UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA:

GABRIELA MARITZA MORA COSTA

DIRECTOR:

ING. GALO EDUARDO SALCEDO LÓPEZ

LOJA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Eduardo Salcedo López
DIRECTOR DE TESIS

C E R T I F I C A:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes, el desarrollo de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA",** de la autoría de la egresada Gabriela Maritza Mora Costa, encontrándose sujeto a las normativa institucional, por lo que autorizo su presentación.

Loja, Noviembre de 2014

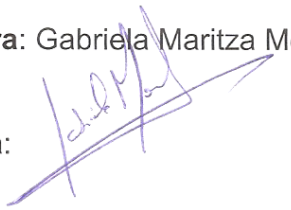
Ing. Galo Eduardo Salcedo López
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Gabriela Maritza Mora Costa declaro ser autora 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.

Autora: Gabriela Maritza Mora Costa

Firma: 

Cédula: 1103504021

Fecha: Noviembre del 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Gabriela Maritza Mora Costa, declaro ser autora de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA",** como requisito para optar al grado de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 14 días del mes de Noviembre de dos mil catorce, firma la autora.

Firma:
Autora: Gabriela Maritza Mora Costa
Cédula de Identidad: 1103504021
Dirección: Loja (Ciprés y Acacias).
Correo electrónico: gabymora81@yahoo.com
Teléfono: 072103416 **Celular:** 0984033520

DATOS COMPLEMENTARIOS:
Director de Tesis: Ing. Galo Eduardo Salcedo López
Tribunal de Grado:

Mg. Edison Espinosa Bailón	**Presidente del Tribunal**
Mg. Carlos Rodríguez	**Vocal**
Mg. Luis Quizhpe Salinas	**Vocal**

DEDICATORIA

El presente proyecto de Tesis se lo dedico a mi Madre quien ha sido la inicial luchadora por el bienestar de MI Familia y el Mío , a mi querido esposo Wagner por su apoyo incondicional en todo momento el cual me ha servido para que yo pueda cumplir este gran meta , a mis Tiernas Hijas Romina y Sofía que con son el motivo principal para crecer cada día más como Ser Humano y cumplir metas Profesionales y Personales y a mi Hermano Alfredo que a través de la distancia Siempre ha estado pendiente de mi superación .

Gaby

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional De Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Galo Salcedo Director de Tesis y al Tribunal de Grado, quienes han dedicado su tiempo para guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de Tesis.

Gabriela Maritza Mora Costa

a. TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

b. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es el Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite hidratante y su comercialización en la ciudad de Loja, la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo el cual trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación, el Método Inductivo el cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto, el Método Estadístico el cual consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad Loja, con una muestra de 397 encuestados; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 45.405 personas, la Demanda Real 40.864 personas, Demanda Efectiva 30.239 personas, las cuales utilizan 181.437 aceites hidratantes de 250 gr., La Oferta de 150.696 aceites hidratantes y la Demanda Insatisfecha de 30.741 aceites hidratantes de 250 gr., 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 Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 24.180 aceites hidratantes de 250 gr., y cuya capacidad utilizada será de 14.507 aceites hidratantes de 250 gr., de los cuales se producirá el 60% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 14.508 aceites hidratantes de 250 gr., además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Loja, en el Barrio La Pradera, calles Eduardo Kigman y Helechos. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Seguidamente 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 tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: Gerente, una Secretaria, un Conserje-Guardián, una Contadora quienes serán parte del personal Administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un Jefe de producción, un Jefe de Ventas, Dos Obreros, y un vendedor.

El proyecto alcanza una inversión de **62.674,25** dólares y se financiará con un aporte de los socios el 52,13% del total de la inversión que corresponde a 32.674,25 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja constituirá el 47,87% que corresponde a 30.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 150.634,70 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 63,01%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 7 meses y 18 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 37,50% y disminuidos en un 23,40%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Posteriormente se plantea las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto.

SUMMARY

The objective of this research is the conduct a feasibility study for the creation of a company producing and marketing oil moisturizer in the city of Loja, which allowed the application of different methods and techniques allows for the investigation, as the Deductive method which is the most usual scientific method, which is characterized by four basic steps: observation and recording of all the facts: the analysis and classification of facts, the inductive derivation of a generalization from the facts; and the contrast, the inductive method which the particular part to reach is usually so by studying the various parts that comprise an assessment of the project failed to win the general conclusion as the feasibility of the project, Statistical method which consists of a set of procedures for managing qualitative and quantitative research data.

This data management purpose is to check, in a part of the reality of one or more vertical consequences deduced from the general and specific objectives of the research.

The use of these methods allowed to reach the culmination of this work and that to do had to follow the steps of understanding and application of the same show.

In the market study in Loja city, with a sample of 397 respondents; Weighted surveys used and the results have been inferred and then perform market

analysis, determining the potential demand of 45,405 people, 40,864 Real Demand people, Effective Demand 30,239 people, which use moisturizing oils 181,437, 150,696 the Offer of moisturizing oils and unmet Demand 30,741 moisturizing oils, which allowed us to determine that the project can and should be performed by the results obtained in the analysis of demand, supply and levels of marketing this product .

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 24,180 moisturizing oils 250 gr., And having a capacity of 14,507 will be used moisturizing oils 250 gr., Of which 60 % of the capacity is used to produce the first year corresponding to 14,508 moisturizing oils 250 gr., plus the location of the same to be located in the city of Loja, in Barrio La Pradera, Eduardo Kingman streets and Ferns is determined. The production process requires the use of suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product at reasonable prices.

Then determining the project engineering process diagrams, characteristics of operation and management, technical requirements as equipment, facilities, furniture and fixtures develops.

Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level Support Assistant, Level Operational Level and the operating manuals, charts was performed; which served as a guideline

for implementing a good organization, because it will have the following staff : Manager, a Secretary a Concierge - Guardian, one Accountant who will be part of the Administrative staff and operational staff distributed as follows: a Head production, a Head of Sales, Two Workers, and a seller.

The project reaches an investment of $ 62,674.25 and will be funded with contributions from partners 52.13 % of total investment corresponding to $ 32,674.25 and a loan to keep the project with the Bank constitute the Loja corresponding to 47.87 % $ 30,000 10-year term at 15 % annual interest.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 150,634.70, indicating that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 63.01 % and this value satisfactory to carry out the project, the time required to recover the original investment would be 1 year, 7 months and 18 days, for this project, the sensitivity values are less than one, therefore not affect changes in project costs and revenues increased 37.50 % and decreased by 23.40%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial de nuestro país, y más aún en la Región Sur es reducido, debido a varios aspectos: la falta de infraestructura básica, la gran distancia de los centros de consumo o mercados, créditos a muy altos intereses, mal manejo del Sistema Financiero Nacional sobre los avances tecnológicos y la posición geográfica de la zona, lo que ha afectado al crecimiento del empleo de la mano de obra y por ende la productividad.

En la ciudad de Loja, existe escasa creación de empresas debido a la falta de una adecuada investigación de estudios de inversión los mismos que garantizan a través de estrategias y planes un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial, a la pobre visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de aprovechamiento de los recursos.

En la ciudad de Loja si existe la materia prima necesaria la misma que se produce todo el año, la cual no es aprovechada en su totalidad, por la falta de explotación de lavanda y manzanilla, falta de visión empresarial, o de gente emprendedora, lamentablemente no existe una empresa dedicada exclusivamente al procesamiento y comercialización de lavanda y manzanilla que se convierte en aceite hidratante para el cuerpo; además, la población

no conoce las características saludables que les ofrece lavanda y manzanilla ya que este produce una sensación de relajamiento único, al aprovechar este producto se estará creando fuentes de trabajo, lo que determina mayores ingresos tanto para los trabajadores como para los empresarios emprendedores, determinado un mejor desarrollo social, este producto de aceite hidratante no es producido en la ciudad de Loja, lo que se comercializa en la ciudad de Loja son de precios altos ya que provienen de otras provincias como de Quito y Guayaquil; por ello, es imperiosa la necesidad de implementar esta empresa ya que generaría fuentes de trabajo y se aprovecharía la materia prima existente en nuestro medio.

Se plantea 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.

En 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.

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.

Además se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa, la entrevista y la encuesta. Los cuales fueron utilizados para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

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

ACEITES HIDRATANTES

"Los aceites corporales incorporan, además de aceites vegetales, como el aceite natural de aguacate o el de jojoba, una combinación de sustancias hidratantes que protegen eficazmente la piel contra la pérdida de humedad. Están enriquecidos por principios activos calmantes y vitaminas anti envejecimiento, como la A y la E.[1]

UTILIZACIÓN

Al no ser grasos, estos productos se pueden colocar justo antes de vestirse o antes de ir a dormir y de meterse en la cama, sin riesgo de manchar la ropa o las sábanas.

Se vierte una pequeña dosis en la palma de la mano y se hace un masaje ascendente con delicados movimientos circulares de las manos. Para activar la circulación de la sangre, se debe empezar siempre por los pies e ir subiendo por las piernas, muslos, tronco y brazos.

[1] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

Es conveniente reaplicar el producto sobre las zonas más ásperas y resecas (rodillas, codos, tobillos, talones). De esta manera, se asegura una hidratación perfecta en todo el cuerpo.

Por último, en caso de pieles muy secas, se pueden aplicar los aceites antes de entrar en la bañera. Con esta acción, se crea una barrera que protege la piel del agua caliente y se evita, así, una mayor deshidratación. Después del baño, se debe repetir la aplicación."[2]

MARCO TEORICO

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD.

DEFINICIÓN.

"Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor (Y>) que la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) , el Costo de Oportunidad de la Inversión (CO), o el Costo del Capital (CK)".(MPM).

TIO = Mejor tasa de interés a que se puede colocar el capital.

---

[2] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

CO = Tasa de rendimiento que ofrece una inversión alternativa

CK = Tasa de interés que se paga por un crédito que financia la inversión.

La tasa de interés de oportunidad está representada por la tasa más alta de rendimiento a que se podría colocar el dinero en una institución financiera. El costo de oportunidad de la inversión significa la tasa de rendimiento más alto que se podría conseguir al colocar el dinero en otra inversión alternativa. El costo de capi- tal representa la tasa de interés a que se consigue el dinero que financia la inversión, es decir el costo por el préstamo de dinero.

"Es la decisión de utilizar los recursos escasos, con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción de bienes o la prestación de servicios, surge por la presencia de una necesidad o para aprovechar una oportunidad".[3]

"Es un proceso de análisis al que se someten las propuestas de inversión para determinar la conveniencia o no de emprender una acción de inversión específica".[4]

Un proyecto se lo debe considerar como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que esta forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de

[3] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición
[4] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

desarrollo. El proyecto es el camino o mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos, que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse; cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar la mejor.

2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación MICRO Y MACRO y el mercado o región que afectara, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.[5]

3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iníciales y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.

4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quién cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto

EL CICLO DE LOS PROYECTOS.

Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades que se inician con su definición y delimitación para luego de su evaluación aprobar

[5] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

el proyecto que será ejecutado posteriormente y que será sometido al final de su vida útil a una evaluación ex-post y post-posterior (post-morten para algunos autores), con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos.

Al hablar del ciclo de un proyecto se presentan algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades. Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrado todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión.

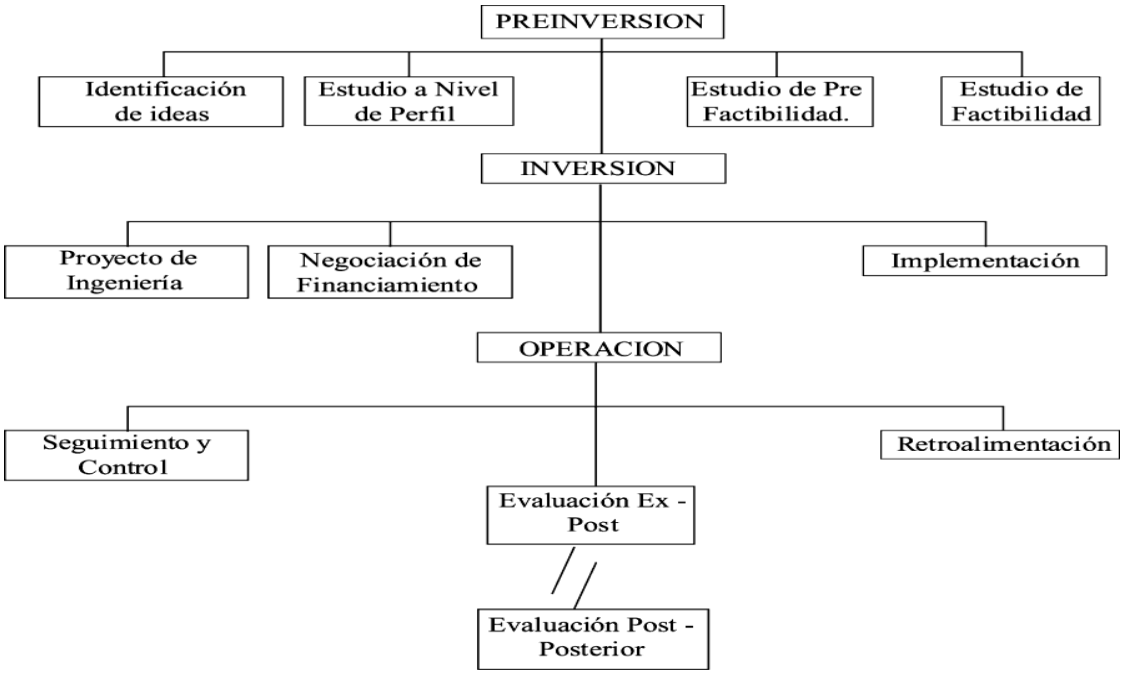
El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.[6]

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

CICLO DE PROYECTOS



FUENTE: BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

ETAPA DE PREINVERSIÓN.

Se constituye por la formulación y evaluación ex-ante, se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión.

Consiste en un proceso RETROALIMENTADOR de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc. La etapa tiene por objeto definir y optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento, etc.

Hay que resaltar que en esta etapa el proceso de RETROALIMENTACION permite una progresiva profundización de la información y de aumento en la certidumbre en la selección de alternativas.[7]

La etapa de preinversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

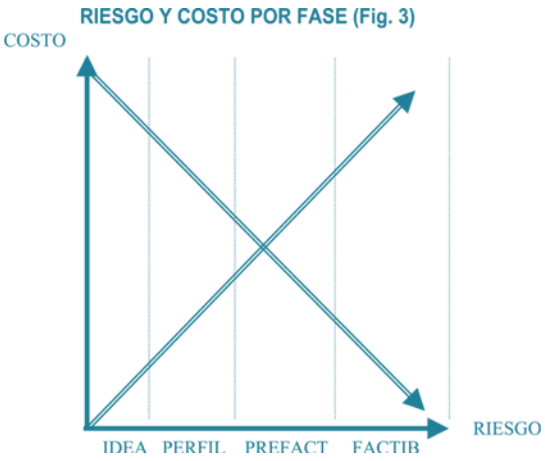
- Identificación de idea.
- Perfil.
- Prefactibilidad.
- Factibilidad.

Los estudios efectuados en cada fase de la etapa de pre - inversión se convertirán en insumos de la misma formulación y evaluación del proyecto, los resultados de la evaluación mostrarán el camino más indicado para el desarrollo del ciclo del proyecto, teniendo como alternativas:

- Continuar a la siguiente fase.
- Retroceder o detener dentro de la etapa de preinversión.
- Suspender la etapa de preinversión y descartar el proyecto.

Este manejo asegura que cada vez que se decide invertir más recursos y tiempo en la formulación del proyecto se hace con base en evaluaciones sucesivas que señalan la bondad de continuar con la iniciativa.[8]

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



Como puede observarse en la fig. 3, a medida que se profundiza en las fases de estudio del proyecto, el riesgo disminuye pero los costos aumentan debido justa- mente al tiempo y recursos necesarios para estudios más avanzados.

FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

La selección de la alternativa que se transformará en proyecto y la decisión sobre la conveniencia de ejecutarla involucra una serie de fases. El grado de complejidad que alcanzan los estudios dentro de la preinversión está asociado a la etapa y depende de la complejidad y costo del proyecto. Al interior de la etapa de preinversión se distinguen las siguientes fases: Identificación de la idea, estudio a nivel de perfil, estudio de prefactibilidad o proyecto preliminar, y estudio de factibilidad o proyecto definitivo.

Cada fase tiene como objetivo decidir pasar a la etapa siguiente, detener o dar por finalizado el estudio en la etapa realizada ya que en ese punto se alcanzó el nivel de detalle requerido para tomar la decisión de ejecutar el proyecto o abandonarlo definitivamente. A través de las fases se clarifica el problema a solucionar, los satisfactores a producir, las opciones tecnológicas apropiadas con sus respectivos costos y beneficios. Estas fases se convierten en un proceso sistemático para lograr certidumbre donde

la complejidad de los proyectos, la confiabilidad y pertinencia de los antecedentes utilizados debe respaldar la decisión de abandonar la idea, postergar su estudio o profundizar su análisis.

Identificación de Ideas Básicas de Proyectos.

Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las Formaciones Económico Sociales (FES), el hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con diversa calidad de satisfacción, y son precisamente las calidades de la satisfacción las que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que haga mejorar su nivel de vida.[9]

A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción. Un proyecto de inversión puede tener su origen en necesidades insatisfechas o posibilidades de aprovechar oportunidades específicas derivadas de otros proyectos.

Para considerar la satisfacción de una necesidad es imprescindible que se considere aspectos fundamentales como: cantidad, calidad, precio y beneficio ya que no siempre un bien o servicio cubrirá estos requerimientos.

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

El planteamiento básico del problema radica en su identificación, señalando su delimitación sobre los posibles beneficiarios y la calidad de satisfactores posibles para el problema.[10]

Estudio a Nivel Perfil.

Esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto. El aspecto fundamental radica en la identificación de beneficios y costos resultantes de las alternativas seleccionadas, sin dejar de considerar que es conveniente incurrir en costos adicionales para obtener y precisar la información requerida. En síntesis, los estudios a nivel de perfil utilizan los recursos propios de quien plantea la ejecución de una iniciativa específica.

El estudio a nivel de perfil debe contemplar un análisis preliminar de los aspectos técnicos, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico y la evaluación.

En esta instancia es fundamental la calidad de la información por cuanto de ella depende reducir la incertidumbre, sin incurrir en costos adicionales, la calidad de ella permitirá plantear posibilidades técnicas que avalen convincentemente las propuestas de inversión.

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

De acuerdo con el resultado del estudio a nivel de perfil, será posible optar por profundizar ciertos aspectos específicos que requiera el proyecto. Cuando el nivel de confianza alcanzado en los resultados del estudio se estima aceptable, es factible realizar el proyecto con los recursos disponibles o también puede ser el caso de paralizar o abandonar totalmente la ejecución del proyecto.[11]

Estudio de Prefactibilidad o Proyecto Preliminar.

En esta instancia se profundiza los estudios realizados a nivel de perfil. Se analiza en mayor detalle las alternativas que a nivel de perfil se estimó como viables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas.

La evaluación a éste nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos.

La alternativa seleccionada puede ser afectada por factores institucionales y legales, debiendo incorporarse las condicionantes técnicas de tamaño y localización.

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

La alternativa escogida corresponde a aquella que se considera la mejor y que en la etapa siguiente debe ser evaluada con mayor precisión, al igual que en las fases anteriores es posible que los resultados de éste estudio planteen ejecutar el proyecto, postergarlo o abandonarlo definitivamente.

Estudio de Factibilidad.

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior. Se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla. A la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obra física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.[12]

La etapa de preinversión es una lucha contra la incertidumbre para la asignación de recursos ya que al haberse detectado una necesidad es necesario destinar recursos para realizar estudios que permitan clarificar con precisión el problema existente, habrá que destinar luego nuevos recursos para delimitar la alternativa planteada con un alto grado de confiabilidad hasta reducir la incertidumbre a un mínimo tal que permita tomar la decisión de invertir.

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

ETAPA DE INVERSION.

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

Proyectos de Ingeniería.

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de preinversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos detallados, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto. Se pro- graman las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.[13]

Negociación del Financiamiento.

Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, período de gracia,

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

comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.

Implementación.

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.[14]

ESTUDIO DEL MERCADO

DEFINICION

Naresh Malhotra, clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

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

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta (como plantea el autor Geoffrey Randall). Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad, de consumo.

Sin embargo, e independientemente de la corriente acerca de su clasificación y sinónimos, es importante que el mercadólogo tenga en cuenta lo siguiente: Un estudio de mercado es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarle a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de ventas (para 1 año, 1 semestre o una temporada específica) el mercadólogo necesita conocer el tamaño actual del mercado meta, y para ello, necesita realizar un estudio de mercado que le permita obtener ese importante dato...

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta lógico afirmar que los mercadólogos deben tener buen conocimiento acerca de lo que es un estudio de mercado y cómo realizarlo. Pero, considerando que ese es un tema amplio, en el presente artículo se brinda respuestas concisas (a modo de referencia o punto de partida) a tres preguntas básicas pero fundamentales: 1) ¿Qué es el estudio de mercado o cuál es su definición?, 2) ¿qué tipos de estudios de mercado existen? y 3 ¿cuál es el proceso de un estudio de mercado?.

DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO:

A continuación, veamos algunas propuestas de reconocidos expertos:

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".
- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".
- Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de estudio de mercado: "Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"[15]

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

TIPOS DE ESTUDIOS DE MERCADO:

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- Estudios cualitativos: Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.

  Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

- Estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud.

  Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).[16]

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

EL PROCESO DEL ESTUDIO DE MERCADO:

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

3. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
    - Investigación basada en la observación
    - Entrevistas cualitativas
    - Entrevista grupal
    - Investigación basada en encuestas
    - Investigación experimental

4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y

conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio[17]

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

El análisis de la demanda busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.[18]

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

[17] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición
[18] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

Por su cantidad, de acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:

a. Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

b. Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

c. Demanda Efectiva.- La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo .

Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Por su oportunidad, en cuanto a calidad y cantidad puede clasificarse en:

a. Demanda insatisfecha, en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.
b. Demanda satisfecha, en la cual lo que se produce es exacta- mente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

Por el destino que tiene se clasifica en:

a. Demanda final, cuando el producto es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.
b. Demanda intermedia, cuando el producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.

Por su permanencia en el mercado.

a. Demanda continua. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.
b. Demanda temporal, ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias. [19]

Por su importancia.

a. De productos necesarios, el mercado requiere para su desarrollo armónico: Ej. Vestido.
b. De productos suntuarios, responde a gustos y preferencias especiales. Ej. Perfumería.

Para estimar o proyectar la demanda se puede utilizar los siguientes métodos según sean las condiciones:

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

- Regresión lineal.- Este método indica la forma como se relacionan las variables,
- Tendencia histórica.- Cuando no se conoce valores de una serie de tiempo. Se toma como referente un dato inicial y un dato final.

ESTUDIO DE LA OFERTA.

