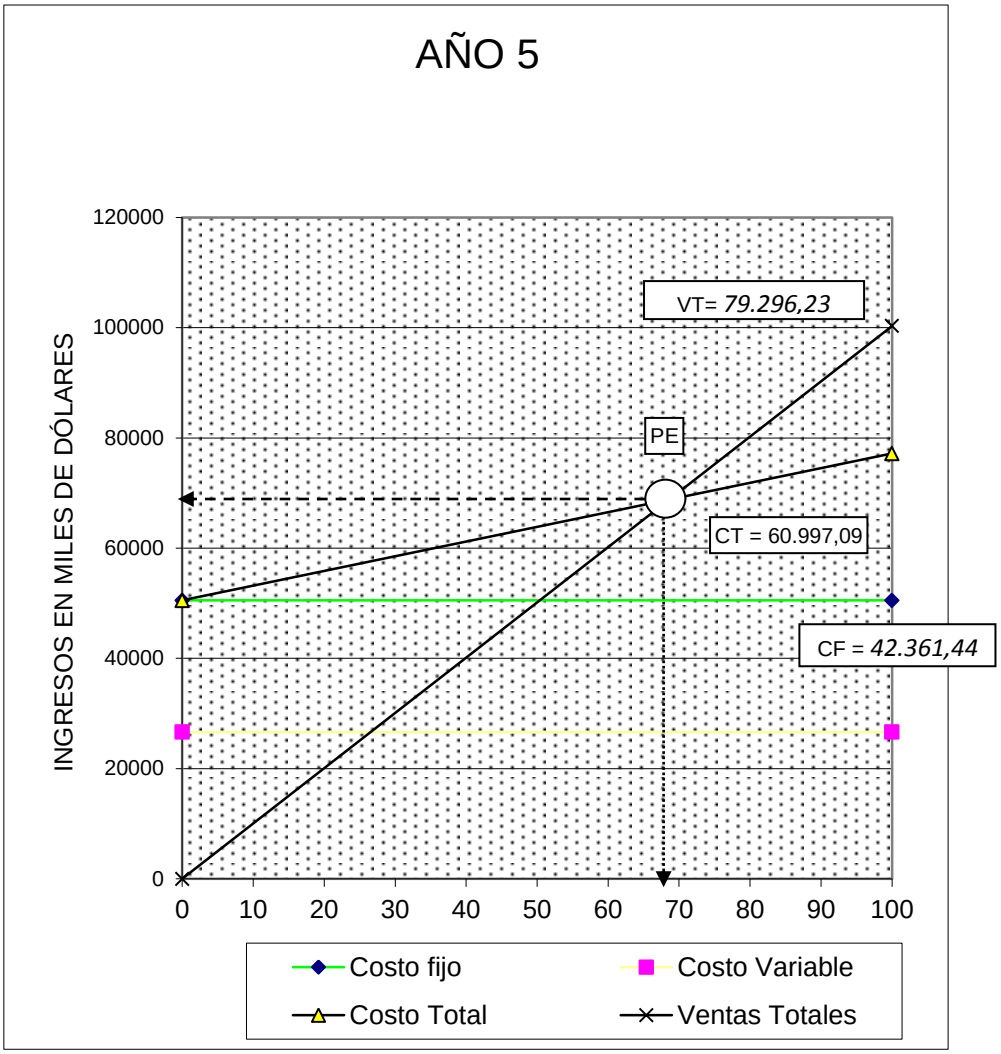
18.635,65

1 - ----------

79.296,23

PE = ***54.561,33dólares***

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

AÑO 10

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Costo Fijo Total

PE = ---------- x 100

Ventas Totales - Costo Variable Total

53.052,89

PE = ---------- x 100

100.317,75 – 24.403,15

53.052,89

PE = ---------- x 100

73.682,67

PE = ***68,58 %***

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Costo Fijo Total

PE = ----------

Costo Variable Total

1 - ----------

Ventas totales

53.052,89

PE = ----------

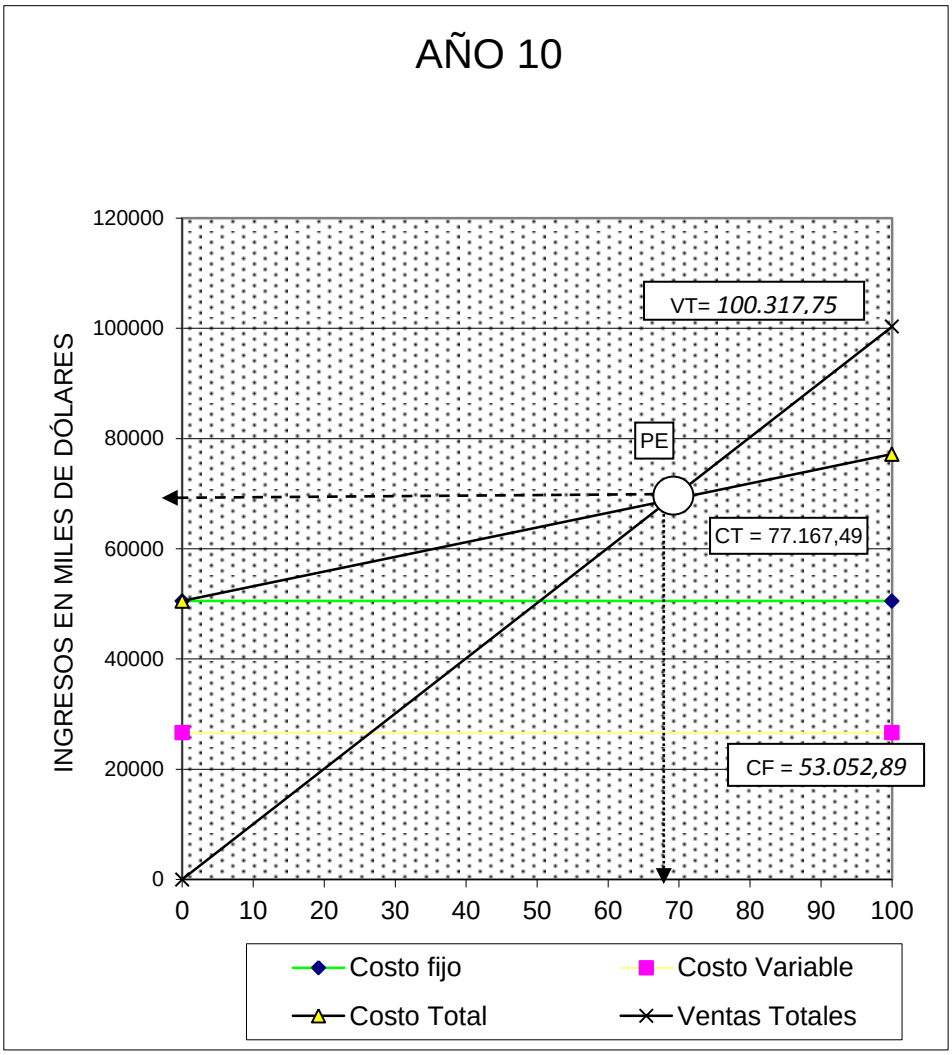
24.403,15

1 - ----------

100.317,75

PE = ***68.799,05dólares***

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

EVALUACIÓN ECONÓMICA

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja**.**

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. Permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro Nº 59 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO Nº 57
FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	68.039,78	76.875,88	73.284,02	76.233,56	79.296,23	82.700,28	86.830,69	91.096,92	95.588,64	100.317,75
Valor Residual			**52,95**			58,28			60,21	2.326,00
TOTAL INGRESOS	**68.039,78**	**76.875,88**	**73.336,97**	**76.233,56**	**79.296,23**	**82.758,56**	**86.830,69**	**91.096,92**	**95.648,85**	**102.643,75**
EGRESOS										
Costo de Producción	52.338,29	59.135,29	56.372,32	58.641,20	60.997,10	63.615,60	66.792,84	70.074,55	73.529,72	77.167,50
Reinversiones				1.750,00			1.852,00			
EGRESOS	**52.338,29**	**59.135,29**	**56.372,32**	**60.391,20**	**60.997,10**	**63.615,60**	**68.644,84**	**70.074,55**	**73.529,72**	**77.167,50**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**15.701,49**	**17.740,59**	**16.964,65**	**15.842,36**	**18.299,13**	**19.142,96**	**18.185,85**	**21.022,37**	**22.119,13**	**25.476,25**