"La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado".[20]

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

---

[20] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

Clases de oferta: Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

- De libre mercado, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- Oligopólica, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- Monopólica, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.[21]

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones optimas de lugar y tiempo.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como “el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor”. [22]

[21] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

[22] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes:[23]

a) Para productos industriales.

- Productor – Usuario Industrial: Cuando el productor vende directamente al usuario.
- Productor – Distribuidor Industrial Usuario Industrial: Se utiliza cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.
- Productor – Agente – Distribuidor – Usuario Industrial. – Se da normalmente cuando no es posible al productor cubrir geográficamente los mercados; este agente cumple las veces del productor pero obliga a incrementar el precio del producto.

b) Para productos de consumo popular. Productores - Consumidores. Cuando el consumidor acude directa- mente al productor para adquirir el producto. Es el canal más rápido de comercialización.

- Productor – Minorista Consumidor – El objetivo básico de este canal es que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.

[23] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor. Se utiliza este canal cuan- do se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.
- Productor – Agente – Mayorista – Minorista – Consumidor- Se utiliza para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción, es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: cómo, dónde, cuándo y con que producirá mi empresa en este estudio se pretende diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o servicio.[24]

[24] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

El estudio técnico determina la necesidad de capital y mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, de ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo. La estimación de los costos del proyecto son parte importante en el desarrollo de los proyectos de inversión, tanto por su efecto en la determinación de la rentabilidad del mismo como por su variedad de elementos que condicionan el estudio financiero.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calcularon y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de ingresos por venta.

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir e un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que está formulando. El estudio del tamaño comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio proyecto, lo cual lleva implícito el análisis del tamaño óptimo, localización, proceso productivo, programa de producción, insumos requeridos, disponibilidad y el costo de los mismos, características de los equipos de proceso básico e instalaciones físicas que conviene detallar, cuantificar y determinar su costo.

El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el número de empleos generados, el área física ocupada, participación en el mercado, niveles de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región.[25]

- **CAPACIDAD TEÓRICA,** corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.
- **CAPACIDAD INSTALADA,** es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.

[25] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **CAPACIDAD UTILIZADA,** es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.
- **RESERVAS,** consiste en la capacidad de producción que no es utilizada normalmente en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.
- **CAPACIDAD FINANCIERA,** en un proyecto es necesario determinar la capacidad para financiar la inversión, pudiendo ser con capital propio o mediante crédito, por ende es importante conocer el mercado financiero. Al no lograr conseguir el financiamiento para la inversión la fase de implementación podría efectuarse por etapas.[26]
- **CAPACIDAD ADMINISTRATIVA,** el Talento Humano hace posible el funcionamiento eficiente de una empres, lo que implica tener el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

El éxito en los negocios tiene su base en la combinación de habilidad y conocimiento administrativo para lograr metas de operación y resultados óptimos en los negocios. Para la fase de operación de una empresa no solamente debe asegurarse que se cuente con el número de personal necesario, sino también que este sea al más idóneo para cada puesto de trabajo.[27]

[26] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

[27] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

LOCALIZACIÓN

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. Las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes, en algunas empresas solo lo toman una vez en su historia, como es en el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares, etc., para otras en cambio es mucho más habitual como bancos, cadena de tiendas, etc. , y por lo que se ve la decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

La localización adecuada de la empresa que se creara con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso, de preferencia emocionales. Con todos ellos se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

- **MICROLOCALIZACIÓN,** tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.
- **MACROLOCALIZACIÓN,** abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio operara.

- **FACTORES DE LOCALIZACIÓN,** son aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto[28]

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el conocimiento científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajo de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución

- **COMPONENTE TECNOLÓGICO,** Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que

[28] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

este acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el pro- ceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.[29]

- **INFRAESTRUCTURA FÍSICA,** Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

- **DISTRIBUCIÓN EN PLANTA,** corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

[29] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. Integración total, consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia de recorrido, al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible al manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cúbico, aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. Seguridad y bienestar para el trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución
5. Flexibilidad, se debe obtener una distribución fácilmente reajustable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.[30]

Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, como lo es la maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento y otros e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos.

[30] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **PROCESO DE PRODUCCIÓN,** es la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de mano de obra, maquinaria, materias primas, sistemas y procedimientos de operación). Los elementos esenciales de todo proceso productivo son:

Los factores o recursos: en general, toda clase de bienes o servicios económicos empleados con fines productivos;

Las acciones: ámbito en el que se combinan los factores en el marco de determinadas pautas operativas, y

Los resultados o productos: en general, todo bien o servicio obtenido de un proceso productivo.

La producción abarca a los cambios de modo, tiempo, de lugar o de cualquier otra índole, provocados en los factores con similar intencionalidad de agregar valor.[31]

✓ **DISEÑO DEL PRODUCTO,** El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción

[31] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene: Presentación, Unidad de medida, Tiempo de vida, etc.

- ✓ **FLUJOGRAMA DEL PROCESO,** constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo- gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.[32]

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO

El estudio de organización no es suficientemente analítico en la mayoría de los casos, lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión inicial como de los costos de administración. En la fase de anteproyecto no es necesario profundizar totalmente el tema, pero cuando se lleve a cabo el proyecto definitivo, se recomienda encargar el análisis a empresas

[32] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

especializadas, aunque esto dependerá del tamaño de la empresa y su estructura de organización.

Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución legal trámites gubernamentales, compra de terreno, construcción de edificio (o su adaptación), compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, contratos escritos con clientes, pruebas de arranque, consecución del crédito más conveniente, entre otras muchas actividades iniciales, mismas que deben ser programadas, coordinadas y controladas.[33]

Debe aclararse que sería erróneo diseñar una estructura administrativa permanente. Ésta es tan dinámica como lo es la propia empresa. Si al crecer esta última se considera más conveniente desistir de ciertos servicios externos, lo mejor será hacerlo así y no pensar en la permanencia de las estructuras actuales, diseñadas para cierto estado temporal de la empresa. Es decir se debe dotar a la organización de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa.

No hay que olvidar que mientras en algunas empresas pequeñas las actividades como la selección del personal y contabilidad las realizan entidades externas, en las grandes empresas existen departamentos de planeación, investigación y desarrollo, comercio internacional y otros. Lo que

[33] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

esas empresas grandes indican es que al ir creciendo, les resultó más conveniente absorber todos los servicios externos en vez de contratarlos, pero eso sólo fue posible gracias a una estructura flexible y fácilmente adaptable a los cambios.

El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente de la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar de esta forma cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para esto será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades requeridas para asumir los deberes y responsabilidades que le corresponden.[34]

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- **Acta constitutiva,** es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

[34] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **La razón social o denominación,** es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- **Domicilio,** toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad,** al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social,** es necesario indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.[35]
- **Tiempo de duración de la sociedad,** toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- **Administradores,** la administración general debe ser delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

[35] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.[36]

Niveles jerárquicos de autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo-Directivo,** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan

[36] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

- **Nivel Ejecutivo,** conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombra- do por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

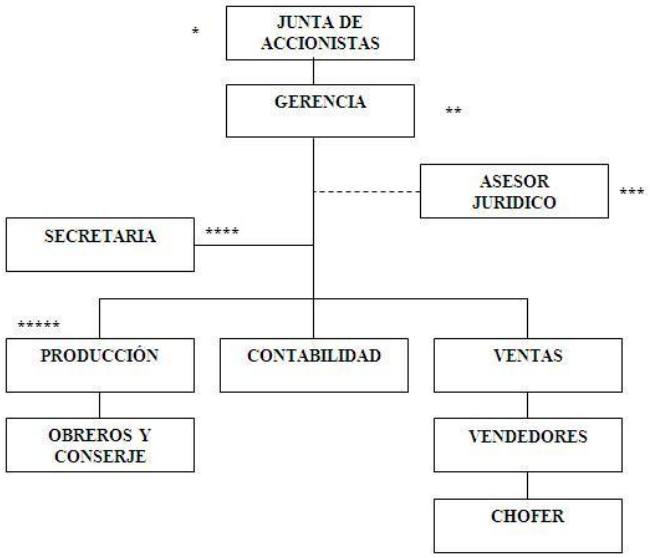
- **Nivel asesor,** constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de Apoyo,** se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo,** conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.[37]

[37] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

ORGANIGRAMAS



Los organigramas, son la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría**.**

- **Organigrama Estructural.-** Representa el esquema básico de una organización, permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

- **Organigrama de Posición.-** Nos permite representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

MANUALES

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, etc.). Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.[38]

Entre los tipos de manuales más utilizados se encuentran:

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, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los

[38] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

Manual de Organización, es la versión detallada por escrito de la organización formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad, responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Estos manuales contienen información detallada referente a los antecedentes, legislación, atribuciones, estructura orgánica, funciones organigramas, niveles jerárquicos, grados de autoridad y responsabilidad, así como canales de comunicación y coordinación de una organización. También incluyen una descripción de puestos cuando el manual se refiere a una unidad administrativa en particular.

Manual de Políticas, es la descripción detallada de los lineamientos a ser seguidos por los ejecutivos en la forma de decisiones para el logro de los

objetivos, facilitando la descentralización, al suministrar a los niveles intermedios los lineamientos claros a ser seguidos en la toma de decisiones.

Manual de Normas y Procedimientos, es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa de la empresa, como la enunciación de normas de funcionamiento básicas a los cuales deberá ajustarse los miembros de la misma.

Manual de Políticas, Normas y Procedimientos, comprende los lineamientos que sirven de marco de referencia a la organización. Además, incluyen toda la información referente a la organización (antecedentes, estructura orgánica, funciones, organigramas, etc.). También, incluyen descripciones de cargos y constituyen un instrumento técnico que incorpora información importante sobre el uso de recursos materiales y tecnológicos para el desarrollo de los procedimientos, las actividades y tareas diarias.[39]

Manual para Especialistas, es aquel que agrupa normas, pautas e instrucciones de aplicación en forma específica a determinado tipo de actividades o tareas como por ejemplo: manual del vendedor o compendio de la secretaria. La preparación de este tipo de manuales por parte de la misma empresa es recomendable cuando el número de empleados que los utiliza es lo suficientemente grande como para justificarlo. El objetivo básico perseguido con su preparación, es el de entrenamiento y capacitación de

[39] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

empleados, como así servir también de elemento de consulta para la realización de las tareas asignadas.

Manual del Empleado, su objetivo es lograr una rápida asimilación de personal nuevo (inducción) así como también para posterior entrenamiento, este manual es especialmente útil para niveles intermedios u operativos.

Manuales de Finanzas, las responsabilidades del contralor y tesorero exigen de ellos que den instrucciones numerosas y específicas a todos aquellos que deben proteger en alguna forma los bienes de la empresa, para asegurar la comprensión de sus deberes en todos los niveles de la administración.

Manual de Calidad, enuncia la política de la calidad y que describe el sistema de calidad de una organización. Este manual puede estar relacionado con las actividades totales de una organización o con una parte seleccionada de estas.[40]

ESTUDIO FINANCIERO

"El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para

[40] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad".[41]

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de 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.

---

[41] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 103.

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

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 describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.[42]

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

[42] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.[43]

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

[43] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

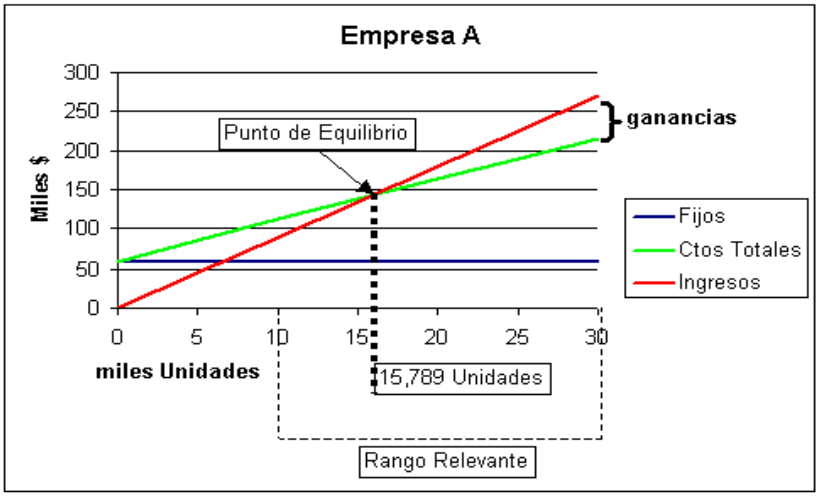
COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.[44]

PUNTO DE EQUILIBRIO.



FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

[44] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

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.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor Actual Neto.- Trata sobre los montos actuales en el que se procede a determinar si el valor actual del flujo esperado puede justificar los desembolsos originales.

$$\textbf{VAN} = \sum FNA - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Valor TASA Interna de Retorno.- Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no. Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital se lo pude ejecutar.

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

Período de Recuperación de Capital- Permite conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

Relación Beneficio Costo.- Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos.

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

Análisis de Sensibilidad.- En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las 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. 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.[45]

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

[45] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

- Materiales de escritorio.
- Pen-drive
- Computadores
- Calculadoras
- Esferos
- hojas
- Bibliografía
- Levantamiento y Reproducción de textos
- Internet

MÉTODOS

Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicaron los siguientes Métodos de investigación científica.

Método Analítico.- Método que se lo utilizó en la Evaluación del proyecto donde se estudió separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unir y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de aceite hidratante de manzanilla para la piel en el mercado lojano.

Método Inductivo.- El objetivo científico es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos, en la presente investigación se lo utilizó de la revisión de empresas productoras a nivel local, para determinar cómo se posesiona a nivel general.

Método Deductivo.- Este Método se aplicó para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitió realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de producción de aceites hidratantes de manzanilla para la piel. Y ayudó a determinar de qué forma están estructuradas estas empresa de producción, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a la empresa de producción de aceites hidratantes de manzanilla para la piel en la ciudad de Loja.

Método Estadístico.- Este método se aplicó para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayudó a resolver problemas y representar gráficamente; a través de éste método se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta y así pudo determinar el mayor porcentaje de los cuales permitió determinar el problema de determinar la factibilidad de crear una empresa de producción de aceites hidratantes de manzanilla para la piel.

Método Bibliográfico.- · Este método permitió conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre empresas de producción y de

otra manera también sirvió de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía es el conjunto de catálogos, libros, folletos, Internet o escritos referentes de una materia determinada.

Método Sintético: Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético se lo utilizó en la presente cuando utilizamos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extrajeron las leyes generalizadoras de empresa; además determinó la evaluación económica de la investigación como la TIR, el VAN, El Punto de Equilibrio, etc.

Método Matemático.- Se lo utilizó en los cálculos estadísticos que se aplicaron en las encuestas tanto a los demandantes como oferentes de aceites hidratantes de manzanilla, además se lo utilizó en el estudio financiero específicamente en los cálculos de la evaluación económica.

Técnicas:

OBSERVACIÓN DIRECTA: Que permitió determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también sirvió para obtener aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tuvo este tipo de producto en el mercado.

FICHAS MEMOTÉCNICAS: Las cuáles fueron útiles para recolectar información extraída de fuentes bibliográficas y actividades propias de la observación, entrevista, etc.

ENCUESTA: Esta fue aplicada a los clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas fueron aplicadas a la población económicamente activa de la ciudad de Loja ya que ellas son las que consumen aceite hidratante.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los usuarios en el mercado local, se fundamenta en la población económicamente activa de la ciudad de Loja que es de 56.215 personas información suministrada por el INEC, Censo de 2010, proyectado para 2013 con una tasa de crecimiento del 1,17% se obtiene 58.211.

Pf= Pa(1+i)^{n} Fórmula que sirve para proyectar la población de estudio

Pf= 56.215 (1+ 0,0117)^{3}

Pf= 58.211

Pf = Población futura
Pa = Población actual
i = Tasa de crecimiento
n = Años a proyectar

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

$$n = \frac{58.211}{1 + (0.05)^2 (58.211)}$$

n = 397

n = Tamaño de la muestra
e = margen de error
N = Población de estudio

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LAS DEMANDANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

PREGUNTA Nº 1

De las siguientes cantidades, señale a cual corresponde el monto de sus ingresos económicos mensual.

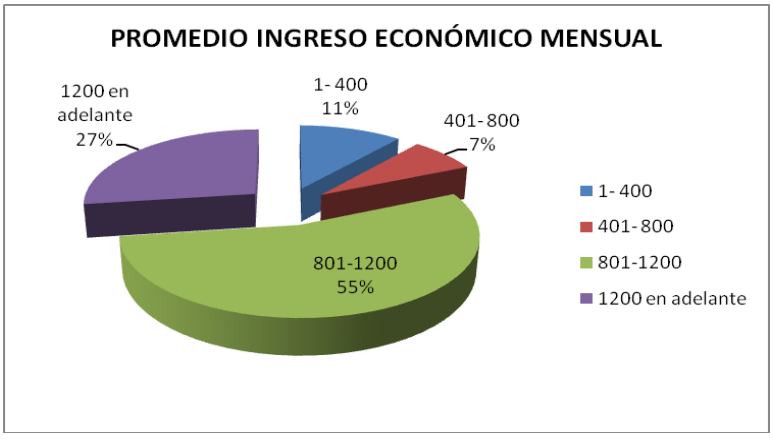
CUADRO 1
PROMEDIO INGRESO ECONÓMICO MENSUAL

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1- 400	44	11
401- 800	29	7
801-1200	216	54
1200 en adelante	108	27
TOTAL	**397**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICA 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados el 11% de las encuestadas manifiestan que su ingreso es 1-400 dólares, el 7% ganan de 401-800 dólares, el 55 % tiene un sueldo de 801-1200 dólares y el 27 % manifiesta que tienen un ingreso mensual de 1200 en adelante.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la Población Económicamente Activa tienen unos ingresos mensuales entre 801- 1200 dólares.

PREGUNTA Nº 2

¿Conoce usted la existencia de aceites hidratantes para la piel?

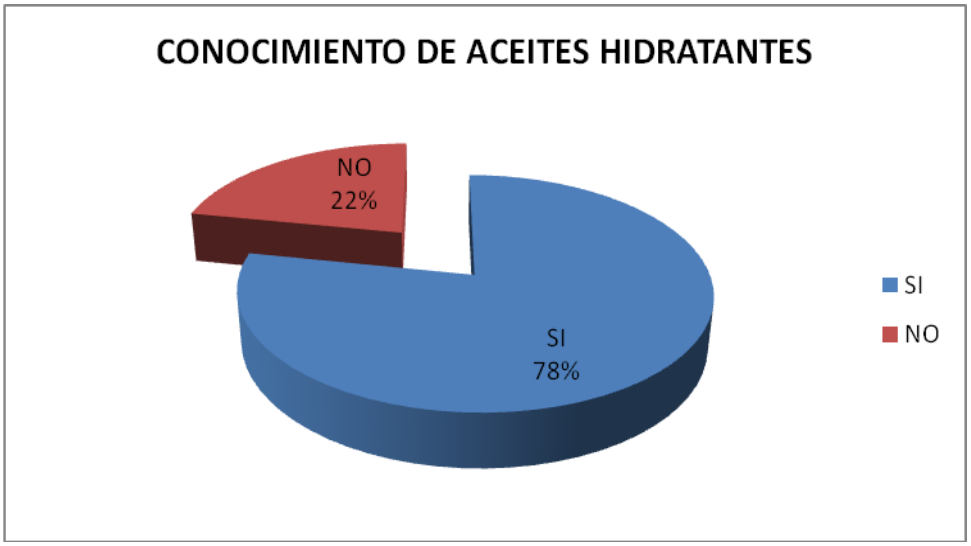
CUADRO 2
CONOCIMIENTO DE ACEITES HIDRATANTES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	310	78
NO	87	22
TOTAL	**397**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 78,00% de las encuestadas manifiestan que si conocen la existencia de aceites hidratantes; mientras, que el 22% manifiesta que no conoce la existencia de aceites hidratantes ya que no la utilizan.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la Población Económicamente Activa si conocen la existencia de aceites hidratantes para la piel.

PREGUNTA Nº 3

¿Utiliza Ud. Aceites hidratantes para la piel?

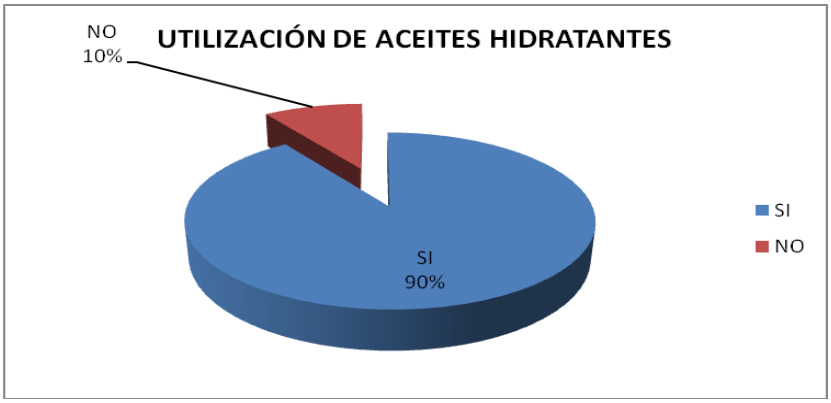
CUADRO 3
UTILIZACIÓN DE ACEITES HIDRATANTES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	280	90
NO	30	10
TOTAL	**310**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A la población que conoce la existencia de aceites hidratantes se les preguntó si utilizan o han utilizado aceites hidratantes para la piel, el 90% de las encuestados manifiestan que si utilizan; mientras, que el 10% manifiesta que no utiliza aceites hidratantes para la piel.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la Población Económicamente Activa utilizan aceites hidratantes para la piel.

PREGUNTA Nº 4

¿En dónde acostumbra a comprar los aceites hidratantes para la piel?

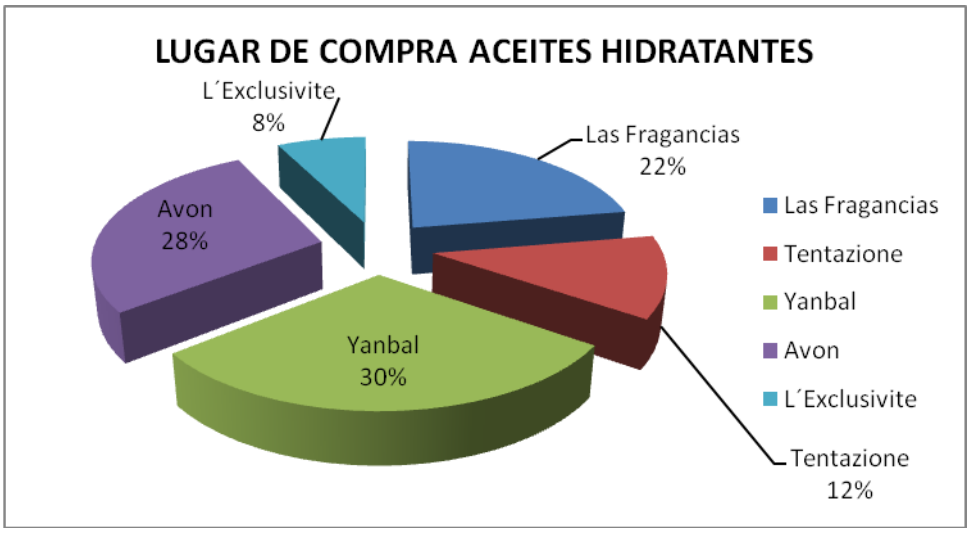
CUADRO 4
LUGAR DE COMPRA ACEITES HIDRATANTES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Las Fragancias	120	22
Tentazione	65	12
Yanbal	160	30
Avon	151	28
L´Exclusivite	40	8

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestadas que compran y utilizan aceites hidratantes el 30% de ellas la adquieren en Yanbal, el 28% en Avon, el 22% en las Fragancias, el 12% en Tentazione y el 8% en L´Exclusivite.

Lo que determina que en la ciudad de Loja tienen preferencia de compra en la empresa Yanbal.

PREGUNTA Nº 5

¿Qué toma en cuenta Ud. Antes de comprar el producto?

CUADRO 5

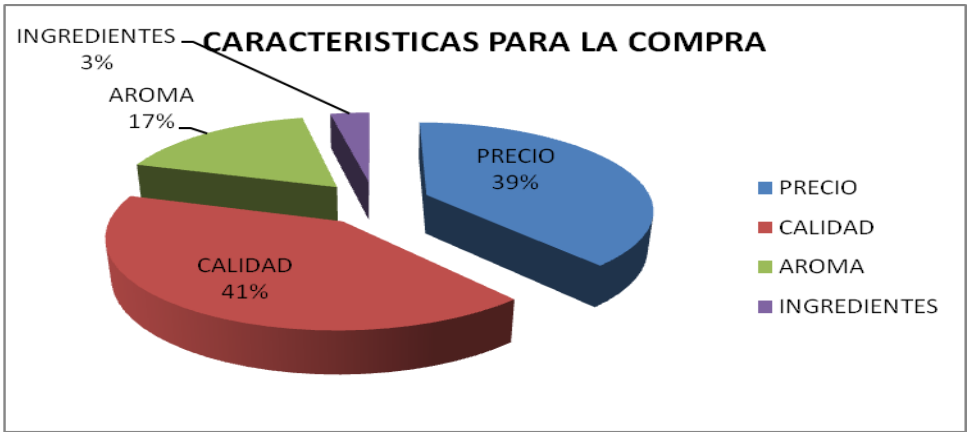
CARACTERISTICAS PARA LA COMPRA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
PRECIO	140	39
CALIDAD	150	41
AROMA	62	17
INGREDIENTES	12	3

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICA 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 41% manifiestan que antes de comprar el producto toman en cuenta la calidad, el 39% el precio, el 17% el aroma y el 3% los ingredientes del producto.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de población antes de adquirir el producto toma en cuenta la calidad y el precio del producto.

PREGUNTA Nº 6

¿Cuál es su marca de aceite hidratante de preferencia?

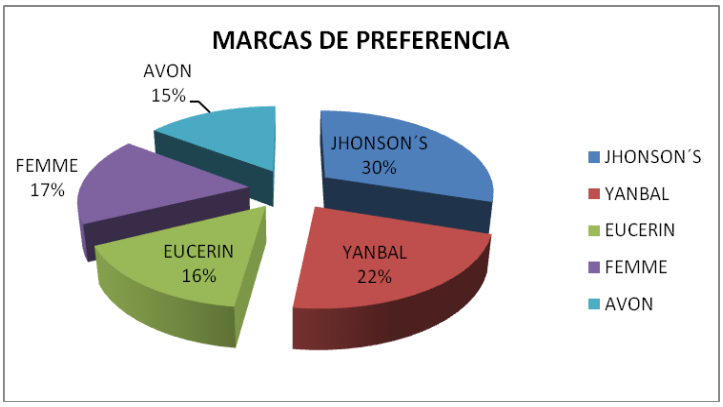
CUADRO 6
MARCAS DE PREFERENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
JHONSON´S	190	30
YANBAL	140	22
EUCERIN	100	16
FEMME	110	17
AVON	94	15

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La presente pregunta de las encuestadas responden varias alternativas, lo que determinó del total de encuestados la mayoría de encuestadas es decir el 30% manifiestan que prefieren de la marca Jhonson´s, seguido en su preferencia del 22% de la marca Yanbal, el 17% de la marca Femme, el 16% la marca Eucerin y el 15% la marca de Avon

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de población que compran aceites hidratantes prefieren en su mayoría de la Marca JHONSON´S y YANBAL.

PREGUNTA Nº 7

¿Con qué frecuencia adquiere aceites hidratantes para la piel?

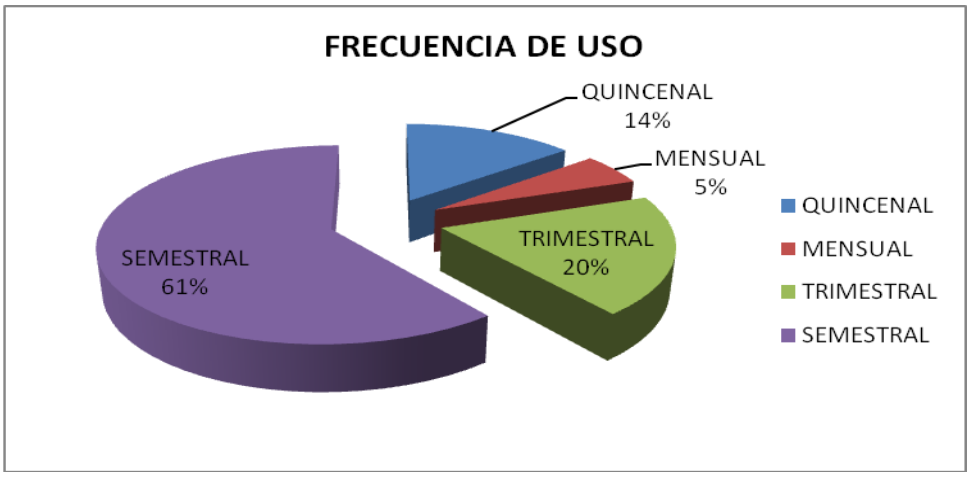
CUADRO 7
FRECUENCIA DE USO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
QUINCENAL	40	14
MENSUAL	15	5
TRIMESTRAL	55	20
SEMESTRAL	170	61
TOTAL	**280**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 61% de las encuestadas manifiestan que compran aceites hidratantes semestralmente, el 20% lo compra trimestralmente, el 14% lo adquiere quincenalmente; mientras, que únicamente el 5% manifiesta que compra o adquiere mensualmente.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la población compran con mayor periodicidad aceites hidratantes para la piel semestralmente.

PREGUNTA Nº 8

¿A qué precios compra Ud. Los aceites hidratantes para la piel?

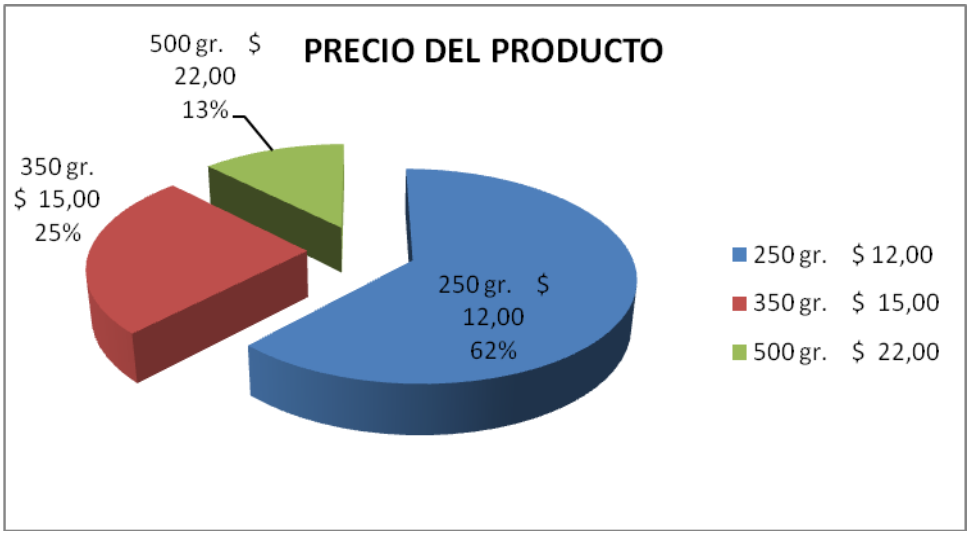
CUADRO 8
PRECIO DEL PRODUCTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
250 gr. $ 12,00	174	62
350 gr. $ 15,00	71	25
500 gr. $ 22,00	35	13
TOTAL	**280**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 62% manifiestan que por la presentación de 250 gr, pagan a un precio de $ 12,00 dólares mientras, que un 25% manifiesta que ocupan el de 350 gr a un precio de $ 15,00 dólares y un 13% la presentación de 500 gr. a 22,00 dólares.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría del PEA compran aceites hidratantes a un precio de $ 12,00 en presentación de 250 gr.

PREGUNTA Nº 9

¿Si se creara una empresa productora de aceites hidratantes de manzanilla para la piel en la ciudad de Loja estaría dispuesta a consumir o adquirir el producto?

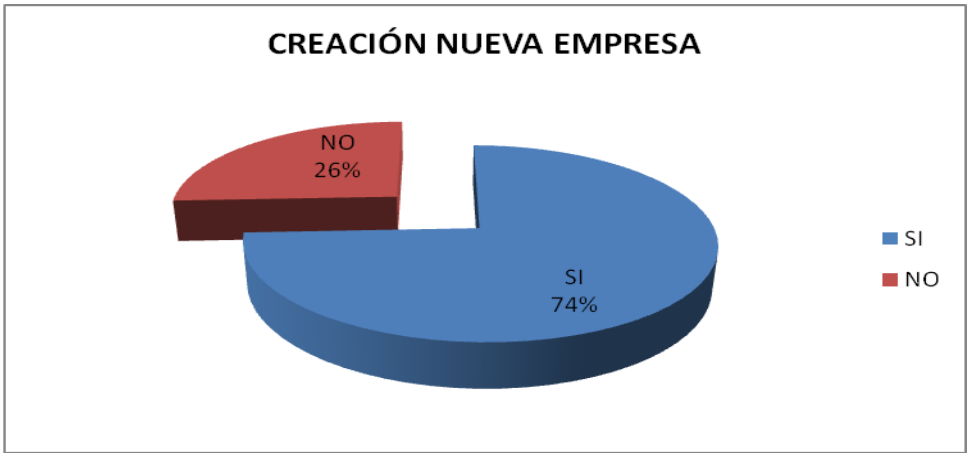
CUADRO 9
CREACIÓN NUEVA EMPRESA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	208	74
NO	72	26
TOTAL	**280**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 74% manifiestan que al existir una empresa productora y comercializadora si adquirirían el producto; mientras, que el 26% manifiesta que no comprarían el producto.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, al existir la empresa productora y comercializadora de aceites hidratantes de manzanilla para la piel la mayoría si comprarían el producto.

PREGUNTA Nº 10

¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el producto?

CUADRO 10
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
RADIO	140	36
PERIODICO	210	54
TV	41	10

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 10

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados la mayoría de encuestas es decir el 54% manifiestan que les gustaría enterarse de la existencia de la nueva empresa por medio de la prensa escrita, el 36% por intermedio de la Radio; y, el 10% por la Televisión.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la población que compran aceites hidratantes prefieren conocer del producto por la prensa escrita para enterarse de la existencia de empresa.

PREGUNTA Nº 11

¿Cómo le gustaría la presentación del aceite hidratante de manzanilla para la piel?

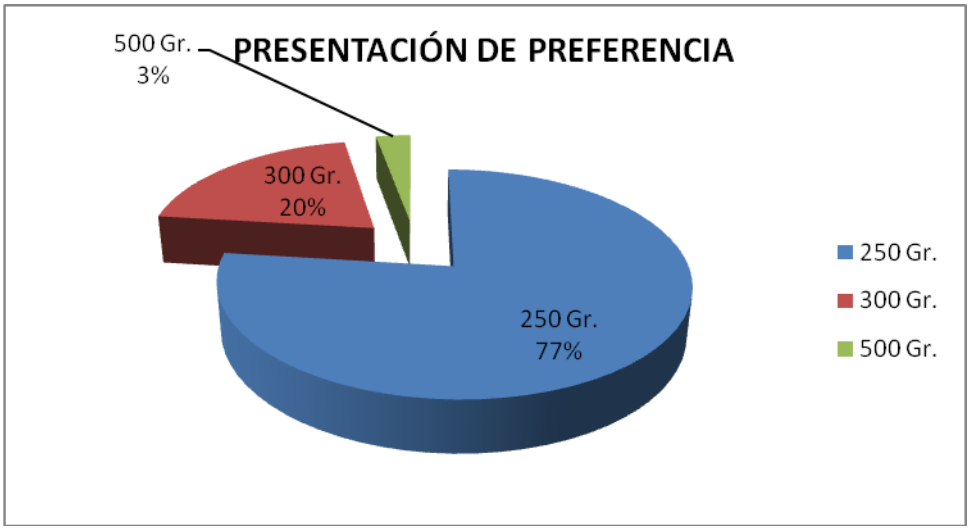
CUADRO 11
PRESENTACIOÓN DE PREFERENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
250 Gr.	160	77
300 Gr.	42	20
500 Gr.	6	3
TOTAL	**208**	**100**

FUENTE: Encuestas Usuarios

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados la mayoría de encuestas es decir el 77% manifiestan que prefieren el tamaño de 250 gr. De los aceites hidratantes para la piel; siendo este tamaño el más representativo, que servirá para poder determinar el tamaño que se pretende realizar en la empresa de aceites hidratantes de manzanilla para la piel.

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Para poder determinar el comportamiento de la oferta, se ha realizado encuestas a los distribuidores de aceites hidratantes que existen en la ciudad de Loja, que en su mayoría distribuyen a Bazares, farmacias, bodegas, etc., siendo estos Las Fragancias, Tentazione, Yanbal, Avon y L´Exclusivite, es decir en un universo de cinco distribuidoras.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIALIZADORES

PREGUNTA Nº 1

¿Indique el nombre de su establecimiento?

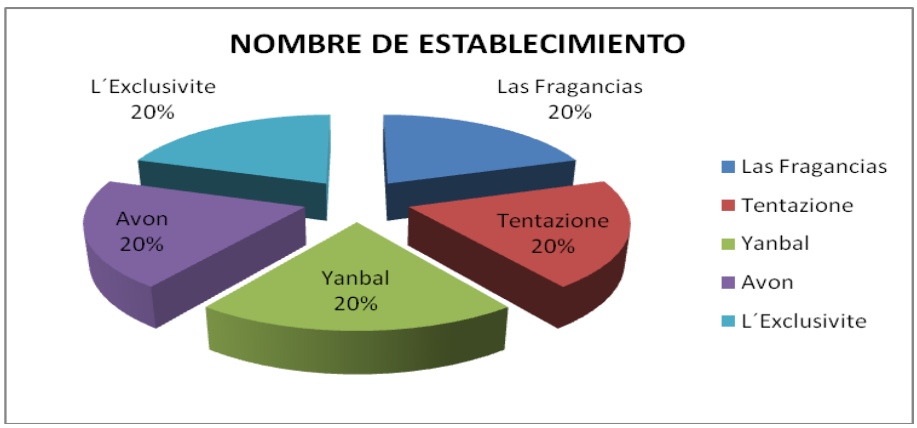
CUADRO 12
NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Las Fragancias	1	20
Tentazione	1	20
Yanbal	1	20
Avon	1	20
L´Exclusivite	1	20
TOTAL	**5**	**100**

FUENTE: Encuestas Oferentes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se puede determinar que existen cinco distribuidores de aceites hidratantes en la ciudad de Loja, como son en un 20% de ellos Las Fragancias, Tentazione, Yanbal, Avon y L´Exclusivite.

PREGUNTA Nº 2

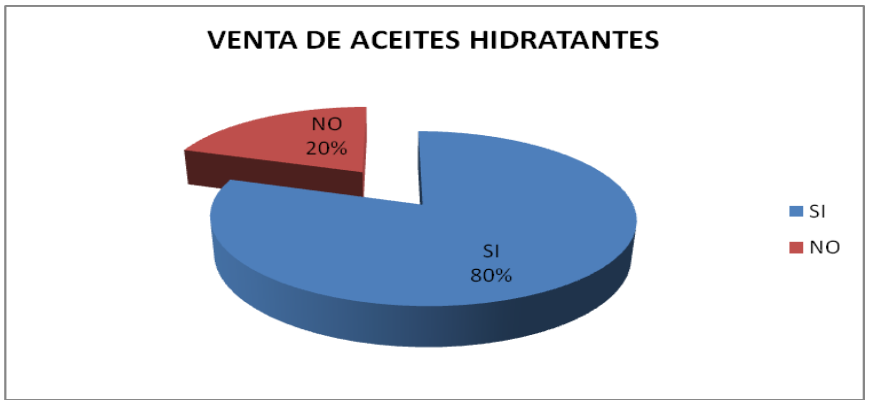
¿Vende en su negocio aceites hidratantes para la piel?

CUADRO 13
VENTA DE ACEITES HIDRATANTES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	4	80
NO	1	20
TOTAL	**5**	**100**

FUENTE: Encuestas Oferentes
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los encuestados venden en sus negocios aceites hidratantes, mientras que el 20% no venden, esto debido a que no les parece rentable.

Por lo cual podemos concluir que todos los negocios venden aceites hidratantes por lo que hay una buena demanda de este producto.

PREGUNTA Nº 3

¿Cuáles son las marcas que vende en su negocio?

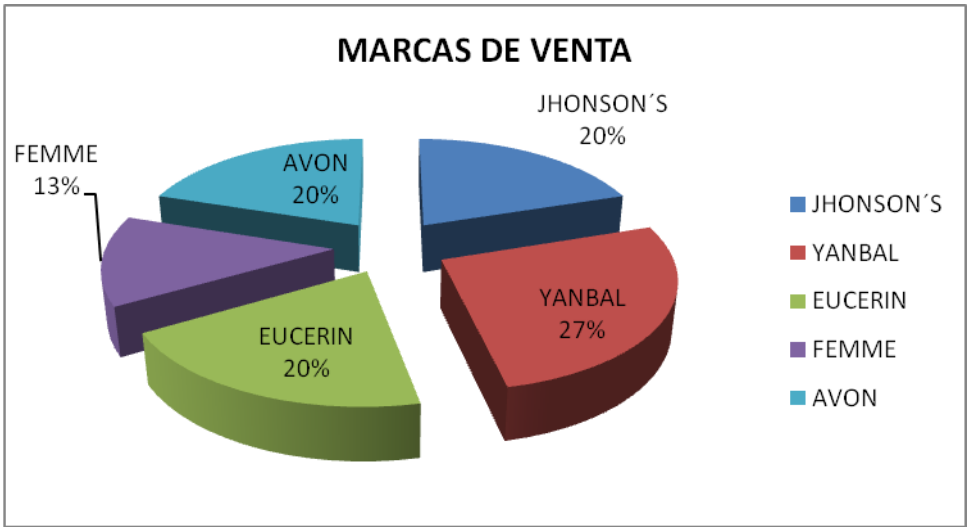
CUADRO 14
MARCAS DE VENTA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
JHONSON´S	3	20
YANBAL	4	27
EUCERIN	3	20
FEMME	2	13
AVON	3	20

FUENTE: Encuestas Oferentes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de propietarios que venden en sus negocios aceites hidratantes, el 27% vende y distribuye de la marca YANBAL, el 20% AVON, JHONSON´S y EUCERIN y el 13 % FEMME.

Concluimos que la marca más preferida por los consumidores es la marca YANBAL y JHONSON´S.

PREGUNTA Nº 4

¿En qué presentación vende los aceites hidratantes para la piel?

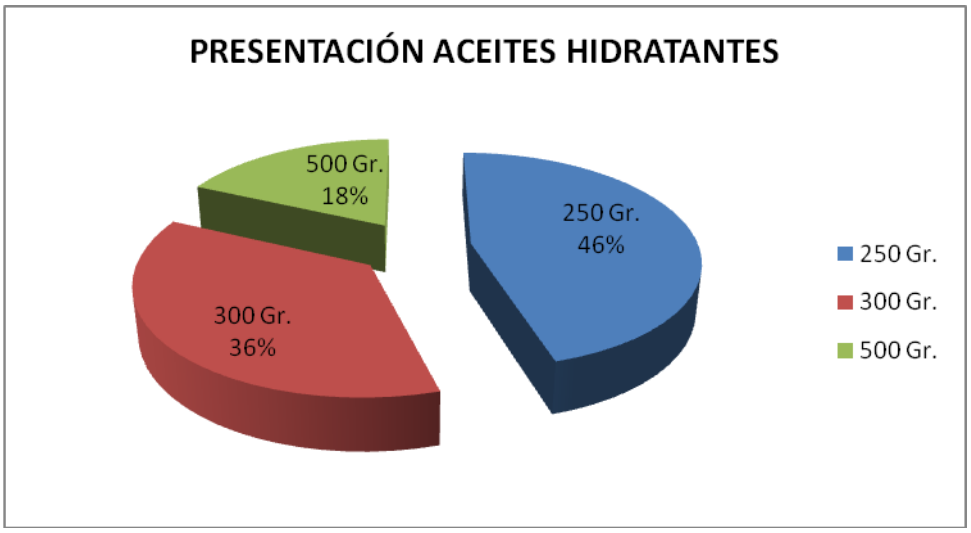
CUADRO 15
PRESENTACIÓN DE ACEITES HIDRATANTES

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
250 Gr.	5	46
300 Gr.	4	36
500 Gr.	2	18

FUENTE: Encuestas Oferentes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 15



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 46% de los distribuidores de aceites hidratantes manifiestan que venden en la presentación de 250 gr., el 36% de 300 gr.; y, el 18% de 500 gr.

Lo que determina que en la ciudad de Loja, la mayoría de la población compran aceites hidratantes en presentación de 250 gr.

PREGUNTA Nº 5

¿Cuál es el precio de venta al público por cada unidad de aceite hidratante?