(-) 15% Utilidad Trabajadores	2355,22	2661,09	2544,70	2376,35	2744,87	2871,44	2727,88	3153,36	3317,87	3821,44
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	**13.346,27**	**15.079,50**	**14.419,95**	**13.466,01**	**15.554,26**	**16.271,52**	**15.457,97**	**17.869,01**	**18.801,26**	**21.654,81**
(-) 25% Impuesto a la renta	3336,57	3769,88	3604,99	3366,50	3888,57	4067,88	3864,49	4467,25	4700,32	5413,70
UTILIDAD LIQUIDA	**10.009,70**	**11.309,63**	**10.814,96**	**10.099,50**	**11.665,70**	**12.203,64**	**11.593,48**	**13.401,76**	**14.100,95**	**16.241,11**
Amortización de Diferidos	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60	1.230,60
Depreciaciones	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17	2.187,17
UTILIDAD NETA	**6.591,93**	**7.891,86**	**7.397,19**	**6.681,73**	**8.247,93**	**8.785,87**	**8.175,71**	**9.983,99**	**10.683,18**	**12.823,34**
FUJO NETO DE CAJA	**6.591,93**	**7.891,86**	**7.397,19**	**6.681,73**	**8.247,93**	**8.785,87**	**8.175,71**	**9.983,99**	**10.683,18**	**12.823,34**

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

CUADRO Nº 58
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15,2%	VALOR ACTUALIZADO
0	32.699,22		
1	6.591,93	0,868055556	5.722,16
2	7.891,86	0,753520448	5.946,67
3	7.397,19	0,654097611	4.838,49
4	6.681,73	0,567793065	3.793,84
5	8.247,93	0,492875924	4.065,20
6	8.785,87	0,427843684	3.758,98
7	8.175,71	0,371392087	3.036,39
8	9.983,99	0,322388964	3.218,73
9	10.683,18	0,279851532	2.989,70
10	12.823,34	0,242926677	3.115,13
			40.485,30
			32.699,22
			7.786,08

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 40.485,30 32.699,22

VAN = 7.786,08

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 59
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		6.591,93	
2		7.891,86	14.483,79
3		7.397,19	21.880,98
4		6.681,73	28.562,71
5	32.699,22	8.247,93	36.810,64
6		8.785,87	45.596,51
7		8.175,71	53.772,22
8		9.983,99	63.756,21
9		10.683,18	74.439,38
10		12.823,34	87.262,72
		87.262,72	