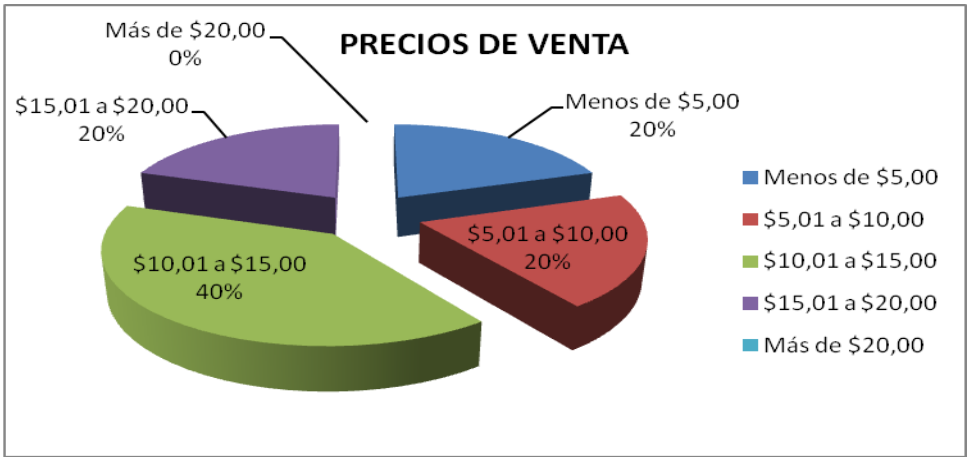
CUADRO 16
PRECIOS DE VENTA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Menos de $5,00	1	20
$5,01 a $10,00	1	20
$10,01 a $15,00	2	40
$15,01 a $20,00	1	20
Más de $20,00	0	0
TOTAL	**5**	**100**

FUENTE: Encuestas Oferentes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El precio de venta al público del aceite hidratante, depende directamente de la marca, entre $15,01 a $20,00 con una mayoría del 34%, entre $10,01 a $15,00 en el 29%, entre $5,00 a %10,00 dólares el 20%, en más de $5 dólares y de más de $20 dólares con el 5 %. Concluimos que el aceite hidratante de mayor venta es la que tiene un costo de $15,01 a $20,00 dólares.

PREGUNTA Nº 6

Indique la cantidad de aceite hidratante que vende mensualmente.

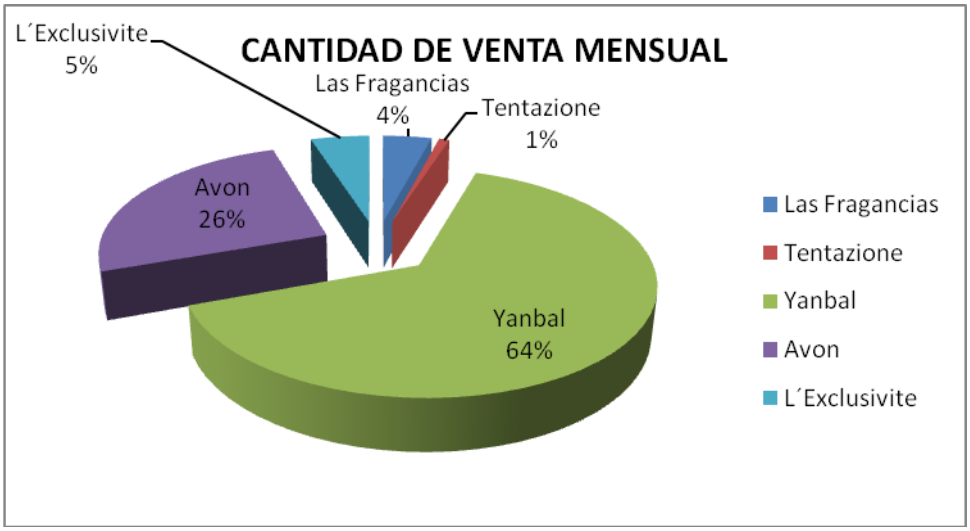
CUADRO 17
CANTIDAD DE VENTA MENSUAL

RESPUESTAS	VENTA MENSUAL	PORCENTAJE %
Las Fragancias	513	4
Tentazione	110	1
Yanbal	8.101	65
Avon	3.214	26
L´Exclusivite	620	5
TOTAL	**12558**	**100**

FUENTE: Encuestas Oferentes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La cantidad de aceites hidratantes que venden los propietarios en sus establecimientos mensualmente tiene un promedio equivalente a 12.558 unidades de aceites hidratantes al mes.

g. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

DEMANDA POTENCIAL.

Para establecer el total de la población de estudio segmentada que utiliza aceites hidratantes con proyección hasta el año 10 que es el tiempo estimado de duración del proyecto, se tomó como base la población económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Loja para el año 2013, con una tasa de crecimiento poblacional del 1,17% anual.

CUADRO 18

DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LOJA (PEA)	DEMANDA POTENCIAL 78%
*0	58.211	45.405
1	58.892	45.936
2	59.581	46.473
3	60.278	47.017
4	60.983	47.567
5	61.697	48.124
6	62.419	48.687
7	63.149	49.256
8	63.888	49.833
9	64.635	50.416
10	65.392	51.006

Fuente: (INEC, TC: 1,17%) Cuadro Nº 2

Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

En base a la encuesta aplicada, se identifica la población económicamente activa que realmente utiliza aceites hidratantes. Para establecer el consumo per cápita se tomó como referencia la pregunta Nº 7 que se refiere a la periodicidad con la que se adquiere el producto, a la vez se calcula el total anual de unidades de aceites hidratantes por cada opción, resultado que dividido para el total de encuestadas que utilizan el producto, presenta la cantidad de 5 unidades por persona al año, se toma en cuenta la presentación de 250 gramos, que es la preferencia de la presentación por parte de la población que adquieren los aceites hidratantes para la piel.

CUADRO 19

USO PER CÁPITA

PERIOD. DE COMPRA	**Nº meses Xm**	**FRECUENCIA F**	**TOTAL UNIDADES ml. ANUAL F. Xm**
Quincenal	24	40	960
Mensual	12	15	180
Trimestral	4	55	220
Semestral	2	170	340
		280	**1700**
F. Xm		**÷**	**N**
	1.700	**÷**	**280**
Uso per cápita		**=**	**6 u. p.**

Fuente: Cuadro Nº 7

Elaboración: La Autora

u. p. = Uso Per cápita

Con el uso per cápita y el resultado de la tercera pregunta ¿Utiliza Ud. Aceites hidratantes? el 90% respondió afirmativamente, se calcula la demanda real de compra para el año 10 y la demanda real en aceites hidratantes de 250 gr. para el mismo período.

DP (90%) x 6 u. p. 250 gr.

CUADRO 20

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 90%	D. REAL EN ACEITES HIDRATANTES DE 250GR. (6 u. p.)
*0	45.405	40864	245.185
1	45.936	41342	248.053
2	46.473	41826	250.956
3	47.017	42315	253.892
4	47.567	42810	256.862
5	48.124	43311	259.868
6	48.687	43818	262.908
7	49.256	44331	265.984
8	49.833	44849	269.096
9	50.416	45374	272.245
10	51.006	45905	275.430

Fuente: Cuadros Nº: 3, 18 y 19 (u. p. = Uso Per cápita)

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Para identificar la población segmentada con voluntad de compra de aceites hidratantes a la nueva empresa, se utiliza el resultado en porcentaje de la

pregunta Nº 9, de igual forma proyectada al año 10 y la demanda efectiva en aceites hidratantes para la piel de 250 gr para el mismo período.

DE = DR (40.864) x 74% = 30.239 x 6 u. p. 250gr. = 181.437

CUADRO 21

DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 74%	D. EFECTIVA EN ACEITES HIDRATANTES DE 250GR. (6 u. p.)
*0	40864	30.239	181.437
1	41342	30.593	183.560
2	41826	30.951	185.707
3	42315	31.313	187.880
4	42810	31.680	190.078
5	43311	32.050	192.302
6	43818	32.425	194.552
7	44331	32.805	196.828
8	44849	33.189	199.131
9	45374	33.577	201.461
10	45905	33.970	203.818

Fuente: Cuadro Nº 9 y 20 **(**u. p. = Uso Per cápita)

Elaboración: La Autora

OFERTA.

La oferta del producto en la ciudad de Loja para el año 2013 se determinó en base a las entrevistas realizadas a las propietarias de las principales empresas productoras y comercializadoras de aceites hidratantes en este caso Las Fragancias, Tentazione, Yanbal, Avon y L´Exclusivite en la presentación de 250 gramos que es la preferencia de compra de la

población económicamente activa de la ciudad de Loja, se explica en el siguiente cuadro:

CUADRO 22

OFERTA ACTUAL

EMPRESA	VENTA # MENSUAL	VENTA ANUAL
Las Fragancias	513	6.156
Tentazione	110	1.320
Yanbal	8.101	97.212
Avon	3.214	38.568
L´Exclusivite	620	7.440
TOTAL	**12558**	**150.696**

Fuente: Entrevistas a competencia

Elaboración: La Autora

Se multiplica la venta mensual por los doce meses al año, lo que determina la venta anual, ejemplo:

513 x 12 meses = 6.156 aceites hidratantes al año

Así mismo para cuantificar la oferta durante el periodo de vida del proyecto, se realiza la proyección, considerando el 0,34 % como tasa de crecimiento para el sector económico perfumería de la provincia de Loja, dato obtenido de la Cámara de Industrias de Loja.

CUADRO 23

OFERTA PROYECTADA

AÑOS	OFERTA PROYECTADA 0,34%
*0	150.696
1	151.208
2	151.722
3	152.238
4	152.756
5	153.275
6	153.796
7	154.319
8	154.844
9	155.371
10	155.899

Fuente: Cámara de Industrias TC: 0.34%

Elaboración: La Autora

Para proyectar la oferta se utiliza la tasa de crecimiento anual de las industrias en la provincia de Loja, que es del 0.34%, ejemplo:

$Of = Oa\ (1+i)^n$

$Of = 150.696\ (1 + 0.34\%)^1 = 151.208$

Of = Oferta futura

Oa = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años

Demanda Insatisfecha.

Una vez determinada la oferta, se requiere conocer la demanda insatisfecha del año 2011, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

DE – O = DI.

Demanda Efectiva – Oferta = Demanda Insatisfecha.

DI = 181.437 – 150.696

Di = 30.741 aceites hidratantes

CUADRO 24

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	D. EFECTIVA EN ACEITES HIDRATANTES DE 250GR.	OFERTA PROYECTADA 0,34 %	DEMANDA INSATISFECHA EN ACEITES HIDRATANTES DE 250 Gr.
*0	181.437	150.696	30.741
1	183.560	151.208	32.351
2	185.707	151.722	33.985
3	187.880	152.238	35.642
4	190.078	152.756	37.322
5	192.302	153.275	39.027
6	194.552	153.796	40.756
7	196.828	154.319	42.509
8	199.131	154.844	44.287
9	201.461	155.371	46.090
10	203.818	155.899	47.919

Fuente: Cuadros Nº 21 y 23

Elaboración: La Autora

La Demanda Insatisfecha para el año 1 asciende a 32.351 aceites hidratantes para la piel de 250 gr y para el año 10 de 47.919.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITES HIDRATANTES.

"Los objetivos del producto deben derivarse de los objetivos de la empresa y un producto que aporte beneficios puede ser algo más que un simple bien tangible" [46]

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, así como la logística de la distribución del producto, son parte de las estrategias de mercadeo dentro de este proyecto de inversión.

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

ACEITES HIDRATANTES

El Aceite Hidratante, es un producto elaborado a base de aceite mineral, manzanilla, vitamina E el cual posee una suave fragancia a lavanda y

[46] www.degerencia.com

manzanilla que cuando se lo usa proporciona una agradable sensación de relajación.

- **Presentación del producto**: El aceite Hidratante tendrán una presentación llamativa, en envase de plástico en color transparente con el logotipo de la empresa y con el aire de manzanilla.

- **Etiqueta:** Contiene la imagen del aceite hidratante, se indicará el nombre del producto, los datos nutricionales, número de registro sanitario, información del fabricante, marca, código de barra, contenido, peso por porción y fecha de elaboración y vencimiento.

FORMATO DE LA ETIQUETA

PRECIO

Precio, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación de compra - venta.

Se estima que el precio del aceite hidratante, estará acorde al precio de la competencia para ese tipo de producto, como por ejemplo: por unidades de $10,00 a $15,00; cabe señalar que el precio definitivo de venta está en función a los costos de producción.

PLAZA Y COMERCIALIZACIÒN

CUADRO 25: SEGMENTO DE MERCADO

PRODUCTO	SEGMENTACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN	UNIVERSO
ACEITES HIDRATANTES	Población del Área Urbana de la ciudad de Loja.	Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).	Población Económicamente Activa del Área Urbana de la ciudad de Loja.

Fuente: INEC, Observación directa.
Elaboración: La autora.

Se ha escogido como segmento de mercado a la Población del área urbana de la ciudad de Loja la población Económicamente Activa, debido a que este segmento presenta mayor demanda en el mercado para el producto.

Para llegar a los usuarios con el producto se ha considerado optar tres vías, que a continuación se detalla:

- Canal de distribución directo
- Canal de distribución indirecto corto

CANAL DE DISTRIBUCIÒN DIRECTO

CANAL DE DISTRIBUCIÒN INDIRECTO CORTO

PROMOCIÓN

La promoción que se realizará en la empresa "**MORA Cia. Litda"** será por apertura de la misma:

- **Propaganda.-** Para obtener una propaganda favorable, se buscará cumplir con todos los requisitos necesarios para la producción de aceites hidratantes, manejo y servicio adecuados, que permitan obtener un producto de calidad que satisfaga las expectativas de los consumidores.
- **Publicidad.-** Para contribuir al posicionamiento del producto en el mercado, se ideará una cuña radial la misma que será diseñada por la misma Radio, en base a las características del producto

CUADRO 26: PRESUPUESTO DE LA PUBLICIDAD RADIAL

MEDIO	TIPO	FRECUENCIA	COSTO DE LA CUÑA PUBLICITARIA ($5.00)	PRESUPUESTO ANUAL
RADIO	Luz y Vida.	2 veces al día (44veces al mes) Lunes - Viernes	$ 220.00	$2640.00

Fuente: Radio Luz y Vida.
Elaboración: La Autora.

NOTA: La publicidad se la realizará en la radio Luz y Vida, del Cantón Loja de la Provincia de Loja, se efectuará dos veces al día, en el horario de la mañana y tarde de lunes a viernes, la misma que tendrá un costo unitario ($5.00) que multiplicado para los veinte y dos días del mes, da un valor de$ 220,00 mensualmente.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO DE LA PLANTA Y LOCALIZACION

TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto, está determinado por lo que se quiere ofrecer; es decir está en función de la magnitud del producto. Este proyecto como cualquier otro, está definido por el estudio de mercado, acápite con el que se inició ésta investigación y que permite afirmar entonces que, el tamaño de este proyecto estará conceptuado por la capacidad del producto a ofrecer; es decir la capacidad instalada en función de los productos, que se ofrecerá a durante los 10 años de vida útil del proyecto, por lo tanto después de este tiempo será necesario hacer un nuevo estudio.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad de producción del proyecto será de 402.500 gramos de aceite hidratante, la cual está compuesta de 1.254 gramos de Aceite mineral, 2.456 gramos de Aceite de Manzanilla y 1.254 gramos de Vitamina E, que es la capacidad máxima de la máquina mescladora, lo que quiere decir que si cada aceite hidratante pesa 250 gramos determina que diariamente producirá 280 aceites hidratantes en 24 horas diarias, esta producción diaria multiplicado por solo 365 días al año nos dará la producción anual de

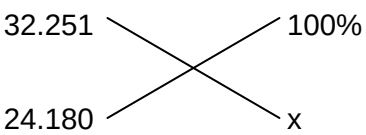
102.200 aceites hidratantes de 250 gramos al año, lo cual constituye el 100% de producción de la máquina.

Pero la empresa no trabajará las 24 horas diarias ni los 365 días del año, sino que trabajará 8 horas diarias de lunes a viernes, lo que determina que la máquina produce 2.917 gramos de aceite hidratante por hora, si se trabaja 8 horas arroja 23.336 gramos de aceite hidratante diarios, dividido por los 250 gramos da 93 frascos de aceite hidratante de 250 gramos por día, multiplicados por 5 días a la semana da 465 aceite hidratante de 250 gramos por semana, multiplicado por 52 semanas al año nos da 24.180 aceite hidratante al año, al 100% de la capacidad máxima de la máquina en 8 horas diarias.

CUADRO 27
CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL

DEMANDA INSATISFECHA Primer año	PORCENTAJE %	ACEITE HIDRATANTE DE 250 gr.
32.351	74,74	24.180
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		**24.180**

Fuente: Cuadro 24
Elaboración: La Autora.



X = 74,74 %

ANÁLISIS

Como se determina en el cuadro 27 la empresa participará con el 74,74% de la demanda insatisfecha, es decir tendrá una capacidad instalada de 24.180 aceites hidratantes de 250 gramos que es la presentación de preferencia de la población de estudio.

CAPACIDAD UTILIZADA.

Es la cantidad de productos que se van a fabricar tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria.

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección o escogitamiento de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc., es por eso que en el presente proyecto, para el primer año de vida útil se utilizará el 60% para el segundo el 65%, para el tercero el 70%, para el cuarto el 75%, para el quinto el 80%, para el sexto en 85% y desde el séptimo hasta el décimo año el 90% de esta capacidad. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO 28

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%CAPACIDAD INSTLADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	24.180	60	14.508
2	24.180	65	15.717
3	24.180	70	16.926
4	24.180	75	18.135
5	24.180	80	19.344
6	24.180	85	20.553
7	24.180	90	21.762
8	24.180	95	22.971
9	24.180	95	22.971
10	24.180	95	22.971

Fuente: Cuadro 27
Elaboración: La Autora

C U = 24.180 x 60 % = 14.508

LOCALIZACION DE LA EMPRESA

Para definir la localización de la empresa; es decir, el lugar físico en el que se desarrollará la actividad productiva debe tomarse en consideración la macro y micro localización

MACROLOCALIZACION

a) CERCANIA AL MERCADO.

En lo que se refiere a este factor es importante la menor distancia desde la planta de procesamiento hacia los lugares de expendio, para que de esta

manera se economice en tiempo y dinero. Además éste es un factor primordial en vista de que el aceite hidratante tiene tiempo de caducidad.

b) SERVICIOS BASICOS.

Para que la empresa tenga posibilidades de efectuar eficientemente el trabajo deberá contar con los servicios básicos como agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono y vías de acceso.

En el lugar elegido, se cuenta con línea de transmisión de energía a 13.000 voltios y corriente trifásica, existe la red de agua potable y alcantarillado, así mismo cuenta con instalaciones telefónicas.

c) MATERIA PRIMA.

En la zona de ubicación del proyecto existe la suficiente materia prima como se demostró en el estudio de mercado de manera que siempre esté abastecida la empresa como es Aceite mineral, Aceite de Manzanilla; y, Vitamina E, que existen en la provincia de Loja, específicamente en las parroquias de Chuquiribamba, Gualel y El Cisne, a fin de garantizar una producción permanente de acuerdo a las necesidades de la planta de aceites hidratantes.

d) MANO DE OBRA.

En la ciudad de Loja, se cuenta con un grupo humano, que tiene dificultades de empleo, por tanto, como el personal operativo no necesita alta tecnificación es factible conseguirlo en el lugar.

e) TRANSPORTE.

La empresa para sus actividades tiene transporte público de primera calidad para el transporte de sus productos a los sitios de expendio.

MACRO LOCALIZACIÓN

MICROLOCALIZACION.

Una vez que están satisfechas las exigencias macro-técnicas, se llega a determinar la micro-localización de la planta.

La empresa de aceites hidratantes será ubicada en la ciudad de Loja específicamente en el sector Sur barrio La Pradera.

En el lugar indicado se dispone de energía eléctrica, alcantarillado, agua potable en un terreno de aproximadamente 200 metros.

Por los factores anteriormente determinados, la empresa se ubica en:

Ciudad: Loja

Barrio: La Pradera

Calles: Eduardo Kigman y Helechos

MICROLOCALIZACIÓN

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

Al hablar de proceso productivo se hace referencia a las diferentes etapas por las cuales se transforman determinadas materias primas e insumos para obtener un producto terminado, en si la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de la siguiente manera.

DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.

El Aceite Hidratante en donde ya sea el Aceite mineral, Aceite de Manzanilla y la Vitamina E, constituyen la materia prima, a esto se aplica un tratamiento hasta dar una apariencia agradable, por lo tanto este proyecto intenta presentar una nueva forma productiva que incorpore ciertas ventajas al producto (industrialización) para la aceptación del usuario, es así que seguidamente se da a conocer el respectivo proceso para la elaboración de Aceites Hidratantes el cual está representado por las siguientes etapas.

Mezclar el Aceite mineral, Aceite de Manzanilla y la Vitamina E, luego se pone en la máquina mezcladora, se realiza la Laterización de ingredientes en una mezcla constante en la máquina, se realiza la Refinación del Aceite Isipropil, quedando listo para el pesado en la máquina pesadora, luego se la envasa para finalmente etiquetarla en la máquina etiquetadora.

CONTROL DE CALIDAD

El Control de Calidad se lo realizará en todo el proceso para la elaboración del Aceite Hidratante.

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

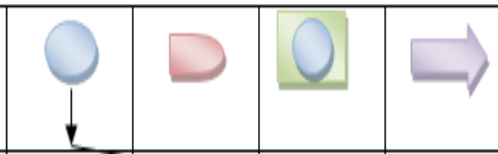
OPERACIÓN

DEMORA

OPERACIÓN INSPECCIÓN

TRANSPORTE

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PARA ELABORAR ACEITE HIDRATANTE

ACTIVIDADES		TIEMPO
a. Recepción de materia Prima		30'
b. Control – calidad mat. prima		15'
c. Mezcla de Ingredientes		30'
d. Laterización de ingredientes		30'
e. Mezcla constante		1,25'
f. Refinación		35'
g. Pesado de aceite		15'
h. Envasado		45'
i. Verificación de calidad		30'
j. Empaquetado		60'
k. Etiquetado		20'
l. Distribución		35´
TIEMPO		8 HORAS

RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y RECURSOS MATERIALES.

MAQUINARIA Y EQUIPO

MÁQUINA MEZCLADORA

ETIQUETADORA - ENVASADORA

KIT DE HERRAMIENTAS

MANDILES

MESAS

UTENCILLOS

MUEBLES Y ENSERES

- Escritorio con sillón 2
- Archivador 2
- Sillas 12
- Mesas 3
- Perchas 1 juego
- Computadoras 2
- Sumadora 2
- Teléfono 2

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad de precautelar la vida de los mismos en sus lugares de trabajo.

MANO DE OBRA DIRECTA.

Jefe de Producción	1
Obreros	2

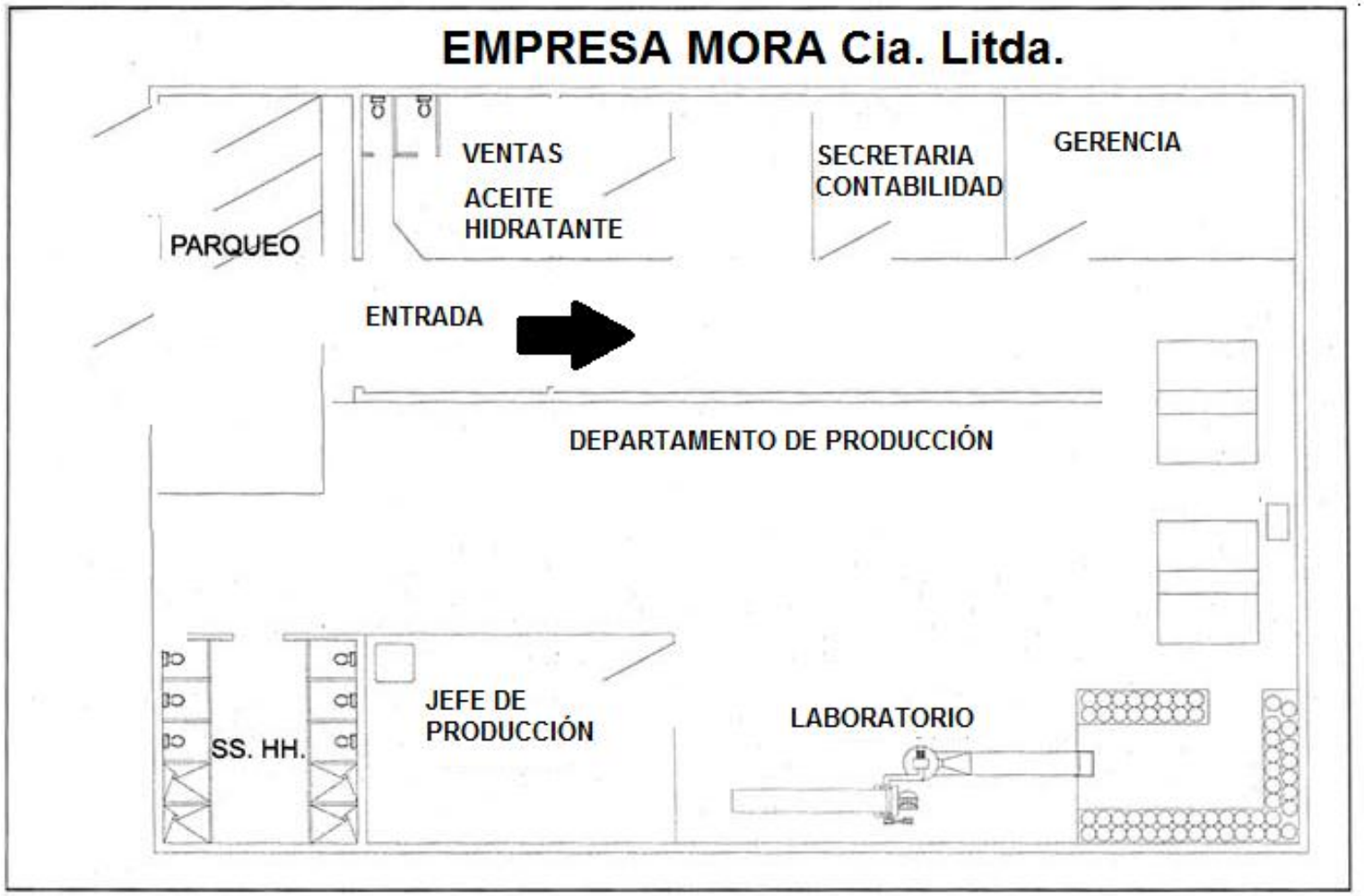
PERSONAL ADMINISTARTIVO.

Gerente	1
Secretaria	1
Contadora	1
Asesor Jurídico	1
Conserje Guardián	1

PERSONAL DE VENTAS.

Agentes vendedores	2

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

Tipo de Organización

MORA Cia. Ltda., está enfocada a ser una empresa nacional, ya que pretende extenderse por todo el país a futuro.

También es una organización que aprende, ya que constantemente estudia el mercado del consumidor y las tendencias mundiales para el constante desarrollo y crecimiento estratégico.

Departamentalización

La departamentalización en el área administrativa está hecha de acuerdo a las funciones por realizar (Departamento funcional).

En la empresa está estipulada por medio de las funciones o realizar y la línea de productos a elaborar (funcional y por productos).

ORGANIZACIÓN:

Gerencia General

Secretaria

Contadora

Jefe de Producción y control de calidad.

Dpto. de ventas

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA MORA Cia. Ltda.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Gabriela Mora Campoverde, ecuatoriana portadora de la cédula 1103266140, Paulina Josefina Mora Reyes, ecuatoriana portadora de la cédula 1102553317 en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa Finaflor MORA.

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de Aceites Hidratantes, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina MORA.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la parroquia San Sebastián, Barrio La Pradera, cantón Loja, provincia de Loja, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la producción y comercialización de Aceites Hidratantes.- Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

Art. 4.- (PLAZO, DURACION).- El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1,00) cada una.-

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del Presidente y Gerente General de la Empresa.-

Art. 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción

con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probara con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y RESERVAS.-

Art. 11.- (EJERCICIO ECONOMICO).- El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la formula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10%

para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINSITRACIÓN Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑIA.-

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACION).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

Art. 16.- (REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 17.- (QUOROM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorias externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 20.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por cuatro vocales principales, los vocales deben ser elegidos pro la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.-

Art. 21.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Presidente de la empresa y actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente lo remplazará su Subrogante y falta del Gerente General se nominara un secretario Ad-hoc.-

Art. 22.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo

menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

Art. 23.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes:

a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 24.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 25.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

Art. 26.- (DEL PRESIDENTE).- El Presidente de la Empresa será al mismo tiempo del Directorio y de la Junta General, será nombrado por el Directorio de entre sus miembros y durará 4 años en el ejercicio de su cargo, podrá ser indefinidamente reelegido, siendo sus atribuciones las siguientes: a) Convocar y presidir las reuniones de la Junta General y del Directorio; b) Firmar juntamente con el Secretario las actas de las sesiones del Directorio y la Junta General y los títulos de acciones; c) Velar por el estricto cumplimiento del estatuto social y de las decisiones de las Juntas Generales de Accionistas y del Directorio; d) Asesorar al Gerente General en los asuntos que éste le pidiere; e) Ejercer la representación legal de la empresa para lo cual tiene las facultades señaladas; f) Supervisar las finanzas de la empresa y las funciones administrativas del Gerente General, en caso de falta del Presidente, le reemplazará el primer miembro del Directorio, de acuerdo al orden del nombramiento de los miembros del Directorio, quien ejercerá sus funciones con las mismas facultades y atribuciones que el Presidente Titular.-

Art. 27.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

Art. 28.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta

General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 29.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 30.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 31.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la

Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

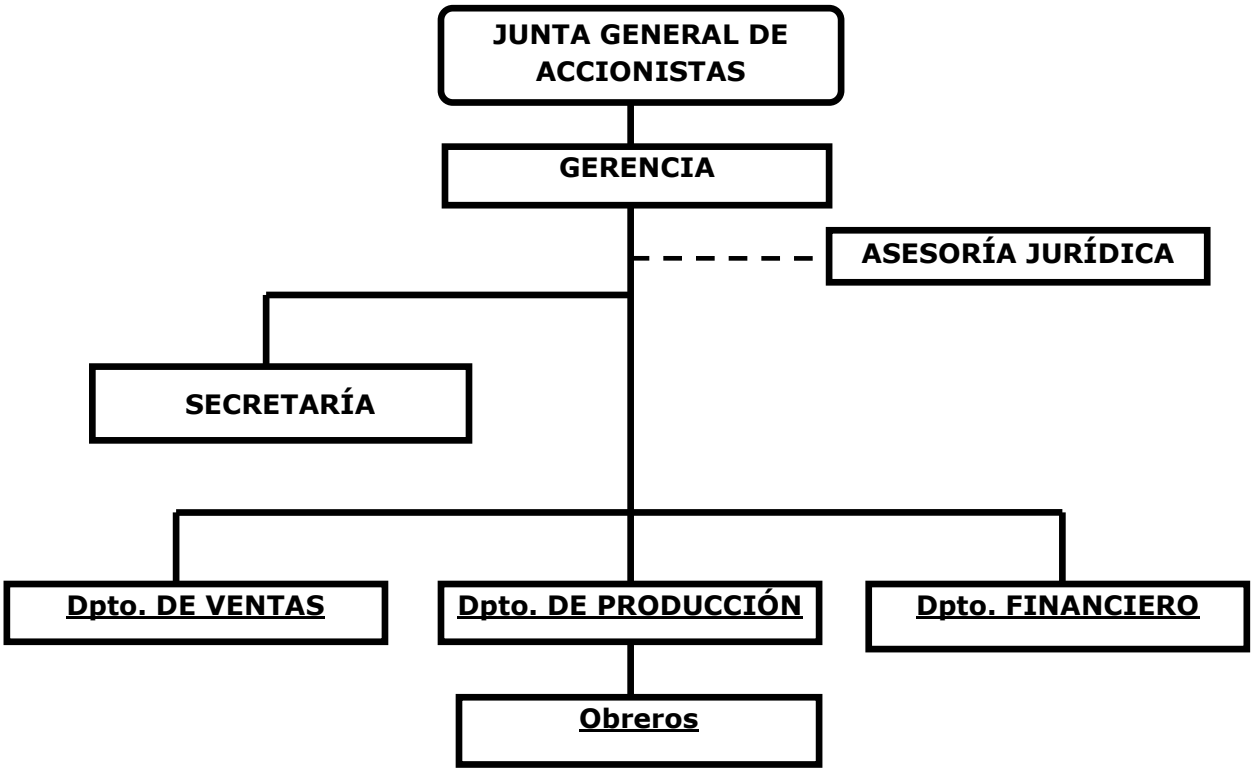
El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 500,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 1000,00 dólares.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Director a la señora. Gabriela Mora; se designa Presidente a la señora Carmen Rojas; se designa Gerente General a la Sra. Paula Arrobo. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Carlos Camacho, Abogado, Matrícula CAL-01248 . Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe, Sra. Gabriela Mora. Sra. Paulina Josefina Mora.

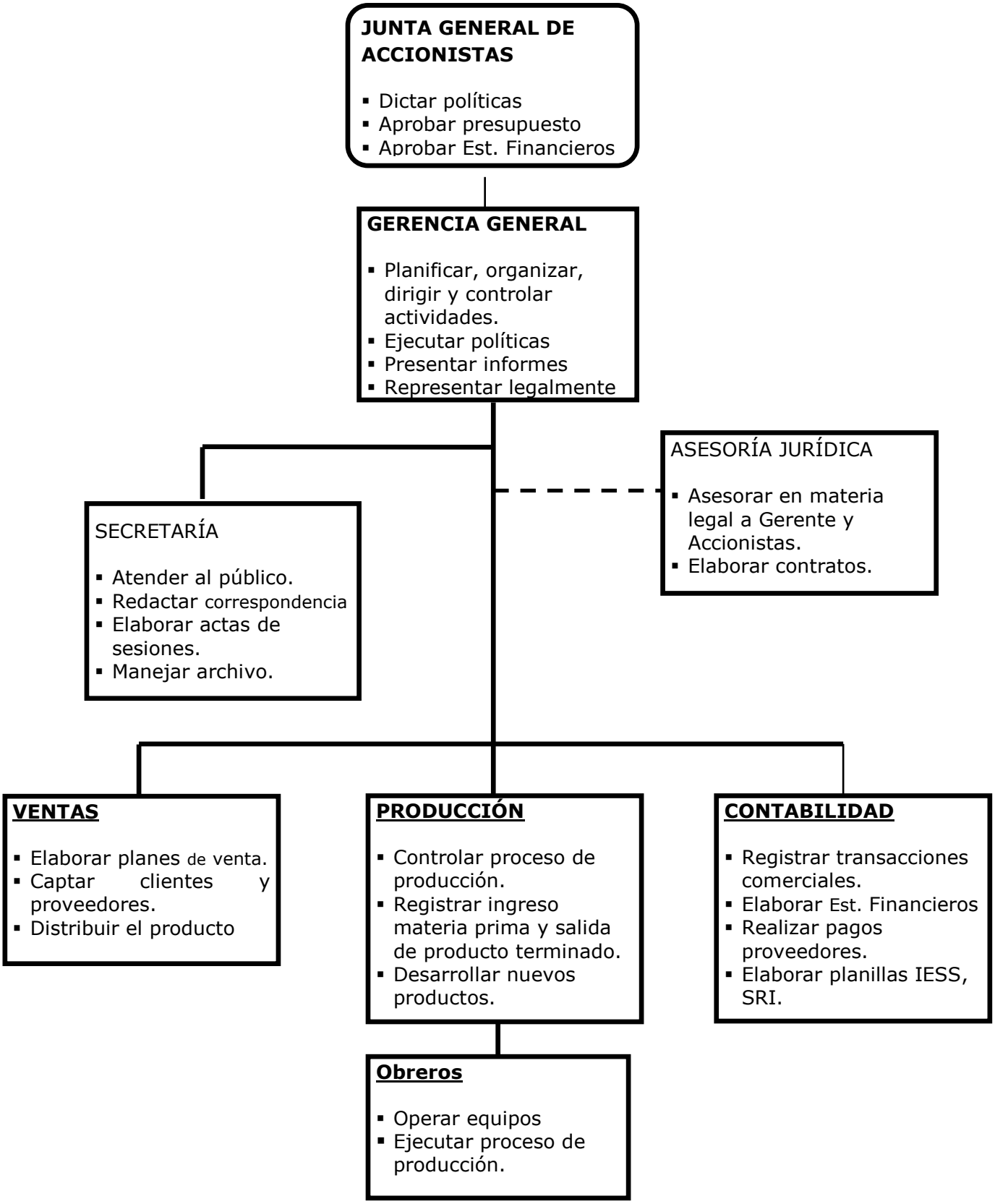
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

MORA CIA. LTDA.



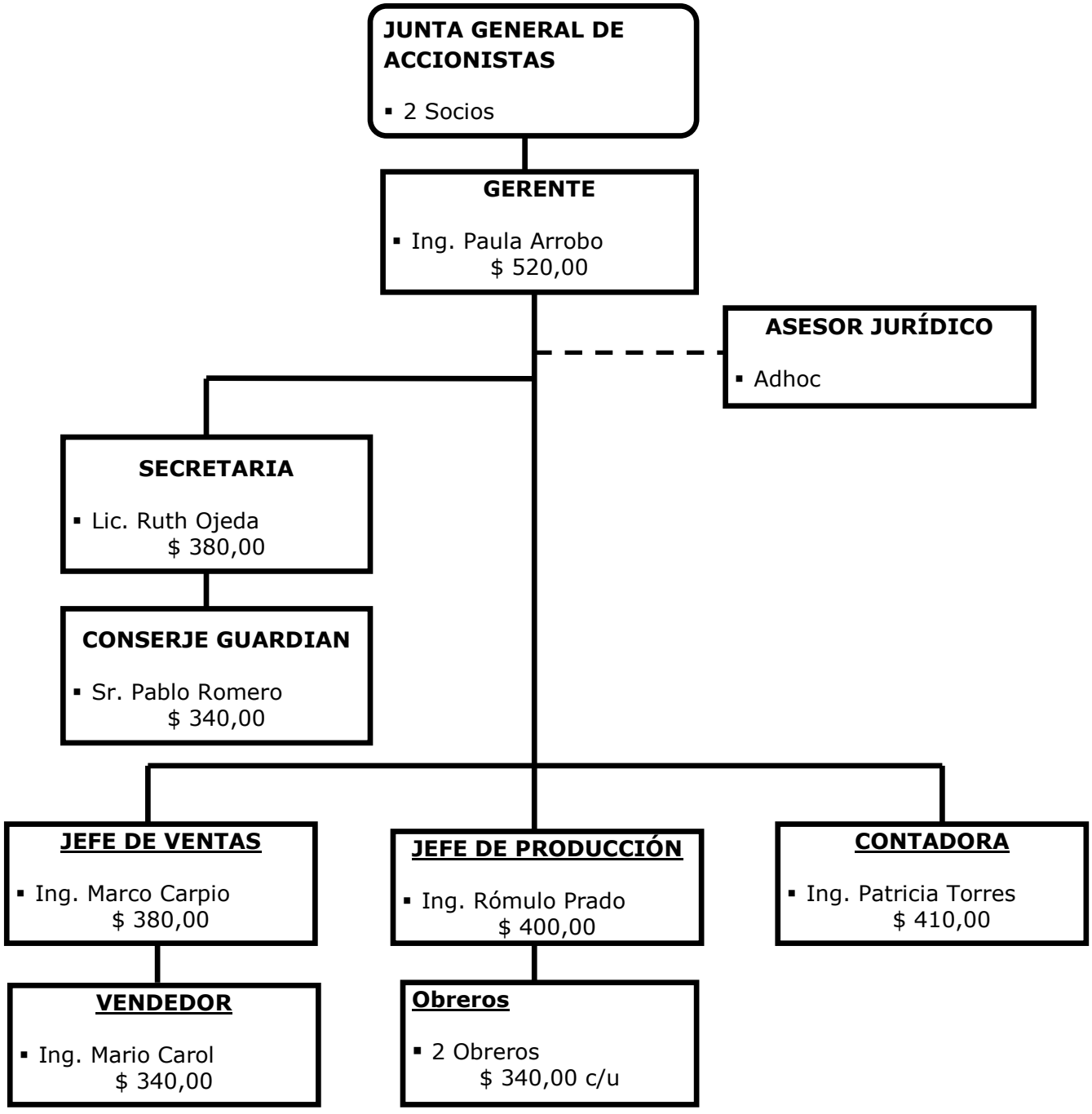
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

MORA CIA. LTDA.



ORGANIGRAMA POSICIONAL

MORA CIA. LTDA.



MANUAL DE FUNCIONES.

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

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

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.

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.

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 programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

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 programas informáticos de diseño gráfico, Curso de relaciones humanas.

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.

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

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de 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:

Instalaciones y adecuaciones.- Constituye todas las instalaciones y adecuaciones que se realizará al local que se arrendará.

CUADRO 29

INSTALACIONES Y ADECUACIONES

DESCRIPCIÓN	Nº	VALOR TOTAL
Instalaciones y Adecuaciones	1	10.000,00
	TOTAL	**10.000,00**

Fuente: Cámara de Comercio de Loja

Elaboración: La Autora

Maquinaria y Equipo.- Está constituida por la maquinaria y equipo que se necesita para producir aceites hidratantes.

CUADRO 30

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Mezcladora	1	6.100,00	6.100,00
Etiquetadora - Envasadora	1	7.200,00	7.200,00
	TOTAL	**13.300,00**	**13.300,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Equipos de oficina.- Se refiere a los equipos que se utilizarán para la parte administrativa.

CUADRO 31

EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Telefax	2	180	360
Reloj de pared	2	45	90
	TOTAL	**225**	**450**

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Equipos de Computación.- Corresponde a los equipos informáticos que se emplearán en la parte administrativa.

CUADRO 32

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	3	810	2.430,00
Impresora	2	110	220,00
	TOTAL	**920**	**2650,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

CUADRO 33

REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	3	920	2.760,00
Impresora	2	115	230,00
	TOTAL	**1035**	**2990,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Herramientas.- Corresponde a las herramientas que se emplearán en la empresa.

CUADRO 34

HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Kit de herramientas	2	250,00	500,00
	TOTAL	**500,00**	**500,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres de Oficina y Planta.- Se estima todo lo correspondiente a los muebles y enseres que se utilizará en la parte administrativa y de producción de la empresa.

CUADRO 35

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	250	250,00
Escritorio modular	2	230	460,00
Counter secretaria	1	220	220,00
Estanterías	2	140	280,00
Archivador 5 cajones	2	160	320,00
Sillas giratorias	3	55	165,00
Sillón giratorio	1	80	80,00
Sillas trípode	2	120	240,00
Sillas metal/corosil	10	30	300,00
Perchas metálicas	5	60	300,00
Rótulo Exterior	1	600	600,00
	TOTAL	**1945,00**	**3215,00**

Fuente: Mueblerías de la localidad

Elaboración: La Autora

Equipos de Seguridad Industrial.- Corresponde todo los correspondiente a la seguridad que debe tener la empresa para casos extremos y de prevención.

CUADRO 36

EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Extintores	2	120	240,00
Sistema de Alarma	1	310	310,00
Mandiles	24	15	360,00
	TOTAL	**445,00**	**910,00**

Fuente: Investigación Directa9

Elaboración: La Autora

Vehículo.- Se refiere a la compra de una camioneta cabina sencilla marca Chevrolet año 2013.

CUADRO 37

VEHICULO

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Vehículo	1	16000,00	16000,00
	TOTAL	**16000,00**	**16000,00**

Fuente: Patio Tuerca

Elaboración: La Autora

Depreciaciones.- Es el desgaste que sufren todos los activos fijos.

CUADRO 38

DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN	ANEXO Nº	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
Instalaciones y adecuaciones	19	800
Maquinaria Y Equipo	6	1197
Equipo de Oficina	7	40,5
Equipo de Computación (1-3)	8	853,92
Segundo Equipo de Computación (3-4)	9	963,48
Herramientas	10	45
Muebles y Enseres	11	289,35
Equipo de Seguridad Industrial	12	81,9
Vehículo	20	1440
	TOTAL	**5.711,15**

Fuente: Anexos 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 19 y 20.

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 39

ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del Proyecto	500
Patente	250
Registro de Marca	300
Registro Sanitario	200
Permiso de Funcionamiento	150
Gastos de Constitución	320
Imprevistos 5%	86
TOTAL	**1806**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

ACTIVO CORRENTE 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:

Materia Prima.- Es la que participa directamente en el producto, está constituido por: Aceite mineral, Aceite de Manzanilla y Vitamina E. Para el primer año el presupuesto es de $ 22.132,78.

CUADRO 40

MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Aceite mineral	24.032	0,35	8.411,20
Aceite de Manzanilla	20178	0,32	6.456,96
Vitamina E	22014	0,33	7.264,62
TOTAL	**66.224**		**22.132,78**

Fuente: Anexo 3

Elaboración: La Autora

Mano de obra directa.- Son los recursos humanos que intervienen directamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de $ 11.003,08, el personal no variará, toda vez que la producción por persona es bastante flexible en el proceso productivo como en las actividades.

Mano de Obra Indirecta.- Al Jefe de Producción se lo considera como mano de obra indirecta, 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 41

MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	340
13º Sueldo	28,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	44,23
IECE (0.50%)	1,7
SECAP (0.50%)	1,7
Vacaciones	14,17
Total	**458,46**
Número de empleados	2
Total Mensual	**916,92**
Total Anual	**11.003,08**

Fuente: Anexo 4

Elaboración: La Autora

CUADRO 42

MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	Jefe de Producción
REMUNERACIONES	
Salario Básico	400
13º Sueldo	33,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	51,48
IECE (0.50%)	2
SECAP (0.50%)	2
Vacaciones	16,67
Total	**533,81**
Número de empleados	1
Total Mensual	**533,81**
Total Anual	**6.405,71**

Fuente: Anexo 5

Elaboración: La Autora

Materia prima indirecta.- Es aquella que indirectamente interviene en la producción del producto y que forma parte del producto terminado como es los aceites hidratantes.

CUADRO 43

MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Envases Plásticos 250 Mg.	7.332	0,54	3.959,28
Cajas full color	7.332	0,35	2.566,20
Etiquetas Adhesivas	7.332	0,024	175,97
Sellos adhesivos - seguridad	7.332	0,019	139,31
	TOTAL		**6.840,76**

Fuente: Anexo 14

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.