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 5 \quad \frac{32699{,}22 - 8247{,}93}{36810{,}64}$$

PRC = 5,66

			5	**Años**
0,66 * 12 =	7,97		**7**	**Meses**
0,97 * 30 =	29,13		**29**	**Días**

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

CUADRO Nº 60

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 20,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 21,00%	VAN MAYOR
0			32.699,22		32.699,22
1	6.591,93	0,8333333333	5.493,27	0,8264462810	5.447,88
2	7.891,86	0,6944444444	5.480,46	0,6830134554	5.390,24
3	7.397,19	0,5787037037	4.280,78	0,5644739301	4.175,52
4	6.681,73	0,4822530864	3.222,29	0,4665073802	3.117,08
5	8.247,93	0,4018775720	3.314,66	0,3855432894	3.179,93
6	8.785,87	0,3348979767	2.942,37	0,3186308177	2.799,45
7	8.175,71	0,2790816472	2.281,69	0,2633312543	2.152,92
8	9.983,99	0,2325680394	2.321,96	0,2176291358	2.172,81
9	10.683,18	0,1938066995	2.070,47	0,1798587899	1.921,46
10	12.823,34	0,1615055829	2.071,04	0,1486436280	1.906,11
			779,77		**-435,82**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 20 + 1{,}00 \left(\frac{779{,}77}{1215{,}59} \right)$$

$$TIR = 20 + 1{,}00 \left(0{,}64 \right)$$

$$TIR = 20 + 0{,}64 \left(\right.$$

TIR = 20,64 %

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.30) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.30 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO Nº 61
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,20%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,20%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	52338,29	0,8680555556	45432,54	68039,78	0,8680555556	59062,31
2	59135,29	0,7535204475	44559,65	76875,88	0,7535204475	57927,55
3	56372,32	0,6540976107	36873,00	73284,02	0,6540976107	47934,90
4	58641,20	0,5677930648	33296,07	76233,56	0,5677930648	43284,89
5	60997,10	0,4928759243	30064,00	79296,23	0,4928759243	39083,20
6	63615,60	0,4278436843	27217,53	82700,28	0,4278436843	35382,79
7	66792,84	0,3713920871	24806,33	86830,69	0,3713920871	32248,23
8	70074,55	0,3223889645	22591,26	91096,92	0,3223889645	29368,64
9	73529,72	0,2798515317	20577,40	95588,64	0,2798515317	26750,63
10	77167,50	0,2429266768	18746,04	100317,75	0,2429266768	24369,86
			304.163,84			395.413,00

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{395413{,}00}{304163{,}84}$$

R (B/C) = 1,30 Dólares

LO QUE DETERMINA QUE POR CADA DÓLAR INVERTIDO SE OBTENDRÁ 0,30 CENTAVOS DE GANANCIA

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 18,4% en los costos y una disminución del 14,1% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Cuadro Nº 62

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 18,4 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 18,40%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 17,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 17,50%	VAN MAYOR
0						32.699,22		32.699,22
1	52.338,29	61.968,54	68.039,78	6.071,24	0,8547008547	5.189,10	0,8510638298	5.167,02
2	59.135,29	70.016,18	76.875,88	6.859,70	0,7305135510	5.011,10	0,7243096424	4.968,54
3	56.372,32	66.744,83	73.284,02	6.539,19	0,6243705564	4.082,88	0,6164337382	4.030,98
4	58.641,20	69.431,18	76.233,56	6.802,38	0,5336500482	3.630,09	0,5246244580	3.568,69
5	60.997,10	72.220,57	79.296,23	7.075,66	0,4561111523	3.227,29	0,4464889005	3.159,21
6	63.615,60	75.320,87	82.700,28	7.379,41	0,3898385917	2.876,78	0,3799905536	2.804,11
7	66.792,84	79.082,72	86.830,69	7.747,97	0,3331953776	2.581,59	0,3233962158	2.505,66
8	70.074,55	82.968,27	91.096,92	8.128,65	0,2847823740	2.314,90	0,2752308220	2.237,26
9	73.529,72	87.059,19	95.588,64	8.529,45	0,2434037384	2.076,10	0,2342389974	1.997,93
10	77.167,50	91.366,32	100.317,75	8.951,43	0,2080373833	1.862,23	0,1993523382	1.784,49
						152,83		**-475,34**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 17{,}00 + 0{,}50 \left(\frac{152{,}83}{628{,}17} \right) = \mathbf{17{,}12\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 20,64 - 17,12 = 3,52 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 3,52 / 20,64 = 17,05%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 17,05 / 17,12 = **0,995**