Gastos Administrativos.- Están dados por los sueldos al personal administrativo, los gastos generales de administración y la amortización del activo diferido.

CUADRO 44

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Personal Administrativo	2.196,09	26.353,04
Gastos Generales Adm.	621,5	7.458,00
Amortización Diferida	15,05	180,6
TOTAL	**2.832,64**	**33.991,64**

Fuente: Cuadros 49 y 50, Anexo 11

Elaboración: La Autora

Personal Administrativo.- Son los sueldos que se les paga a la parte administrativa como Gerente, Secretaria, Conserje Guardián y Contador.

CUADRO 45

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria	Conserje Guardián	Contadora
REMUNERACIONES				
Salario Básico	520	380	340	410
13º Sueldo	43,33	31,67	28,33	34,17
14º Sueldo	28,33	28,33	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	65,97	49,06	44,23	52,68
IECE (0.50%)	2,6	1,9	1,7	2,05
SECAP (0.50%)	1,9	1,47	1,47	1,47
Vacaciones	21,67	15,83	14,17	17,08
Total	**683,80**	**508,26**	**458,23**	**545,79**
Número de empleados	1	1	1	1
Total Mensual	**683,80**	**508,26**	**458,23**	**545,79**
Total Anual	**8.205,65**	**6.099,16**	**5.498,78**	**6.549,45**

Fuente: Anexo 15

Elaboración: La Autora

Gastos Generales.- Se los determina por el arriendo al local, los suministros de Aseo, los Útiles de Oficina, los servicios Básicos y el mantenimiento de maquinaria y equipo.

CUADRO 46

GASTOS GENERALES

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Arriendo	400	4.800,00
Suministros de Aseo	12	144,00
Útiles de Oficina	30	360,00
Energía Eléctrica	20,5	246,00
Agua	19	228,00
Teléfono	30	360,00
Mantenimiento	110	1.320,00
TOTAL	**621,5**	**7458**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Amortización de activos diferidos.- Comprende la amortización de todos aquellos desembolsos por bienes intangibles cuya utilidad y beneficio se supone corresponde a varios periodos y son requeridos para la puesta en marcha del proyecto, que para el presente proyecto los amortizamos para 10 años.

CUADRO 47

AMORTIZACIÓN DIFERIDO

CONCEPTO	VALOR TOTAL	AÑOS 1 a 10
ACTIVO DIFERIDO	1.806,00	180,60

Fuente: Anexo 13

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 $2.640,00

CUADRO 48

GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	220	2.640,00
PERSONAL DE VENTAS	966,925	11.603,10
TOTAL	**1.186,93**	**14.243,10**

Fuente: Cuadro 49 y 51

Elaboración: La Autora

Gastos de Promoción y Publicidad.- Se considera todos los gastos de promoción y gastos publicitarios para el funcionamiento y puesta en marcha del proyecto.

CUADRO 49

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

MEDIO	TIPO	FRECUENCIA	COSTO DE LA CUÑA PUBLICITARIA ($5.00)	PRESUPUESTO ANUAL
RADIO	Luz y Vida.	2 veces al día (44veces al mes) Lunes - Viernes	$ 220.00	$2640.00

Fuente: Cuadro 26

Elaboración: La Autora

Combustibles y Lubricantes.- Se presupuesta para el pago de combustibles y lubricantes para el vehículo.

CUADRO 50

COMBUSTIBLES Y LIBRICANTES

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Combustibles y lubricantes	70,00	840,00
TOTAL	**70,00**	**840,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Personal de Ventas

CUADRO 51

PERSONAL DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	Jefe de Ventas	Vendedor
REMUNERACIONES		
Salario Básico	380	340
13º Sueldo	31,67	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	49,06	44,23
IECE (0.50%)	1,9	1,7
SECAP (0.50%)	1,9	1,47
Vacaciones	15,83	14,17
Total	**508,69**	**458,23**
Número de empleados	1	1
Total Mensual	**508,69**	**458,23**
Total Anual	**6.104,32**	**5.498,78**

Fuente: Anexo 18

Elaboración: La Autora

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 52

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	CUADROS	VALOR
Instalaciones y adecuaciones	29	10000
Maquinaria Y Equipo	30	13.300,00
Equipo de Oficina	31	450
Equipo de Computación (1-3)	32	2.650,00
Segundo Equipo de Computación (3-4)	33	2.990,00
Herramientas	34	500
Muebles y Enseres	35	3.215,00
Equipo de Seguridad Industrial	36	910
Vehículos	37	16000
Imprevistos 5%		2500,75
	TOTAL	**52.515,75**

Fuente: Cuadros 29 al 37

Elaboración: La Autora

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 53

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del Proyecto	500
Patente	250
Registro de Marca	300
Registro Sanitario	200
Permiso de Funcionamiento	150
Gastos de Constitución	320
Imprevistos 5%	86
TOTAL	**1806**

Fuente: Cuadros 39

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 54

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

Rubros calculados para un mes de operación		
ACTIVOS	**CUADRO**	**VALOR**
Materia prima directa	40	1.844,40
Materia prima indirecta	43	570,06
Mano de obra directa	41	916,92
Mano de obra Indirecta	42	533,81
Gastos Administrativos	44	2832,64
Gastos de Ventas	48	1186,93
Combustibles y lubricantes	50	70
Imprevistos 5%		397,738
	TOTAL	**8.352,50**

Fuente: Cuadros 40 al 51

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 55

INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	CUADRO Nº	VALOR USD	%
ACTIVOS FIJOS:			
Instalaciones y adecuaciones	29	10000	
Maquinaria Y Equipo	30	13.300,00	
Equipo de Oficina	31	450	
Equipo de Computación (1-3)	32	2.650,00	
Segundo Equipo de Computación (3-4)	33	2.990,00	
Herramientas	34	500	
Muebles y Enseres	35	3.215,00	
Equipo de Seguridad Industrial	36	910	
Vehículos	37	16000	
Imprevistos 5%		2500,75	
Subtotal:		**52515,75**	83,79
ACTIVOS DIFERIDOS:			
Elaboración del Proyecto	53	500	
Patente	53	250	
Registro de Marca	53	300	
Registro Sanitario	53	200	
Permiso de Funcionamiento	53	150	
Gastos de Constitución	53	320	
Imprevistos 5%	53	86	
Subtotal:		**1806**	2,88
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)			
Materia prima directa	40	1.844,40	
Materia prima indirecta	43	570,06	
Mano de obra directa	41	916,92	
Mano de obra Indirecta	42	533,81	
Gastos Administrativos	44	2832,64	
Gastos de Ventas	48	1186,93	
Combustibles y lubricantes	50	70	
Imprevistos 5%		397,738	
Subtotal:		**8.352,50**	13,33
TOTAL:		**62.674,25**	**100,00**

Fuente: Cuadros 52, 53 y 54

Elaboración: La Autora

62.674,25 — 100%

52.515,75 — X

X = 83,79 %

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

FUENTES INTERNAS

El 52,13% del total de la inversión y que corresponde a $ 32.674,25 será 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 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 $30.000,00 que constituye el 47,87% del total del proyecto, a diez años plazo con el interés del 15% anual. Este valor servirá para el capital de trabajo (materia prima). Los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO 56

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	30.000,00	47,87%
Capital social	32.674,25	52,13%
TOTAL	**62.674,25**	**100,00%**

Elaboración: La Autora

ANEXO 57

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	30000		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,00%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				30.000,00
1	1.500,00	2.250,00	3.750,00	28.500,00
2	1.500,00	2.137,50	3.637,50	27.000,00
3	1.500,00	2.025,00	3.525,00	25.500,00
4	1.500,00	1.912,50	3.412,50	24.000,00
5	1.500,00	1.800,00	3.300,00	22.500,00
6	1.500,00	1.687,50	3.187,50	21.000,00
7	1.500,00	1.575,00	3.075,00	19.500,00
8	1.500,00	1.462,50	2.962,50	18.000,00
9	1.500,00	1.350,00	2.850,00	16.500,00
10	1.500,00	1.237,50	2.737,50	15.000,00
11	1.500,00	1.125,00	2.625,00	13.500,00
12	1.500,00	1.012,50	2.512,50	12.000,00
13	1.500,00	900,00	2.400,00	10.500,00
14	1.500,00	787,50	2.287,50	9.000,00
15	1.500,00	675,00	2.175,00	7.500,00
16	1.500,00	562,50	2.062,50	6.000,00
17	1.500,00	450,00	1.950,00	4.500,00
18	1.500,00	337,50	1.837,50	3.000,00
19	1.500,00	225,00	1.725,00	1.500,00
20	1.500,00	112,50	1.612,50	0,00
	30.000,00	23.625,00	53.625,00	

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, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro 58.

CUADRO 58

PRESUPUESTO DE COSTOS 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	22.132,78	23.053,50	24.012,53	25.011,45	26.051,93	27.135,69	28.264,53	29.440,34	30.665,05	31.940,72
Materia Prima Indirecta	6.840,76	7.125,34	7.421,75	7.730,49	8.052,08	8.387,05	8.735,95	9.099,37	9.477,90	9.872,18
Mano de Obra Directa	11.003,08	11.460,81	11.937,58	12.434,18	12.951,44	13.490,22	14.051,42	14.635,96	15.244,81	15.878,99
Mano de Obra Indirecta	6.405,71	6.672,19	6.949,75	7.238,86	7.540,00	7.853,66	8.180,37	8.520,68	8.875,14	9.244,34
Total costo primo	**46.382,33**	**48.311,83**	**50.321,61**	**52.414,99**	**54.595,45**	**56.866,62**	**59.232,27**	**61.696,33**	**64.262,90**	**66.936,24**
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Inst. y Adec.	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Depreciación de equipos de Seg.	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9	81,9
Depreciación de Herramientas	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Depreciación de vehículo	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440
Combustibles y lubricantes	840	874,94	911,34	949,25	988,74	1.029,87	1.072,72	1.117,34	1.163,82	1.212,24
Amortización de activos diferidos	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60	180,60
Total Carga para Fabricación	**3.387,50**	**3.422,44**	**3.458,84**	**3.496,75**	**3.536,24**	**3.577,37**	**3.620,22**	**3.664,84**	**3.711,32**	**3.759,74**
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	26.353,04	27.449,33	28.591,22	29.780,61	31.019,49	32.309,90	33.653,99	35.053,99	36.512,24	38.031,15
Depreciación equipos de oficina	40,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Depreciación de Muebles y Ens.	289,35	533,34	533,34	533,34	533,34	533,34	533,34	533,34	533,34	533,34
Gastos Generales de Adm.:										

Arriendo	4.800,00	4.999,68	5.207,67	5.424,31	5.649,96	5.884,99	6.129,81	6.384,81	6.650,42	6.927,08
Suministros de Aseo	144	149,99	156,23	162,73	169,50	176,55	183,89	191,54	199,51	207,81
Útiles de Oficina	360	374,98	390,58	406,82	423,75	441,37	459,74	478,86	498,78	519,53
Energía Eléctrica	246	256,23	266,89	278,00	289,56	301,61	314,15	327,22	340,83	355,01
Agua	228	237,48	247,36	257,65	268,37	279,54	291,17	303,28	315,89	329,04
Teléfono	360	374,98	390,58	406,82	423,75	441,37	459,74	478,86	498,78	519,53
Mantenimiento y Reparación.	1320	1.374,91	1.432,11	1.491,68	1.553,74	1.618,37	1.685,70	1.755,82	1.828,87	1.904,95
Depreciación Equip. Computación	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92	853,92
Total gastos administrativos	**34.994,81**	**36.627,34**	**38.092,39**	**39.618,39**	**41.207,87**	**42.863,47**	**44.587,94**	**46.384,15**	**48.255,09**	**50.203,86**
VENTAS										
Publicidad y propaganda	2.640,00	2.749,82	2.864,22	2.983,37	3.107,48	3.236,75	3.371,40	3.511,65	3.657,73	3.809,89
Personal de ventas	11.603,10	12.085,79	12.588,56	13.112,24	13.657,71	14.225,87	14.817,67	15.434,08	16.076,14	16.744,91
Total gastos de ventas	**14.243,10**	**14.835,61**	**15.452,77**	**16.095,61**	**16.765,19**	**17.462,62**	**18.189,06**	**18.945,73**	**19.733,87**	**20.554,80**
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	4.387,50	3.937,50	3.487,50	3.037,50	2.587,50	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
Total gastos financieros	**4.387,50**	**3.937,50**	**3.487,50**	**3.037,50**	**2.587,50**	**2.137,50**	**1.687,50**	**1.237,50**	**787,50**	**337,50**
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	**103.395,24**	**107.134,73**	**110.813,11**	**114.663,24**	**118.692,25**	**122.907,58**	**127.316,99**	**131.928,56**	**136.750,69**	**141.792,13**

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 aceites hidratantes.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro 59, 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 60% en función a la competencia.

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

- Por otro lado se detendrá el precio del producto constante para los diez años 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

PVEX-FAB= Precio venta al Público

CU = Costo Unitario

MU = Margen de Utilidad

CUADRO 59

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 60%	INGRESOS
1	103.395,24	14.508	7	11,40	165.432,38
2	107.134,73	15.717	7	10,91	171.415,57
3	110.813,11	16.926	7	10,48	177.300,98
4	114.663,24	18.135	6	10,12	183.461,18
5	118.692,25	19.344	6	9,82	189.907,59
6	122.907,58	20.553	6	9,57	196.652,13
7	127.316,99	21.762	6	9,36	203.707,19
8	131.928,56	22.971	6	9,19	211.085,70
9	136.750,69	22.971	6	9,53	218.801,10
10	141.792,13	22.971	6	9,88	226.867,41

Elaboración: La Autora

Costo unitario = Costo Total / Nro. De productos

C. U. = C.T. / Nro. P.

C. U. = 103.395,24 / 14.508

C. U. = 7

P.U.V. EX/F. = CU + MU

P.U.V. EX/F. = 7+ 60%

P.U.V. EX/F. = 11,40

CU = Costo Unitario

CT = Costo Total

Nro. P. = Número de productos

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 60

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	165432,38	171415,57	177300,98	183461,18	189907,59	196652,13	203707,19	211085,70	218801,10	226867,41
(-) Costo Total	103.395,24	107.134,73	110.813,11	114.663,24	118.692,25	122.907,58	127.316,99	131.928,56	136.750,69	141.792,13
(=) Utilidad Bruta Ventas	62.037,14	64.280,84	66.487,87	68.797,94	71.215,35	73.744,55	76.390,20	79.157,14	82.050,41	85.075,28
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	9.305,57	9.642,13	9.973,18	10.319,69	10.682,30	11.061,68	11.458,53	11.873,57	12.307,56	12.761,29
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	52.731,57	54.638,71	56.514,69	58.478,25	60.533,05	62.682,87	64.931,67	67.283,57	69.742,85	72.313,99
(-) 25% Impuesto a la renta	13.182,89	13.659,68	14.128,67	14.619,56	15.133,26	15.670,72	16.232,92	16.820,89	17.435,71	18.078,50
(=) Utilidad Neta ejercicio	39.548,68	40.979,03	42.386,02	43.858,69	45.399,78	47.012,15	48.698,75	50.462,67	52.307,14	54.235,49
(-) 10% reserva Legal	3.954,87	4.097,90	4.238,60	4.385,87	4.539,98	4.701,21	4.869,88	5.046,27	5.230,71	5.423,55
(=) Utilidad Líquida	**35.593,81**	**36.881,13**	**38.147,41**	**39.472,82**	**40.859,81**	**42.310,93**	**43.828,88**	**45.416,41**	**47.076,42**	**48.811,94**

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS: Como se puede determinar en el presente cuadro cuando el Estado de Pérdidas y Ganancias es positivo, determina que la empresa gana, lo que determina que la empresa luego de pagar los impuestos de ley tiene una ganancia de $35.593,81 dólares para el primer año, para el quinto año de $40.859,81 dólares; y, para el décimo año de 48.811,94 dólares de ganancia.

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, 3 y 5 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.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

CUADRO 61

PUNTO DE EQUILIBRIO CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa		22.132,78		26.051,93		31.940,72
Materia Prima Indirecta		6.840,76		8.052,08		9.872,18
Mano de Obra Directa		11.003,08		12.951,44		15.878,99
Mano de Obra Indirecta		6.405,71		7.540,00		9.244,34
TOTAL COSTOS DIRECTOS	0	46382,33	0	54595,45	0	66936,24
COSTOS DE FABRICACIÓN						
Depreciación de Inst. y Adec.	800		800		800	
Depreciación de equipos de Seg.	81,9		81,9		81,9	
Depreciación de Herramientas	45		45		45	
Depreciación de vehículo	1440		1440		1440	
Combustibles y lubricantes	840		988,74		1.212,24	
Amortización de activos diferidos	180,60		180,60		180,60	
TOTAL COSTOS FABRICACIÓN	**3387,5**	**0**	**3536,24**	**0**	**3759,738**	**0**
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	26.353,04		31.019,49		38.031,15	
Depreciación equipos de oficina	40,50		40,50		40,50	
Depreciación de Muebles y Ens.	289,35		289,35		289,35	
Arriendo	4.800,00		5.649,96		6.927,08	
Suministros de Aseo	144		169,50		207,81	
Útiles de Oficina	360		423,75		519,53	
Energía Eléctrica		246		289,56		355,01
Agua		228		268,37		329,04
Teléfono		360		423,75		519,53
Mantenimiento y Reparación.		1320		1.553,74		1.904,95
Depreciación Equip. Computación	853,92		853,92		853,92	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.840,81	2.154,00	38.446,46	2.535,42	46.869,34	3.108,53
COSTOS DE VENTAS						
Publicidad y propaganda	2.640,00		3.107,48		3.809,89	
Personal de ventas	11.603,10		13.657,71		16.744,91	
TOTAL COSTOS DE VENTAS	14.243,10	0,00	16.765,19	0,00	20.554,80	0,00
Gastos Financieros						
Intereses por préstamo	4.387,50		2.587,50		337,50	
T O T A L $:	**54.858,91**	**48.536,33**	**61.335,39**	**57.130,87**	**71.521,38**	**70.044,76**

Elaboración: La Autora

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

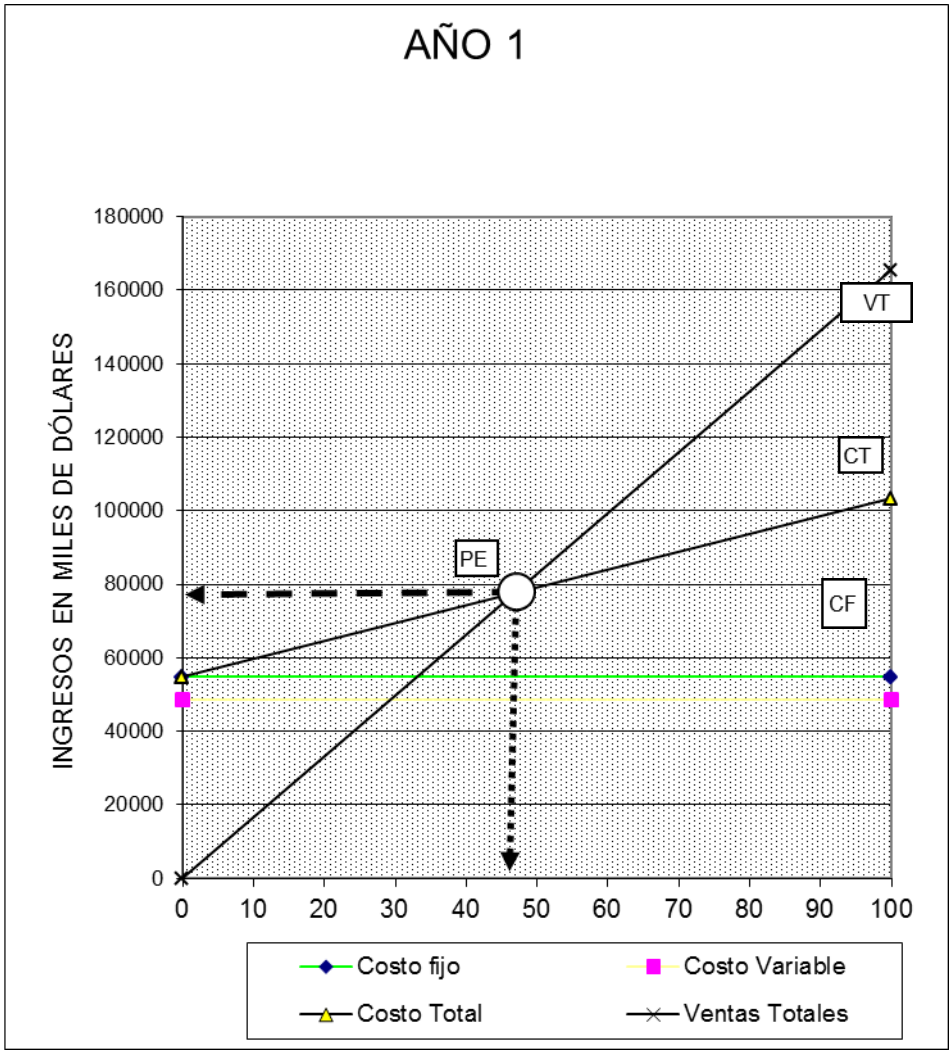
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{54858,91}{165432,38 - 48536,33} * 100 = \mathbf{46,93\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{54858,91}{1 - \frac{48536,33}{165432,38}} = \mathbf{77636,84}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 46,93% y con un ingreso en las ventas de 77636,84 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 5