CUADRO Nº 63

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 14,15 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 14,15%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 17,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 17,50%	VAN MAYOR
0						32.699,22		32.699,22
1	52.338,29	58.412,15	68.039,78	6.073,86	0,8547008547	5.191,33	0,8510638298	5.169,24
2	59.135,29	65.997,94	76.875,88	6.862,65	0,7305135510	5.013,26	0,7243096424	4.970,69
3	56.372,32	62.914,33	73.284,02	6.542,01	0,6243705564	4.084,64	0,6164337382	4.032,72
4	58.641,20	65.446,51	76.233,56	6.805,31	0,5336500482	3.631,65	0,5246244580	3.570,23
5	60.997,10	68.075,81	79.296,23	7.078,71	0,4561111523	3.228,68	0,4464889005	3.160,57
6	63.615,60	70.998,19	82.700,28	7.382,59	0,3898385917	2.878,02	0,3799905536	2.805,31
7	66.792,84	74.544,15	86.830,69	7.751,31	0,3331953776	2.582,70	0,3233962158	2.506,74
8	70.074,55	78.206,71	91.096,92	8.132,16	0,2847823740	2.315,89	0,2752308220	2.238,22
9	73.529,72	82.062,85	95.588,64	8.533,13	0,2434037384	2.077,00	0,2342389974	1.998,79
10	77.167,50	86.122,79	100.317,75	8.955,29	0,2080373833	1.863,03	0,1993523382	1.785,26
						166,99		**-461,45**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 17{,}00 + 0{,}50 \left(\frac{166{,}99}{628{,}44} \right) = \mathbf{17{,}13\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	20,64	-	17,13	=	3,51 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	3,51	/	20,64	=	17,00%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	17,00	/	17,13	=	**0,992**

h) CONCLUSIONES

Al finalizar la presente se presenta las siguientes Conclusiones:

- Del Estudio de Mercado y del análisis de la Oferta y la Demanda, se determina una Demanda Insatisfecha para el año 1 de 25.506 paquetes de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes., sobre la cual la empresa se encuentra con una capacidad de cobertura del 70% para el primer año, con un incremento del 5% a partir del segundo año y hasta el décimo año del ciclo de vida del proyecto.

- El producto que ofrece la empresa, está diseñado para satisfacer las necesidades del usuario en cuanto gustos y preferencias, observando además las normas de calidad.

- El Canal de Distribución más conveniente es el de Productor – Intermediario – Usuario final, pues la venta directa a través de las impulsadoras, con la utilización de catálogos y muestrarios, permitirá la información completa del producto.

- Del análisis de los aspectos económicos, de entorno empresarial y de mercado, se ha identificado el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa que es en el sector Norte de la ciudad de Loja, parroquia de El Valle, cantón Loja en la Ciudadela La Paz, Av. Salvador Bustamante Celi 12-15 y Homero Idrovo.

- El proceso de producción demanda de equipos adecuados cuyo costo accesible permite implementar la capacidad instalada necesaria para obtener un producto de calidad.

- Conforme a los resultados de la Evaluación Financiera, el valor actual presente de los flujos de costos e ingresos (VAN) asciende a $7.786,08, por lo que el proyecto demuestra su viabilidad. La recuperación de la inversión, requerirá de un tiempo de 5 años 7 meses y 29 días (PRC). La tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingreso con la inversión inicial (TIR), es de 20,64%, por lo que el proyecto es aceptable. La Relación Beneficio Costo (B-C) sustenta la realización del proyecto, toda vez que su cálculo registra un valor de $1.30, es decir que por cada dólar invertido, se obtendrá $0.30 de utilidad. El incremento del 18,4% y el decremento del 14,15% a los costos, no afecta al proyecto.

i) RECOMENDACIONES

- La existencia de la Demanda Insatisfecha crea la oportunidad para implantar la nueva Unidad Productiva, que generará las fuentes de trabajo requeridas para el desarrollo económico para la ciudad y provincia de Loja.

- La promoción y publicidad para que el producto se posicione en la mente del usuario, debe ser objetiva y con mensajes que relacionen la empresa, el productor y usuario, así mismo los anuncios deben informar, convencer y recordar, al usuario: el nombre de la marca, slogan, beneficios y más información pertinente.

- Es importante reclutar personal de impulsadoras con actitudes y aptitudes que generen el compromiso hacia la consecución de los objetivos de la empresa.

- El sector de ubicación de la empresa es estratégico y facilita el libre acceso a su planta de producción, que debe aprovecharse para llegar hasta los usuarios de la ciudad.

- La garantía que prestan los equipos de producción debe conservarse mediante un apropiado manejo y mantenimiento, así mismo, acorde al crecimiento de la empresa y a su capacidad económica, deberá implementarse la tecnología de punta más conveniente.

- De acuerdo a los indicadores financieros el proyecto es factible y de conveniencia para su ejecución.

j) BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

- FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

- FOLLETO 2009. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 10 de Administración de Empresas

- PASACA MORA, Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2004.

- REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 1982.

k) ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA DE RESUMEN

TITULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

PROBLEMA

Se considera sector secundario de la economía a las industrias que transforman materias primas en bienes que satisfacen las necesidades humanas, acepción que lo ratifica Benalcazar en su Libro Análisis del Desarrollo Económico del Ecuador 1989, concluyendo que los países se diferencian por el grado superior de desarrollo así, en "industrializados", "desarrollados" y los que proveen de materia prima "en vías de desarrollo".

Dentro de este sector convergen una serie de subsectores que por ser transformadores de materia prima pertenecen a esta gran división, es el caso de la artesanía que por el uso débil de capitales oferta bienes con costos de producción y precios altos; no siendo el caso de la gran industria que por el hecho de utilizar grandes inversiones para su construcción, montaje y operación emplea tecnología de punta, y economías de escala lo

que le permite abaratar los costos y ofertar bienes a menor precio en el mercado, desalentando y deprimiendo la competencia artesanal.

Tanto la artesanía, pequeña, mediana y gran industria han conseguido insertar bienes en el mercado internacional; las dos últimas en muchos de los casos se han constituido en empresas multinacionales, exportando una variedad de bienes finales, incentivando a la industria de menor desarrollo a la reinversión y a la incorporación de tecnología de punta. Pero a causa de la política crediticia que no oferta préstamos a largo plazo no se ha podido conseguir el desarrollo de las MiPime (microempresa, pequeña y mediana industria).

Regresando a nuestro tema de análisis se puede inferir que al menos en el Ecuador la formación del sector secundario tiene orígenes coloniales, así se advierte que antes de la llegada de los españoles ya existía una rudimentaria forma de industria dedicadas al “hilado, tejido, confección de vestidos” además producían una variedad de herramientas, “artesanías artísticas y utilitarios de cerámica en oro y plata” , las que aún en la actualidad se mantienen como actividades complementarias de la producción agrícola en la serranía y en algunos sectores de la economía.

Pero es en la Colonia como se mencionó líneas arriba donde se forma la industria manufacturera, alimenticia y la producción de sombreros de paja toquilla; la industria del cuero, carpinteros, fábrica de muebles y materiales para la construcción de viviendas.

Adentrándonos en el periodo de análisis advertimos que el sector secundario en 1900 mantuvo el mismo patrón colonial solo que con algunas variaciones. En la industria alimenticia se estableció los grandes ingenios de azúcar y fábricas de cerveza; En la industria manufacturara los grandes rebaños de ovejas que proveían de materia prima para la elaboración de prendas de vestir en el siglo XVII al inicio del XX se habían constituido en pequeñas fincas agrícolas y en el mejor de los casos sobrevivían pequeños telares dedicadas a la elaboración de prendas de vestir para la población rural. A pesar que este sector recibe un impulso desde la Independencia al levantarse la prohibición de producir tejidos de lana y algodón no puede desarrollarse porque conserva la misma estructura de antaño, igual caso sucede en la agroindustria dedicada a la producción de harinas, panela y aguardiente; la única rama que logra diversificar su producción es la industria tabacalera.

De 1900 a 1950 comprende un periodo de gran inestabilidad, convulsividad interna y externa; dentro del ámbito interno se registra la muerte de los más importantes representantes del Alfarismo, la Revolución Juliana, golpes de Estado, gobiernos defáctos, matanza de trabajadores, y otros; En lo externo ocurre la Primera Guerra Mundial, la Gran Depresión de los años 30, la Revolución Soviética, luego la Segunda Guerra Mundial; por la que el proceso de industrialización es lento y en algunos periodos llegó a paralizarse, e involucionar como ocurre en los periodos de 1915-19; 1930-34.

Antes de la segunda guerra mundial sostiene Benalcazar que producto de la migración de europeos los patrones de consumo se diversificaron, creándose una nueva demanda de bienes industriales como vehículos, radios, refrigeradoras, y otros electrodomésticos, para lo cual el gobierno debía proveer de divisas para abastecer la importación, la segunda opción era la de producir dichos bienes, lo que significaba que el país estaba siendo empujado hacia la industrialización, modelo de desarrollo que más tarde efectivamente emprende el Ecuador bajo los lineamientos de la Industrialización Sustitutiva de Importaciones formulado por la CEPAL.

El sector se ve estimulado en los años de la post guerra, en el que se diversifica y crecen ampliamente las industrias que se dedican a la "producción de leche en polvo, tejidos de seda, sosa cáustica, productos elaborados de petróleo, cemento, alambre de púas, productos químicos y farmacéuticos".

La distribución general por ramas según la ocupación y el capital en giro declarado" para el año 1950 se halló que las industrias más importantes como alimentos, bebidas, tabacos y textiles ocupaban el 60% de la mano de obra y eran propietarios del 66% del capital y en lo relativo a su organización Benalcazar 1989 infiere que el sector mantenía la estructura tradicional y había cambiado en poco en cuanto tiene que ver a la organización normada por el Código Civil.

Como hemos mencionado líneas arriba la industrialización se venía en parte porque generaba trabajo, empleo y porque se iba a utilizar mejor los recursos naturales y materias primas; se evitaba el deterioro de los términos de intercambio entre productos primarios y secundarios; nos integraríamos al Mercado Subregional Andino y se sustituirían las importaciones, es decir se incrementaría el proceso de desarrollo económico.

Luego de analizar el sector secundario, se detectó el alto precio de los productos de cosméticos debido a diferentes factores como son: la distancia que se encuentran las fábricas que están instaladas en las grandes ciudades del país, por las pocas garantías que se les da a los inversionistas, falta de apoyo gubernamental. Además se detecta la centralización de la distribución del producto ya que el comerciante que tiene más capital, consigue que el proveedor le deje toda la mercadería obteniendo así la exclusividad de dichas prendas y por consiguiente se impone los precios a los usuarios deteriorando significativamente la calidad de vida de la comunidad.

Por otra parte se ha determinado que no existe una empresa en el sector debido a la falta de motivación, capacitación, conocimiento, decisión y ausencia de estudios de proyectos de inversión.

El propósito del presente trabajo de investigación, es realizar un estudio de factibilidad que permita recoger información sobre el mercado, proceso productivo, costos, etc., que posibilite la toma de decisiones sobre inversión con menores riesgos posibles.