MATEMÁTICAMENTE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

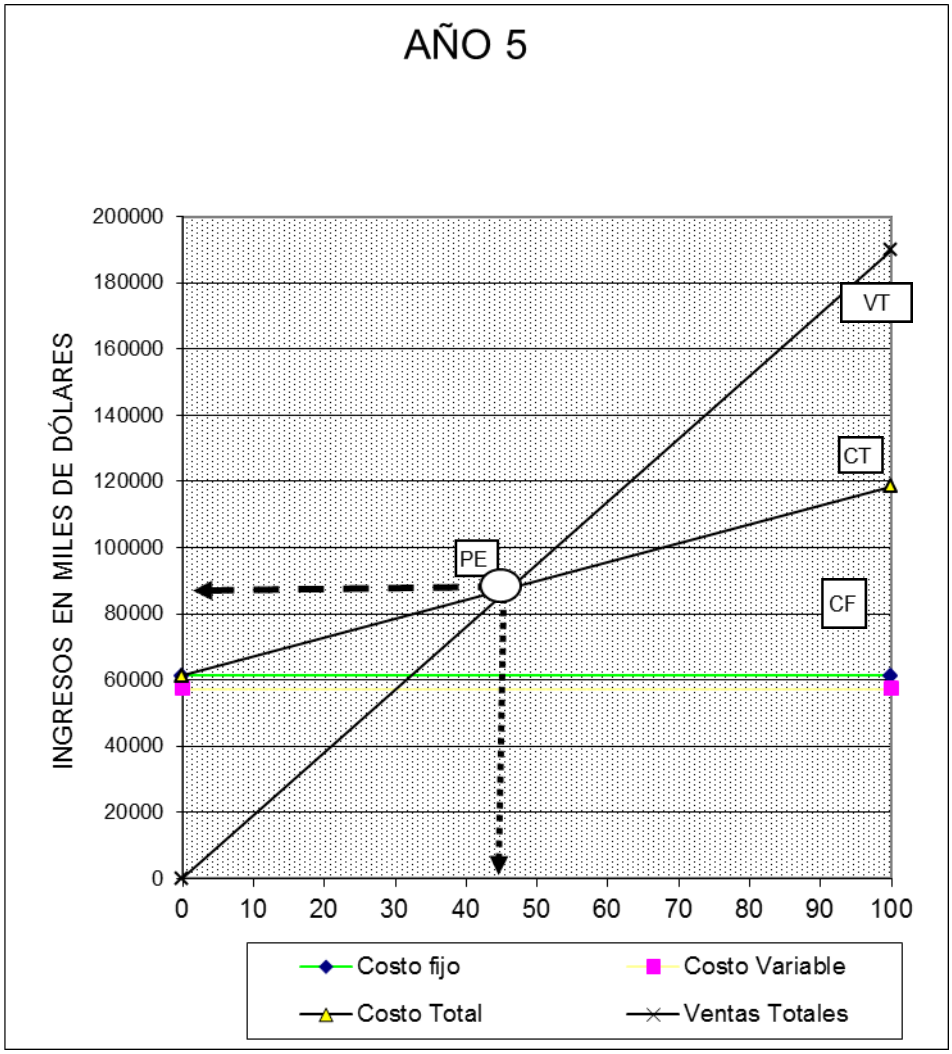
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{61335,39}{189907,59 - 57130,87} * 100 = \mathbf{46,19\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{61335,39}{1 - \frac{57130,87}{189907,59}} = \mathbf{87726,64}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 46,19% y con un ingreso en las ventas de 87726,64 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 10

MATEMÁTICAMENTE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

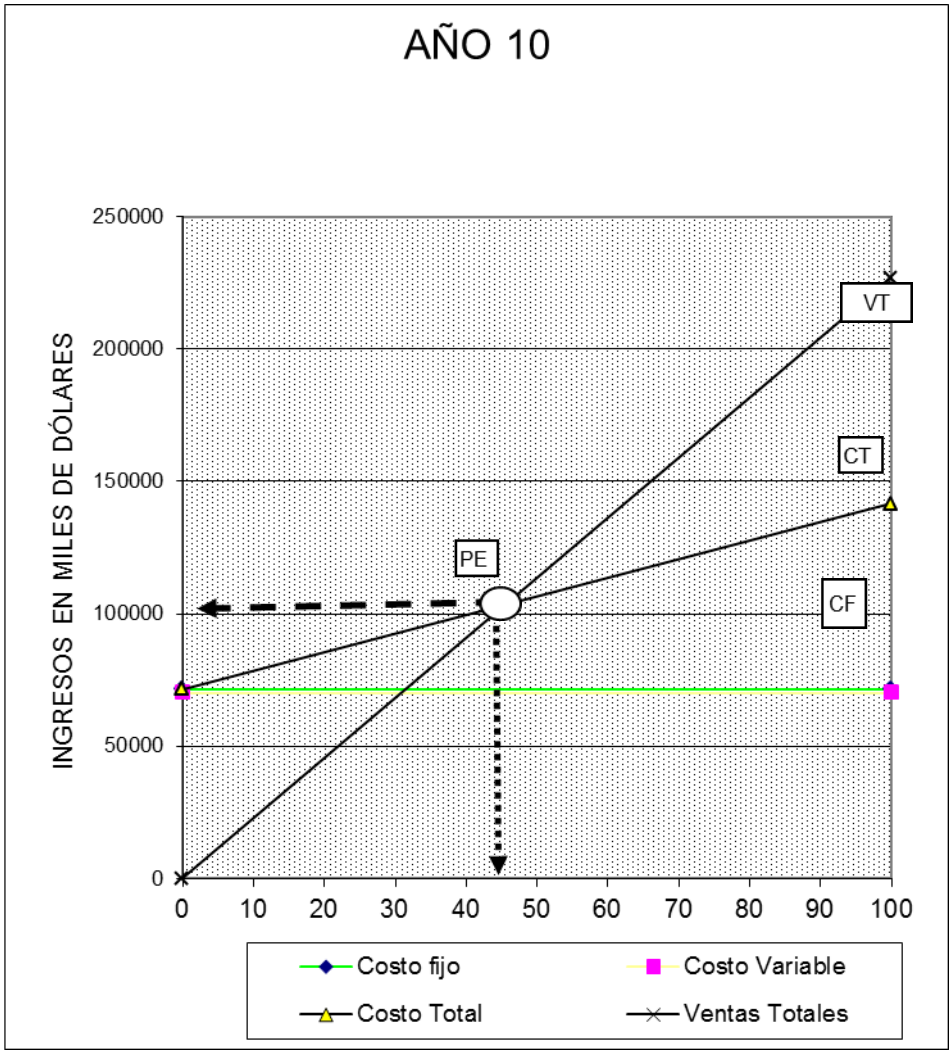
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{71521,38}{226867,41 - 70044,76} * 100 = \mathbf{45,61\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{71521,38}{1 - \frac{70044,76}{226867,41}} = \mathbf{103466,37}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 45,61% y con un ingreso en las ventas de 103466,37 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

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 62 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO 62

FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	165432,38	171415,57	177300,98	183461,18	189907,59	196652,13	203707,19	211085,70	218801,10	226867,41
Valor Residual			**88,25**			99,57			102,24	1.324,00
TOTAL INGRESOS	**165.432,38**	**171.415,57**	**177.389,23**	**183.461,18**	**189.907,59**	**196.751,70**	**203.707,19**	**211.085,70**	**218.903,34**	**228.191,41**
EGRESOS										
Costo de Producción	103.395,24	107.134,73	110.813,11	114.663,24	118.692,25	122.907,58	127.316,99	131.928,56	136.750,69	141.792,13
Reinversiones				2.990,00			3.214,00			3427,00
EGRESOS	**103.395,24**	**107.134,73**	**110.813,11**	**117.653,24**	**118.692,25**	**122.907,58**	**130.530,99**	**131.928,56**	**136.750,69**	**145.219,13**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**62.037,14**	**64.280,84**	**66.576,12**	**65.807,94**	**71.215,35**	**73.844,12**	**73.176,20**	**79.157,14**	**82.152,65**	**82.972,28**
(-) 15% Utilidad Trabajadores	9305,57	9642,13	9986,42	9871,19	10682,30	11076,62	10976,43	11873,57	12322,90	12445,84
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	**52.731,57**	**54.638,71**	**56.589,70**	**55.936,75**	**60.533,05**	**62.767,50**	**62.199,77**	**67.283,57**	**69.829,75**	**70.526,44**
(-) 25% Impuesto a la renta	13182,89	13659,68	14147,43	13984,19	15133,26	15691,88	15549,94	16820,89	17457,44	17631,61
UTILIDAD LIQUIDA	**39.548,68**	**40.979,03**	**42.442,28**	**41.952,56**	**45.399,78**	**47.075,63**	**46.649,83**	**50.462,67**	**52.372,32**	**52.894,83**
Amortización	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35	259,35
Depreciaciones	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02	1.510,02
UTILIDAD NETA	**37.779,31**	**39.209,66**	**40.672,91**	**40.183,19**	**43.630,41**	**45.306,26**	**44.880,46**	**48.693,30**	**50.602,95**	**51.125,46**
FUJO NETO DE CAJA	**37.779,31**	**39.209,66**	**40.672,91**	**40.183,19**	**43.630,41**	**45.306,26**	**44.880,46**	**48.693,30**	**50.602,95**	**51.125,46**

ANÁLISIS: En el siguiente cuadro del Flujo de Caja se demuestra los recursos financieros requeridos en cada año del proyecto, también se muestra el resultado neto en relación con los recursos que los socios aportarán. La interpretación es sin duda que en caso de tener flujo de caja negativo, el gerente de la empresa tendrá que recurrir a un crédito inmediato o sobre-giro para cubrir los gastos, pero en la presente no es necesario por tener un Flujo de Caja positivo.

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 63
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	62.674,25		
1	37.779,31	0,869565217	32.851,57
2	39.209,66	0,756143667	29.648,14
3	40.672,91	0,657516232	26.743,10
4	40.183,19	0,571753246	22.974,87
5	43.630,41	0,497176735	21.692,03
6	45.306,26	0,432327596	19.587,14
7	44.880,46	0,37593704	16.872,23
8	48.693,30	0,326901774	15.917,93
9	50.602,95	0,284262412	14.384,52
10	51.125,46	0,247184706	12.637,43
			213.308,95
			62.674,25
			150.634,70

El Factor del 15% se lo obtiene de la tasa de interés obtenida en el préstamo.

FA = $1 / (1 + i)^n$

$FA = 1 / (1 + 0.15)^1 = 0.869565217$

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 213.308,95 62.674,25

VAN = 150.634,70

FA = Factor de Actualización

n = número de años

VAN = Valor Actual Neto

SFNA = Sumatoria de Flujo Neto Actualizado

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 64
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		37.779,31	
2	62.674,25	39.209,66	76.988,97
3		40.672,91	117.661,88
4		40.183,19	157.845,07
5		43.630,41	201.475,49
6		45.306,26	246.781,74
7		44.880,46	291.662,20
8		48.693,30	340.355,50
9		50.602,95	390.958,45
10		51.125,46	442.083,91
		442.083,91	

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

$$PRC = 1 \quad \frac{62674,25 - 37779,31}{39209,66}$$

PRC = 1,63

			1	**Años**
0,63	*** 12 =**	7,62	**7**	**Meses**
0,62	*** 30 =**	18,57	**18**	**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 65
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 63,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 64,00%	VAN MAYOR
0			62.674,25		62.674,25
1	37.779,31	0,6134969325	23.177,49	0,6097560976	23.036,16
2	39.209,66	0,3763784862	14.757,67	0,3718024985	14.578,25
3	40.672,91	0,2309070468	9.391,66	0,2267088406	9.220,91
4	40.183,19	0,1416607649	5.692,38	0,1382370979	5.554,81
5	43.630,41	0,0869084447	3.791,85	0,0842909134	3.677,65
6	45.306,26	0,0533180642	2.415,64	0,0513968984	2.328,60
7	44.880,46	0,0327104689	1.468,06	0,0313395722	1.406,53
8	48.693,30	0,0200677723	977,17	0,0191094952	930,50
9	50.602,95	0,0123115168	623,00	0,0116521312	589,63
10	51.125,46	0,0075530778	386,15	0,0071049581	363,24
			6,83		**-987,96**

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

$$TIR = 63 + 1{,}00 \left(\frac{6{,}83}{994{,}79} \right)$$

$$TIR = 63 + 1{,}00 \left(0{,}01 \right)$$

$$TIR = 63 + 0{,}01 \left(\right.$$

TIR = 63,01 %

La TIR para el presente proyecto es de 63,01%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (15%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

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.

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

CUADRO 66
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	103395,24	0,8695652174	89908,90	165432,38	0,8695652174	143854,25
2	107134,73	0,7561436673	81009,25	171415,57	0,7561436673	129614,80
3	110813,11	0,6575162324	72861,42	177300,98	0,6575162324	116578,27
4	114663,24	0,5717532456	65559,08	183461,18	0,5717532456	104894,53
5	118692,25	0,4971767353	59011,02	189907,59	0,4971767353	94417,64
6	122907,58	0,4323275959	53136,34	196652,13	0,4323275959	85018,14
7	127316,99	0,3759370399	47863,17	203707,19	0,3759370399	76581,08
8	131928,56	0,3269017738	43127,68	211085,70	0,3269017738	69004,29
9	136750,69	0,2842624120	38873,08	218801,10	0,2842624120	62196,93
10	141792,13	0,2471847061	35048,85	226867,41	0,2471847061	56078,15
			586.398,80			938.238,07

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

$$R\ (B/C) = \frac{938238,07}{586398,80}$$

R (B/C) = 1,60 Dólares

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.60) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.60 centavos de utilidad.

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 37,5% en los costos y una disminución del 23,4% 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.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 37,5% y 23,4% respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

FÓRMULAS:

Diferencia de TIR = **TIR del Proyecto – Nueva TIR**

$$\text{\% de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

CUADRO 67
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 37,5 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 37,50%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						62.674,25		62.674,25
1	103.395,24	142.168,46	165.432,38	23.263,93	0,7246376812	16.857,92	0,7194244604	16.736,64
2	107.134,73	147.310,26	171.415,57	24.105,31	0,5250997690	12.657,70	0,5175715543	12.476,23
3	110.813,11	152.368,03	177.300,98	24.932,95	0,3805070790	9.487,16	0,3723536362	9.283,87
4	114.663,24	157.661,95	183.461,18	25.799,23	0,2757297674	7.113,62	0,2678803138	6.911,11
5	118.692,25	163.201,84	189.907,59	26.705,76	0,1998041792	5.335,92	0,1927196502	5.146,72
6	122.907,58	168.997,92	196.652,13	27.654,21	0,1447856371	4.003,93	0,1386472304	3.834,18
7	127.316,99	175.060,87	203.707,19	28.646,32	0,1049171284	3.005,49	0,0997462089	2.857,36
8	131.928,56	181.401,77	211.085,70	29.683,93	0,0760269046	2.256,78	0,0717598625	2.130,11
9	136.750,69	188.032,19	218.801,10	30.768,90	0,0550919599	1.695,12	0,0516258004	1.588,47
10	141.792,13	194.964,18	226.867,41	31.903,23	0,0399217100	1.273,63	0,0371408636	1.184,91
						1.013,02		**-524,64**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 38,00 + 1,00 \left(\frac{1013,02}{1537,66} \right) = \mathbf{38,66\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 63,01 - 38,66 = 24,35 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 24,35 / 63,01 = 38,64%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 38,64 / 38,66 = **0,999**

ANÁLISIS: El resultado determina que la empresa soporta hasta un 37,50% de incremento en los costos, ya que su coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad.

CUADRO 68
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 23,4 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 23,40%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						62.674,25		62.674,25
1	103.395,24	126.721,21	165.432,38	23.325,97	0,7246376812	16.902,87	0,7194244604	16.781,27
2	107.134,73	131.304,33	171.415,57	24.169,60	0,5250997690	12.691,45	0,5175715543	12.509,50
3	110.813,11	135.812,55	177.300,98	24.999,44	0,3805070790	9.512,46	0,3723536362	9.308,63
4	114.663,24	140.531,26	183.461,18	25.868,03	0,2757297674	7.132,58	0,2678803138	6.929,54
5	118.692,25	145.469,22	189.907,59	26.776,97	0,1998041792	5.350,15	0,1927196502	5.160,45
6	122.907,58	150.635,53	196.652,13	27.727,95	0,1447856371	4.014,61	0,1386472304	3.844,40
7	127.316,99	156.039,71	203.707,19	28.722,71	0,1049171284	3.013,50	0,0997462089	2.864,98
8	131.928,56	161.691,64	211.085,70	29.763,08	0,0760269046	2.262,80	0,0717598625	2.135,79
9	136.750,69	167.601,64	218.801,10	30.850,95	0,0550919599	1.699,64	0,0516258004	1.592,71
10	141.792,13	173.780,44	226.867,41	31.988,31	0,0399217100	1.277,03	0,0371408636	1.188,07
						1.182,85		**-358,91**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 38{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{1182{,}85}{1541{,}76} \right) = \mathbf{38{,}77\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 63,01 - 38,77 = 24,24 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 24,24 / 63,01 = 38,47%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 38,47 / 38,77 = **0,999**

ANÁLISIS: El resultado determina que la empresa soporta hasta un 37,50% de incremento en los costos, ya que su coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad.

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 30.741 unidades de Aceites Hidratantes de 250 gramos, sobre la cual la empresa se encuentra con una capacidad de cobertura del 60% 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 Sur de la ciudad de Loja, en el Barrio La Pradera, Calles Eduardo Kigman y Helechos.

- 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 $150.634,70, por lo que el proyecto demuestra su viabilidad. La recuperación de la inversión, requerirá de un tiempo de 1 año, 7 meses y 18 días (PRC). La tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingreso con la inversión inicial (TIR), es de 63,01%, 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 $1.60, es decir que por cada dólar invertido, se obtendrá $0.60 de utilidad. El incremento del 37,5% y el decremento del 23,4% 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 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

- ALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999.

- BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

- BARNARD Y COLLI, JC LEWANDUEWKI, D.L. SUAREZ JOSE, "Diccionario Económico Financiero", 4 edición. Mostotes. Madrid. España 1995. ISBN.

- ELNICK JULIO, "Manual de Proyectos de Desarrollo Económico", Naciones Unidas, México D: F: Mx. A988.

- ITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. CARLOS, "Fundamentos de Administración Financiera", Harla. México D. F.1989.

- JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

- MANUEL PASACA MORA, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Loja

- PAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Chile, 1998

- STONER A. F. JAMES, "Administración", Madrid 1985

k. ANEXOS

ANEXO 1: Proyecto Aprobado

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

Proyecto de Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial

AUTORA:

GABRIELA MARITZA MORA COSTA

Loja – Ecuador

2014

a. TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

b. PROBLEMÁTICA

El desarrollo empresarial de nuestro país, y más aún en la Región Sur es reducido, debido a varios aspectos: la falta de infraestructura básica, la gran distancia de los centros de consumo o mercados, créditos a muy altos intereses, mal manejo del Sistema Financiero Nacional sobre los avances tecnológicos y la posición geográfica de la zona, lo que ha afectado al crecimiento del empleo de la mano de obra y por ende la productividad.

En la ciudad de Loja, existe escasa creación de empresas debido a la falta de una adecuada investigación de estudios de inversión los mismos que garantizan a través de estrategias y planes un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial, a la pobre visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de aprovechamiento de los recursos.

En la ciudad de Loja si existe la materia prima necesaria la misma que se produce todo el año, la cual no es aprovechada en su totalidad, por la falta de explotación de lavanda y manzanilla, falta de visión empresarial, o de gente emprendedora, lamentablemente no existe una empresa dedicada exclusivamente al procesamiento y comercialización de lavanda y manzanilla que se convierte en

aceite hidratante para el cuerpo; además, la población no conoce las características saludables que les ofrece lavanda y manzanilla ya que este produce una sensación de relajamiento único, al aprovechar este producto se estará creando fuentes de trabajo, lo que determina mayores ingresos tanto para los trabajadores como para los empresarios emprendedores, determinado un mejor desarrollo social, este producto de aceite hidratante no es producido en la ciudad de Loja, lo que se comercializa en la ciudad de Loja son de precios altos ya que provienen de otras provincias como de Quito y Guayaquil; por ello, es imperiosa la necesidad de implementar esta empresa ya que generaría fuentes de trabajo y se aprovecharía la materia prima existente en nuestro medio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

‘‘LA NO EXISTENCIA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA, NO PERMITE CREAR EMPRESA PARA FOMENTAR FUENTES DE TRABAJO, QUEDANDO UN MERCADO INSATISFECHO, POR TAL RAZÓN SE DEBE FOMENTAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE”.

c. JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

El presente proyecto de inversión se justifica Académicamente ya que es un requisito para la obtención al Título de Ingeniera Comercial, con los conocimientos adquiridos durante los cinco años de estudio para la formación profesional que esté de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad, he creído necesario la realización de un Proyecto que permita como egresada aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la Carrera y obtener resultados reales que reforzarán la formación académica, y profesional futura así como asegurarán el éxito en la realización de futuras investigaciones.

Además se pretende que este proyecto se constituya en un fuente de información para posteriores investigadores o emprendedores, interesados en establecer empresas.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

A través del presente proyecto se estudiará y analizará la situación actual del mercado y los problemas sociales que los aquejan brindando alternativas que cubran sus necesidades con la finalidad de mejorar la calidad de vida y así generar un desarrollo social sostenible, además de ser un aporte para la sociedad, servirá como creadora de fuentes de trabajo hacia la sociedad que tanto lo necesita.

JUSTIFICACIÓN POLÍTICA

La situación política que ha vivido el Ecuador en los últimos 20 años ha sido de un clima de inestabilidad el mismo que no permite el desarrollo de proyectos de largo plazo, incide en el mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos, así como de los que habitamos en la provincia de Loja.

Frente a este panorama es importante la adopción de políticas encaminadas al fortalecimiento del sector de servicios, a fin de mejorar la calidad de vida de las personas e aportar con una base sostenible en el pago de impuestos.

d. OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite hidratante y su comercialización en la ciudad de Loja.

ESPECÍFICOS

- Realizar una segmentación del mercado de la ciudad de Loja
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- Diseñar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio.
- Elaborar un modelo de organización administrativa para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Realizar un Estudio Económico Financiero, que permita determinar la inversión del proyecto y los presupuestos.
- Realizar la evaluación financiera de la empresa, para determinar el TIR, el VAN, la RB/C, el PRC, el Análisis de Sensibilidad y determinar la vialidad del proyecto.

e. MARCO TEÓRICO

MARCO REFERENCIAL

ACEITES HIDRATANTES

"Los aceites corporales incorporan, además de aceites vegetales, como el aceite natural de aguacate o el de jojoba, una combinación de sustancias hidratantes que protegen eficazmente la piel contra la pérdida de humedad. Están enriquecidos por principios activos calmantes y vitaminas anti envejecimiento, como la A y la E.[47]

UTILIZACIÓN

Al no ser grasos, estos productos se pueden colocar justo antes de vestirse o antes de ir a dormir y de meterse en la cama, sin riesgo de manchar la ropa o las sábanas.

Se vierte una pequeña dosis en la palma de la mano y se hace un masaje ascendente con delicados movimientos circulares de las manos. Para activar la circulación de la sangre, se debe empezar siempre por los pies e ir subiendo por las piernas, muslos, tronco y brazos.

[47] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

Es conveniente reaplicar el producto sobre las zonas más ásperas y resecas (rodillas, codos, tobillos, talones). De esta manera, se asegura una hidratación perfecta en todo el cuerpo.

Por último, en caso de pieles muy secas, se pueden aplicar los aceites antes de entrar en la bañera. Con esta acción, se crea una barrera que protege la piel del agua caliente y se evita, así, una mayor deshidratación. Después del baño, se debe repetir la aplicación."[48]

MARCO TEORICO

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD.

DEFINICIÓN.

"Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor (Y>) que la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) , el Costo de Oportunidad de la Inversión (CO), o el Costo del Capital (CK)".(MPM).

TIO = Mejor tasa de interés a que se puede colocar el capital.

---

[48] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

CO = Tasa de rendimiento que ofrece una inversión alternativa

CK = Tasa de interés que se paga por un crédito que financia la inversión.

La tasa de interés de oportunidad está representada por la tasa más alta de rendimiento a que se podría colocar el dinero en una institución financiera. El costo de oportunidad de la inversión significa la tasa de rendimiento más alto que se podría conseguir al colocar el dinero en otra inversión alternativa. El costo de capi- tal representa la tasa de interés a que se consigue el dinero que financia la inversión, es decir el costo por el préstamo de dinero.