Consciente de la importancia que tienen el crear empresa en la ciudad de Loja, y luego de un análisis detallado, se ha visto que su comercialización representa una oportunidad de negocio rentable y competitiva, es por esto que poniendo énfasis en el mercado y las necesidades de los clientes, se ha considerado pertinente desarrollar una propuesta titulada:**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TOALLITAS DESMAQUILLADORAS HIDRATANTES Y SU COMERCIALIZACIÓN EM LA CIUDAD DE LOJA",** esto con el objeto de contribuir tanto al desarrollo económico y productivo de la provincia, generar mayores fuentes de trabajo y obtener una beneficio empresarial.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA:

"La Falta de Implementación de una empresa de producción y comercialización de Toallitas desmaquilladoras en la provincia de Loja, no permite el crecimiento económico de este sector".

JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Para lograr un cambio significativo en el desarrollo de las sociedades es necesario la preparación continua basada en conocimientos técnicos de mayor nivel dentro de la formación de las personas, sobre todo la aplicación de los conocimientos que se ha adquirido en el transcursos de los módulos de preparación académica universitaria, los mismos que servirán de

sustento para el adecuado desarrollo en el planteamiento de proyectos de inversión en las que su factibilidad o no quede debidamente demostrada con la aplicación de herramientas científicas. Así mismo el contenido de los estudios realizados servirá como aporte de fuentes de consulta a otros investigadores.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Puesto que la información científica no solo se debe quedar en los centros de investigación sino que es necesaria que sea socializada a los sectores implicados en el proceso de investigación es por ello que la Universidad Nacional de Loja, como parte de una de las funciones plantea que los estudiantes tienen que realizar la extensión universitaria, ya que esta función permite contribuir al desarrollo de la sociedad e incrementar fuentes de trabajo, a través de la creación de una empresa comercializadora de Toallitas Desmaquilladoras Hidratantes en la ciudad de Loja.

A través del presente proyecto se pretende brindar un aporte a la sociedad lojana y en especial al sector industrial, mejorando sus niveles de productividad a través del uso y aplicación adecuada de la materia prima existente en el medio.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Conocedor de la realidad marcada que enfrenta nuestro país que busca sobrevivir con una economía informal pretendemos generar cambios positivos que vayan en beneficio de la situación económica de los beneficiarios del proyecto permitirá implementar fuentes de trabajo y con ello mejorar la calidad de vida de algunas familias y contribuir al desarrollo económico de la provincia de Loja.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

"Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de toallitas desmaquilladoras hidratantes y su comercialización en la ciudad de Loja".

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una segmentación geográfica a fin de determinar las demandantes de toallitas desmaquilladoras hidratantes en la ciudad de Loja, esto es las mujeres que son quienes utilizan el producto en mención.
- Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación de este tipo de productos en los usuarios potenciales y reales en la ciudad de Loja.

- Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño, ingeniería del proyecto, para obtener una eficiente comercialización de este producto.
- Diseñar un estudio administrativo, acorde a los requerimientos de la nueva empresa
- Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar la rentabilidad de proyecto en estudio.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se van a utilizar algunos métodos, técnicas y procedimientos, cuya información permitirá organizar, ejecutar y establecer la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de Toallitas desmaquilladoras hidratantes en la ciudad de Loja.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizarán algunos métodos, que se describen a continuación:

El método inductivo es un proceso analítico sintético mediante el cual se partió del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

El cual nos servirá para analizar la problemática planteada y comparándola con los conceptos, temas y textos, que nos servirá de base para fundamentar el estudio teórico y conceptual del trabajo investigativo, se obtendrá las herramientas necesarias para sostener la validez del presente estudio.

El método deductivo sigue un proceso sintético analítico, es decir contrario al anterior, se lo utilizará con el fin de lograr la comparación de los hechos investigados y compararlos con los conceptos, principios, definiciones leyes y normas generales, de las cuales se extraerán conclusiones y recomendaciones; y estas a su vez se aplicarán o se examinarán en los casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas, para luego con los resultados se establecerán las relaciones esenciales con el tema de estudio.

El método estadístico, la utilización de este método permitirá la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los usuarios de toallitas desmaquilladoras hidratantes en la ciudad de Loja, así mismo permitirá la representación gráfica de los mismos, para una mejor comprensión.

Los resultados se fundamentarán en técnicas estadísticas, de proyección, análisis y presentación de resultados

Método descriptivo el cual permitirá describir los diferentes factores causantes de los efectos económicos y sociales, los mismos que permitirán

ubicar a la empresa propuesta en forma de competencia en el mercado objetivo.

TÉCNICAS

De igual manera se utilizará técnicas que nos permitirán recopilar información como son:

La técnica de la observación directa que nos permitirá determinar la situación actual de las empresas en la ciudad de Loja.

Otra técnica aplicada será la encuesta la misma que se aplicará a los posibles demandantes en un total de 31.851 mujeres mayores de 15 años que son quienes utilizan este tipo de productos como son la Toallitas desmaquilladoras hidratantes y una segunda encuesta a los oferentes de productos de bazar y conocer la oferta y la demanda

Determinación del Tamaño de La Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se toma como base la población de la ciudad de Loja solo mujeres mayores de 15 años es de 31851 año 2001 que es el 72% de la población total de mujeres, proyectada para el año 2011 con el 2,08% de Tasa de Crecimiento es de 39.132 según datos establecidos en el INEC.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

FORMULA

$$\mathbf{Pf} = Po\ (1+r)^{n}$$

$Pf_{2011} = 31851\ (1+0.0208)^{10}$

$Pf_{2011} = 31851\ (1.005)^{10}$

Pf_{2011}= 39.132 mujeres mayores de 15 años y no mayores de 60.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra tomamos la población proyectada para el año 2011, que es de 39.132 mujeres mayores de 15 años hasta los 60 años de edad.

Aplicando la formula se tiene:

Determinación del tamaño de la muestra

Fórmula

$$n = \frac{N}{1+e^2(N)}$$

$$n = \frac{39.132}{1+(0.05)^2 * 39.132} \quad n = 400$$

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 400, a las mujeres mayores de 15 años en la ciudad de Loja.

ANEXO Nº 2

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Nowoven (40%)	gr.	362,00	2,10	760,20
Impregnatingsolution (60%)	gr.	547,00	2,30	1.258,10
polysorbate 20	gr.	365,00	0,09	32,85
Phenoxyethanol	gr.	272,00	4,80	1.305,60
Methylparaben	gr.	272,00	0,56	152,32
Ethylparaben	gr.	146,00	0,98	143,08
Fragancia	gr.	34,00	6,00	204,00
TOTAL 1er. año				3.856,15

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 2.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5,29%
1	3.856,15
2	4.060,14
3	4.274,92
4	4.501,07
5	4.739,17
6	4.989,87
7	5.253,84
8	5.531,77
9	5.824,40
10	6.132,51

ELABORACIÓN: La Autora
FUENTE: Banco Central (tasa de inflación a enero 2012)

ANEXO Nº 3

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Paquetes de cartón x10 un. 1er año	8.837,00	0,006	53,02
Paquetes de cartón x10 un. 2do. año	9.468,00	0,006	56,81
Paquetes de cartón x10 un. 3er año	10.099,00	0,007	70,69
Paquetes de cartón x10 un. 4to. año	10.730,00	0,007	75,11
Paquetes de cartón x10 un. 5to al 10mo añ	11.362,00	0,008	90,90
TOTAL			346,53

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 3.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5,29%
1	346,53
2	364,86
3	384,16
4	404,48
5	425,88
6	448,41
7	472,13
8	497,11
9	523,40
10	551,09

ANEXO Nº 4

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

OBREROS

RUBRO/PUESTOS	JEFE DE PRODUCCIÓN	OBRERO
Básico	350	300
Décimo Tercero 1/12	29,17	25,00
Décimo Cuarto SBU/12	24,50	24,50
Vacaciones 1/24	14,58	12,50
Aporte patronal 11.15%	39,03	33,45
Fondo de Reserva 1/12	29,17	25,00
Aporte IECE 0,5%	1,75	1,5
Aporte CECAP 0,5%	1,75	1,5
Remuneración unificada	489,94	423,45
Nro. De personas	1	1
Total Mensual	489,94	423,45
Total anual	**5.879,30**	**5.081,40**
Total Sueldos MOD		**10.960,70**

ANEXO Nº 4.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5,29%
1	10.960,70
2	11.540,52
3	12.151,01
4	12.793,80
5	13.470,60
6	14.183,19
7	14.933,48
8	15.723,46
9	16.555,23
10	17.431,00

ANEXO Nº 5

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Empaquetadora Vertical	1	3.400,00	3.400,00
Balanza para medir densidad de papel	1	620	620,00
Secadora y perfumadora de papel	1	3.900,00	3.900,00
Etiquetadora Manual	1	140	140,00
Cortadora de papel	1	1.400,00	1.400,00
TOTAL			9.460,00

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 5.A
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 9.460,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			20% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	9.460,00	1.892,00		7.568,00
1	7.568,00		756,8	6.811,20
2	6.811,20		756,8	6.054,40
3	6.054,40		756,8	5.297,60
4	5.297,60		756,8	4.540,80
5	4.540,80		756,8	3.784,00
6	3.784,00		756,8	3.027,20
7	3.027,20		756,8	2.270,40
8	2.270,40		756,8	1.513,60
9	1.513,60		756,8	756,80
10	756,80		756,8	0,00

ANEXO Nº 6

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Telefax	1	145,00	145,00
Reloj de pared	2	12,00	24,00
		TOTAL	**169,00**

Fuente: Importadora Espinosa
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 6.A

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO:	169,00			
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	169,00	16,90		152,10
1	152,10		15,21	136,89
2	136,89		15,21	121,68
3	121,68		15,21	106,47
4	106,47		15,21	91,26
5	91,26		15,21	76,05
6	76,05		15,21	60,84
7	60,84		15,21	45,63
8	45,63		15,21	30,42
9	30,42		15,21	15,21
10	15,21		15,21	0,00

ANEXO Nº 7

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	750,00	1.500,00
Impresora	2	45,00	90,00
		TOTAL	**1.590,00**

Fuente: Master PC.
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 7.A

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 1.590,00

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 3,33% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.590,00	52,95		1.537,05
1	1.537,05		512,351	1.024,70
2	1.024,70		512,351	512,35
3	512,35		512,351	0,00
4	0,00		512,351	-512,35

ANEXO Nº 8

REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	820,00	1.640,00
Impresora	2	55,00	110,00
		TOTAL	**1.750,00**

Fuente: Master PC.
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 8.A

DEPRECIACIÓN REPOSICIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 1.750,00

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 3,33% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.750,00	58,28		1.691,73
1	1.691,73		563,9083333	1.127,82
2	1.127,82		563,9083333	563,91
3	563,91		563,9083333	0,00
4	0,00		563,9083333	-563,91

ANEXO Nº 9

HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Kit de herramientas	1	130,00	130,00
Probetas	3	12,00	36,00
		TOTAL	**166,00**

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 9.A

DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 166,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	166,00	16,60		149,40
1	149,40		14,94	134,46
2	134,46		14,94	119,52
3	119,52		14,94	104,58
4	104,58		14,94	89,64
5	89,64		14,94	74,70
6	74,70		14,94	59,76
7	59,76		14,94	44,82
8	44,82		14,94	29,88
9	29,88		14,94	14,94
10	14,94		14,94	0,00

ANEXO Nº 10

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	210,00	210,00
Escritorio modular	1	220,00	220,00
Escritorio secretaria	1	200,00	200,00
Estanterías	2	140,00	280,00
Archivador 5 cajones	2	175,00	350,00
Sillas giratorias	3	75,00	225,00
Sillón giratorio	1	120,00	120,00
Sillas trípode	2	210,00	420,00
Sillas metal/corosil	12	30,00	360,00
Perchas metálicas	6	90,00	540,00
Rótulo Exterior	1	320,00	320,00
		TOTAL	**3.245,00**

Fuente: Mueblería Rosas
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 10.A

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

VALOR DEL ACTIVO: 3.245,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	3.245,00	324,50		2.920,50
1	2.920,50		292,05	2.628,45
2	2.628,45		292,05	2.336,40
3	2.336,40		292,05	2.044,35
4	2.044,35		292,05	1.752,30
5	1.752,30		292,05	1.460,25
6	1.460,25		292,05	1.168,20
7	1.168,20		292,05	876,15
8	876,15		292,05	584,10
9	584,10		292,05	292,05
10	292,05		292,05	0,00

ANEXO Nº 11

EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Extintores	2	170,00	340,00
Sistema de Alarma	1	420,00	420,00
		TOTAL	**760,00**

Fuente: Import. Sendel Guayaquil
Elaboración: La Autora

ANEXO Nº 11.A

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

VALOR DEL ACTIVO: 760,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL **10% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	760,00	76,00		684,00
1	684,00		68,4	615,60
2	615,60		68,4	547,20
3	547,20		68,4	478,80
4	478,80		68,4	410,40
5	410,40		68,4	342,00
6	342,00		68,4	273,60
7	273,60		68,4	205,20
8	205,20		68,4	136,80
9	136,80		68,4	68,40
10	68,40		68,4	0,00

ANEXO Nº 12

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	12306,00	1.230,60	11.075,40
2	11.075,40	1.230,60	9.844,80
3	9.844,80	1.230,60	8.614,20
4	8.614,20	1.230,60	7.383,60
5	7.383,60	1.230,60	6.153,00
6	6.153,00	1.230,60	4.922,40
7	4.922,40	1.230,60	3.691,80
8	3.691,80	1.230,60	2.461,20
9	2.461,20	1.230,60	1.230,60
10	1.230,60	1.230,60	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 41
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 13

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA	CONTADORA
Básico	450	310	350
Décimo Tercero 1/12	37,50	25,83	29,17
Décimo Cuarto SBU/12	24,5	24,5	24,5
Vacaciones 1/24	18,75	12,92	14,58
Aporte patronal 11.15%	50,18	34,57	39,03
Fondo de Reserva 1/12	37,50	25,83	29,17
Aporte IECE 0,5%	2,25	1,55	1,75
Aporte CECAP 0,5%	2,25	1,55	1,75
Remuneración unificada	622,93	436,75	489,94
Nro. De personas	1	1	1
Total Mensual	622,93	436,75	489,94
Total anual	**7.475,10**	**5.240,98**	**5.879,30**
Total Sueldos Administrativos			**18.595,38**

ANEXO Nº 13.A

PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5,29%
1	18.595,38
2	19.579,08
3	20.614,81
4	21.705,33
5	22.853,54
6	24.062,50
7	25.335,40
8	26.675,65
9	28.086,79
10	29.572,58

ANEXO Nº 14

ROL DE PAGOS AGENTE DE VENTAS

RUBRO/PUESTOS	VENDEDOR
Básico	350
Décimo Tercero 1/12	29,17
Décimo Cuarto SBU/12	24,50
Vacaciones 1/24	14,58
Aporte patronal 11.15%	39,03
Fondo de Reserva 1/12	29,17
Aporte IECE 0,5%	1,75
Aporte CECAP 0,5%	1,75
Remuneración unificada	489,94
Nro. De personas	1
Total Mensual	489,94
Total anual	**5.879,28**

ANEXO Nº 14.A

PROYECCIÓN PARA SUELDOS VENDEDOR

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 5,29%
1	5.879,28
2	6.190,29
3	6.517,76
4	6.862,55
5	7.225,58
6	7.607,81
7	8.010,27
8	8.434,01
9	8.880,17
10	9.349,93

Índice

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
a. Titulo	1
b. Resumen	2
Abstract	5
c. Introducción	7
d. Revisión de Literatura	10
e. Materiales y Métodos	55
f. Resultados	60
g. Discusión	87
h. Conclusiones	187
i. Recomendaciones	189
j. Bibliografía	191
k. Anexos	192
Índice	222