"Es la decisión de utilizar los recursos escasos, con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción de bienes o la prestación de servicios, surge por la presencia de una necesidad o para aprovechar una oportunidad".[49]

"Es un proceso de análisis al que se someten las propuestas de inversión para determinar la conveniencia o no de emprender una acción de inversión específica".[50]

Un proyecto se lo debe considerar como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que esta forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de

[49] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición
[50] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

desarrollo. El proyecto es el camino o mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos, que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse; cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar la mejor.

2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación MICRO Y MACRO y el mercado o región que afectara, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.[51]

3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iníciales y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.

4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quién cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto

EL CICLO DE LOS PROYECTOS.

Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades que se inician con su definición y delimitación para luego de su evaluación aprobar

[51] Eurosidente, ECUADOR ECONÓMICO, Paulo Santana, Wikipedia, 2010, Primera Edición

el proyecto que será ejecutado posteriormente y que será sometido al final de su vida útil a una evaluación ex-post y post-posterior (post-morten para algunos autores), con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos.

Al hablar del ciclo de un proyecto se presentan algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades. Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrado todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión.

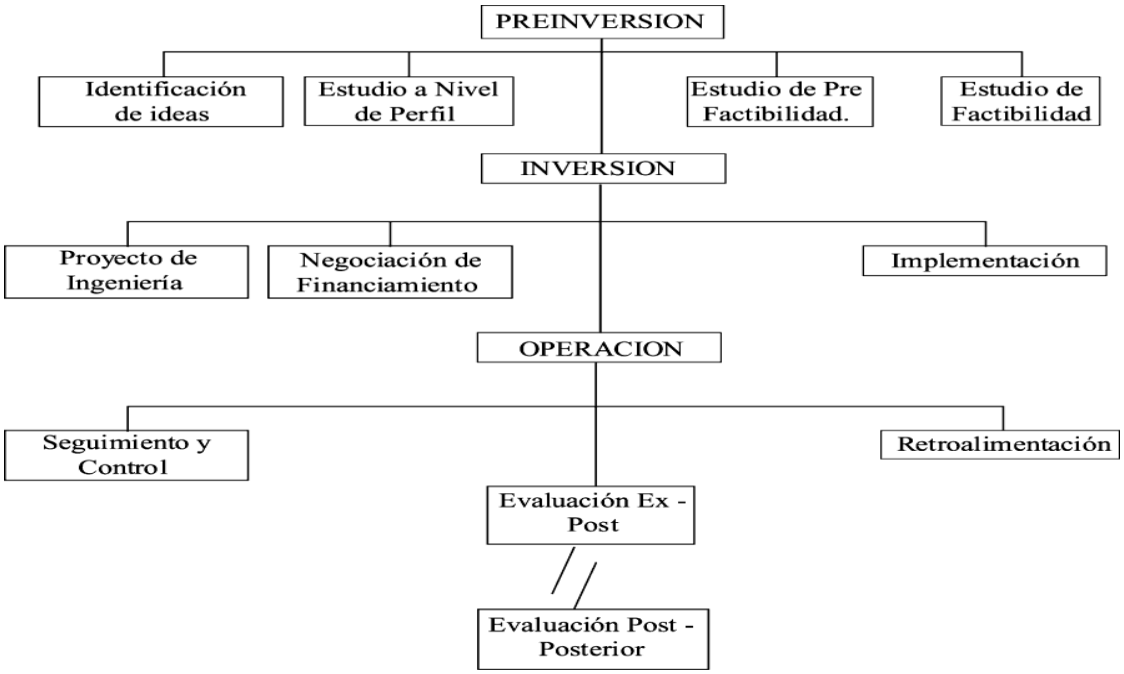
El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.[52]

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

CICLO DE PROYECTOS



FUENTE: BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

ETAPA DE PREINVERSIÓN.

Se constituye por la formulación y evaluación ex-ante, se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión.

Consiste en un proceso RETROALIMENTADOR de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc. La etapa tiene por objeto definir y optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento, etc.

Hay que resaltar que en esta etapa el proceso de RETROALIMENTACION permite una progresiva profundización de la información y de aumento en la certidumbre en la selección de alternativas.[53]

La etapa de preinversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

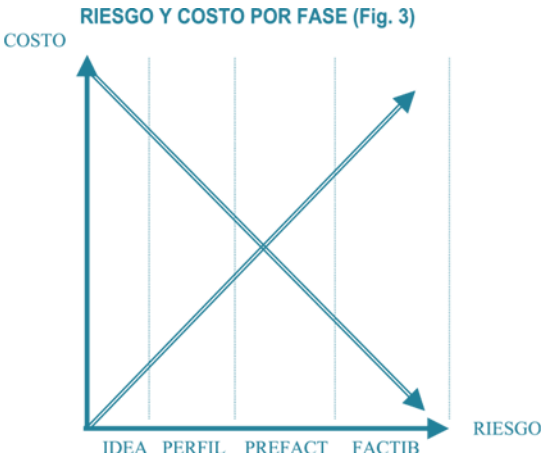
- Identificación de idea.
- Perfil.
- Prefactibilidad.
- Factibilidad.

Los estudios efectuados en cada fase de la etapa de pre - inversión se convertirán en insumos de la misma formulación y evaluación del proyecto, los resultados de la evaluación mostrarán el camino más indicado para el desarrollo del ciclo del proyecto, teniendo como alternativas:

- Continuar a la siguiente fase.
- Retroceder o detener dentro de la etapa de preinversión.
- Suspender la etapa de preinversión y descartar el proyecto.

Este manejo asegura que cada vez que se decide invertir más recursos y tiempo en la formulación del proyecto se hace con base en evaluaciones sucesivas que señalan la bondad de continuar con la iniciativa.[54]

[53] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición
[54] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición



Como puede observarse en la fig. 3, a medida que se profundiza en las fases de estudio del proyecto, el riesgo disminuye pero los costos aumentan debido justa- mente al tiempo y recursos necesarios para estudios más avanzados.

FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

La selección de la alternativa que se transformará en proyecto y la decisión sobre la conveniencia de ejecutarla involucra una serie de fases. El grado de complejidad que alcanzan los estudios dentro de la preinversión está asociado a la etapa y depende de la complejidad y costo del proyecto. Al interior de la etapa de preinversión se distinguen las siguientes fases: Identificación de la idea, estudio a nivel de perfil, estudio de prefactibilidad o proyecto preliminar, y estudio de factibilidad o proyecto definitivo.

Cada fase tiene como objetivo decidir pasar a la etapa siguiente, detener o dar por finalizado el estudio en la etapa realizada ya que en ese punto se alcanzó el nivel de detalle requerido para tomar la decisión de ejecutar el proyecto o abandonarlo definitivamente. A través de las fases se clarifica el problema a solucionar, los satisfactores a producir, las opciones tecnológicas apropiadas con sus respectivos costos y beneficios. Estas fases se convierten en un proceso sistemático para lograr certidumbre donde

la complejidad de los proyectos, la confiabilidad y pertinencia de los antecedentes utilizados debe respaldar la decisión de abandonar la idea, postergar su estudio o profundizar su análisis.

Identificación de Ideas Básicas de Proyectos.

Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las Formaciones Económico Sociales (FES), el hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con diversa calidad de satisfacción, y son precisamente las calidades de la satisfacción las que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que haga mejorar su nivel de vida.[55]

A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción. Un proyecto de inversión puede tener su origen en necesidades insatisfechas o posibilidades de aprovechar oportunidades específicas derivadas de otros proyectos.

Para considerar la satisfacción de una necesidad es imprescindible que se considere aspectos fundamentales como: cantidad, calidad, precio y beneficio ya que no siempre un bien o servicio cubrirá estos requerimientos.

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

El planteamiento básico del problema radica en su identificación, señalando su delimitación sobre los posibles beneficiarios y la calidad de satisfactores posibles para el problema.[56]

Estudio a Nivel Perfil.

Esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto. El aspecto fundamental radica en la identificación de beneficios y costos resultantes de las alternativas seleccionadas, sin dejar de considerar que es conveniente incurrir en costos adicionales para obtener y precisar la información requerida. En síntesis, los estudios a nivel de perfil utilizan los recursos propios de quien plantea la ejecución de una iniciativa específica.

El estudio a nivel de perfil debe contemplar un análisis preliminar de los aspectos técnicos, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico y la evaluación.

En esta instancia es fundamental la calidad de la información por cuanto de ella depende reducir la incertidumbre, sin incurrir en costos adicionales, la calidad de ella permitirá plantear posibilidades técnicas que avalen convincentemente las propuestas de inversión.

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

De acuerdo con el resultado del estudio a nivel de perfil, será posible optar por profundizar ciertos aspectos específicos que requiera el proyecto. Cuando el nivel de confianza alcanzado en los resultados del estudio se estima aceptable, es factible realizar el proyecto con los recursos disponibles o también puede ser el caso de paralizar o abandonar totalmente la ejecución del proyecto.[57]

Estudio de Prefactibilidad o Proyecto Preliminar.

En esta instancia se profundiza los estudios realizados a nivel de perfil. Se analiza en mayor detalle las alternativas que a nivel de perfil se estimó como viables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas.

La evaluación a éste nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos.

La alternativa seleccionada puede ser afectada por factores institucionales y legales, debiendo incorporarse las condicionantes técnicas de tamaño y localización.

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

La alternativa escogida corresponde a aquella que se considera la mejor y que en la etapa siguiente debe ser evaluada con mayor precisión, al igual que en las fases anteriores es posible que los resultados de éste estudio planteen ejecutar el proyecto, postergarlo o abandonarlo definitivamente.

Estudio de Factibilidad.

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior. Se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla. A la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obra física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.[58]

La etapa de preinversión es una lucha contra la incertidumbre para la asignación de recursos ya que al haberse detectado una necesidad es necesario destinar recursos para realizar estudios que permitan clarificar con precisión el problema existente, habrá que destinar luego nuevos recursos para delimitar la alternativa planteada con un alto grado de confiabilidad hasta reducir la incertidumbre a un mínimo tal que permita tomar la decisión de invertir.

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

ETAPA DE INVERSION.

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

Proyectos de Ingeniería.

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de preinversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos detallados, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto. Se pro- graman las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.[59]

Negociación del Financiamiento.

Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, período de gracia,

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

comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.

Implementación.

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.[60]

ESTUDIO DEL MERCADO

DEFINICION

Naresh Malhotra, clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

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

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta (como plantea el autor Geoffrey Randall). Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad, de consumo.

Sin embargo, e independientemente de la corriente acerca de su clasificación y sinónimos, es importante que el mercadólogo tenga en cuenta lo siguiente: Un estudio de mercado es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarle a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de ventas (para 1 año, 1 semestre o una temporada específica) el mercadólogo necesita conocer el tamaño actual del mercado meta, y para ello, necesita realizar un estudio de mercado que le permita obtener ese importante dato...

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta lógico afirmar que los mercadólogos deben tener buen conocimiento acerca de lo que es un estudio de mercado y cómo realizarlo. Pero, considerando que ese es un tema amplio, en el presente artículo se brinda respuestas concisas (a modo de referencia o punto de partida) a tres preguntas básicas pero fundamentales: 1) ¿Qué es el estudio de mercado o cuál es su definición?, 2) ¿qué tipos de estudios de mercado existen? y 3 ¿cuál es el proceso de un estudio de mercado?.

DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO:

A continuación, veamos algunas propuestas de reconocidos expertos:

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".
- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".
- Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de estudio de mercado: "Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"[61]

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

TIPOS DE ESTUDIOS DE MERCADO:

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- Estudios cualitativos: Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.

  Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

- Estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud.

  Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).[62]

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

EL PROCESO DEL ESTUDIO DE MERCADO:

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

5. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

6. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

7. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
    - Investigación basada en la observación
    - Entrevistas cualitativas
    - Entrevista grupal
    - Investigación basada en encuestas
    - Investigación experimental

8. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y

conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio[63]

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

El análisis de la demanda busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.[64]

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

[63] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición
[64] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

Por su cantidad, de acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:

d. Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

e. Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

f. Demanda Efectiva.- La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo .

Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Por su oportunidad, en cuanto a calidad y cantidad puede clasificarse en:

c. Demanda insatisfecha, en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.
d. Demanda satisfecha, en la cual lo que se produce es exacta- mente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

Por el destino que tiene se clasifica en:

c. Demanda final, cuando el producto es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.
d. Demanda intermedia, cuando el producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.

Por su permanencia en el mercado.

c. Demanda continua. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.
d. Demanda temporal, ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias. [65]

Por su importancia.

c. De productos necesarios, el mercado requiere para su desarrollo armónico: Ej. Vestido.
d. De productos suntuarios, responde a gustos y preferencias especiales. Ej. Perfumería.

Para estimar o proyectar la demanda se puede utilizar los siguientes métodos según sean las condiciones:

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

- Regresión lineal.- Este método indica la forma como se relacionan las variables,
- Tendencia histórica.- Cuando no se conoce valores de una serie de tiempo. Se toma como referente un dato inicial y un dato final.

ESTUDIO DE LA OFERTA.

"La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado".[66]

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

---

[66] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

Clases de oferta: Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

- De libre mercado, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- Oligopólica, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- Monopólica, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.[67]

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como “el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor”. [68]

[67] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

[68] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes:[69]

a) Para productos industriales.

- Productor – Usuario Industrial: Cuando el productor vende directamente al usuario.
- Productor – Distribuidor Industrial Usuario Industrial: Se utiliza cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.
- Productor – Agente – Distribuidor – Usuario Industrial. – Se da normalmente cuando no es posible al productor cubrir geográficamente los mercados; este agente cumple las veces del productor pero obliga a incrementar el precio del producto.

b) Para productos de consumo popular. Productores - Consumidores. Cuando el consumidor acude directa- mente al productor para adquirir el producto. Es el canal más rápido de comercialización.

- Productor – Minorista Consumidor – El objetivo básico de este canal es que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.

[69] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor. Se utiliza este canal cuan- do se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.
- Productor – Agente – Mayorista – Minorista – Consumidor- Se utiliza para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción, es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: cómo, dónde, cuándo y con que producirá mi empresa en este estudio se pretende diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o servicio.[70]

[70] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

El estudio técnico determina la necesidad de capital y mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, de ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo. La estimación de los costos del proyecto son parte importante en el desarrollo de los proyectos de inversión, tanto por su efecto en la determinación de la rentabilidad del mismo como por su variedad de elementos que condicionan el estudio financiero.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calcularon y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de ingresos por venta.

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir e un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que está formulando. El estudio del tamaño comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio proyecto, lo cual lleva implícito el análisis del tamaño óptimo, localización, proceso productivo, programa de producción, insumos requeridos, disponibilidad y el costo de los mismos, características de los equipos de proceso básico e instalaciones físicas que conviene detallar, cuantificar y determinar su costo.

El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el número de empleos generados, el área física ocupada, participación en el mercado, niveles de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región.[71]

- **CAPACIDAD TEÓRICA,** corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.
- **CAPACIDAD INSTALADA,** es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.

[71] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **CAPACIDAD UTILIZADA,** es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.
- **RESERVAS,** consiste en la capacidad de producción que no es utilizada normalmente en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.
- **CAPACIDAD FINANCIERA,** en un proyecto es necesario determinar la capacidad para financiar la inversión, pudiendo ser con capital propio o mediante crédito, por ende es importante conocer el mercado financiero. Al no lograr conseguir el financiamiento para la inversión la fase de implementación podría efectuarse por etapas.[72]
- **CAPACIDAD ADMINISTRATIVA,** el Talento Humano hace posible el funcionamiento eficiente de una empres, lo que implica tener el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

El éxito en los negocios tiene su base en la combinación de habilidad y conocimiento administrativo para lograr metas de operación y resultados óptimos en los negocios. Para la fase de operación de una empresa no solamente debe asegurarse que se cuente con el número de personal necesario, sino también que este sea al más idóneo para cada puesto de trabajo.[73]

[72] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

[73] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

LOCALIZACIÓN

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. Las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes, en algunas empresas solo lo toman una vez en su historia, como es en el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares, etc., para otras en cambio es mucho más habitual como bancos, cadena de tiendas, etc. , y por lo que se ve la decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

La localización adecuada de la empresa que se creara con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso, de preferencia emocionales. Con todos ellos se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

- **MICROLOCALIZACIÓN,** tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.
- **MACROLOCALIZACIÓN,** abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio operara.

- **FACTORES DE LOCALIZACIÓN,** son aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto[74]

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el conocimiento científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajo de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución

- **COMPONENTE TECNOLÓGICO,** Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que

[74] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

este acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el pro- ceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.[75]

- **INFRAESTRUCTURA FÍSICA,** Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

- **DISTRIBUCIÓN EN PLANTA,** corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

[75] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

6. Integración total, consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
7. Mínima distancia de recorrido, al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible al manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
8. Utilización del espacio cúbico, aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
9. Seguridad y bienestar para el trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución
10. Flexibilidad, se debe obtener una distribución fácilmente reajustable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.[76]

Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, como lo es la maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento y otros e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos.

[76] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **PROCESO DE PRODUCCIÓN,** es la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de mano de obra, maquinaria, materias primas, sistemas y procedimientos de operación). Los elementos esenciales de todo proceso productivo son:

Los factores o recursos: en general, toda clase de bienes o servicios económicos empleados con fines productivos;

Las acciones: ámbito en el que se combinan los factores en el marco de determinadas pautas operativas, y

Los resultados o productos: en general, todo bien o servicio obtenido de un proceso productivo.

La producción abarca a los cambios de modo, tiempo, de lugar o de cualquier otra índole, provocados en los factores con similar intencionalidad de agregar valor.[77]

✓ **DISEÑO DEL PRODUCTO,** El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción

[77] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene: Presentación, Unidad de medida, Tiempo de vida, etc.

- ✓ **FLUJOGRAMA DEL PROCESO,** constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo- gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.[78]

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO

El estudio de organización no es suficientemente analítico en la mayoría de los casos, lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión inicial como de los costos de administración. En la fase de anteproyecto no es necesario profundizar totalmente el tema, pero cuando se lleve a cabo el proyecto definitivo, se recomienda encargar el análisis a empresas

[78] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004.

especializadas, aunque esto dependerá del tamaño de la empresa y su estructura de organización.

Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución legal trámites gubernamentales, compra de terreno, construcción de edificio (o su adaptación), compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, contratos escritos con clientes, pruebas de arranque, consecución del crédito más conveniente, entre otras muchas actividades iniciales, mismas que deben ser programadas, coordinadas y controladas.[79]

Debe aclararse que sería erróneo diseñar una estructura administrativa permanente. Ésta es tan dinámica como lo es la propia empresa. Si al crecer esta última se considera más conveniente desistir de ciertos servicios externos, lo mejor será hacerlo así y no pensar en la permanencia de las estructuras actuales, diseñadas para cierto estado temporal de la empresa. Es decir se debe dotar a la organización de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa.

No hay que olvidar que mientras en algunas empresas pequeñas las actividades como la selección del personal y contabilidad las realizan entidades externas, en las grandes empresas existen departamentos de planeación, investigación y desarrollo, comercio internacional y otros. Lo que

[79] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

esas empresas grandes indican es que al ir creciendo, les resultó más conveniente absorber todos los servicios externos en vez de contratarlos, pero eso sólo fue posible gracias a una estructura flexible y fácilmente adaptable a los cambios.

El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente de la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar de esta forma cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para esto será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades requeridas para asumir los deberes y responsabilidades que le corresponden.[80]

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- **Acta constitutiva,** es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

[80] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

- **La razón social o denominación,** es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- **Domicilio,** toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad,** al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social,** es necesario indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.[81]
- **Tiempo de duración de la sociedad,** toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- **Administradores,** la administración general debe ser delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

[81] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.[82]

Niveles jerárquicos de autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo-Directivo,** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan

[82] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

- **Nivel Ejecutivo,** conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombra- do por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

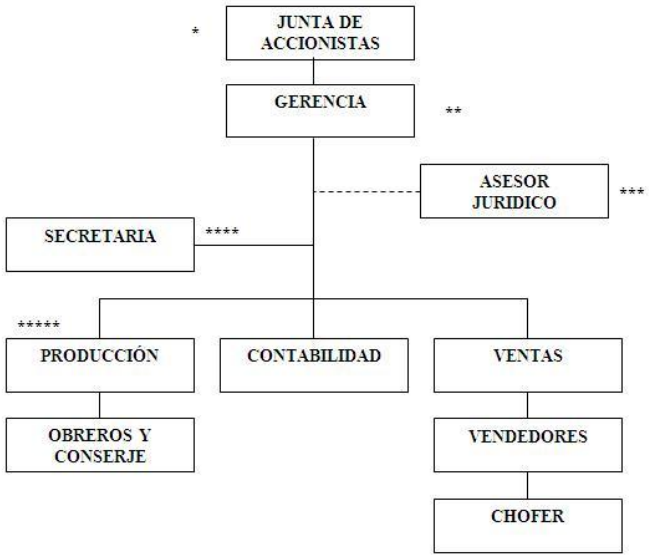
- **Nivel asesor,** constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de Apoyo,** se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo,** conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.[83]

[83] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

ORGANIGRAMAS



Los organigramas, son la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría**.**

- **Organigrama Estructural.-** Representa el esquema básico de una organización, permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

- **Organigrama de Posición.-** Nos permite representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

MANUALES

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, etc.). Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.[84]

Entre los tipos de manuales más utilizados se encuentran:

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, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los

[84] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

Manual de Organización, es la versión detallada por escrito de la organización formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad, responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Estos manuales contienen información detallada referente a los antecedentes, legislación, atribuciones, estructura orgánica, funciones organigramas, niveles jerárquicos, grados de autoridad y responsabilidad, así como canales de comunicación y coordinación de una organización. También incluyen una descripción de puestos cuando el manual se refiere a una unidad administrativa en particular.

Manual de Políticas, es la descripción detallada de los lineamientos a ser seguidos por los ejecutivos en la forma de decisiones para el logro de los

objetivos, facilitando la descentralización, al suministrar a los niveles intermedios los lineamientos claros a ser seguidos en la toma de decisiones.

Manual de Normas y Procedimientos, es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa de la empresa, como la enunciación de normas de funcionamiento básicas a los cuales deberá ajustarse los miembros de la misma.

Manual de Políticas, Normas y Procedimientos, comprende los lineamientos que sirven de marco de referencia a la organización. Además, incluyen toda la información referente a la organización (antecedentes, estructura orgánica, funciones, organigramas, etc.). También, incluyen descripciones de cargos y constituyen un instrumento técnico que incorpora información importante sobre el uso de recursos materiales y tecnológicos para el desarrollo de los procedimientos, las actividades y tareas diarias.[85]

Manual para Especialistas, es aquel que agrupa normas, pautas e instrucciones de aplicación en forma específica a determinado tipo de actividades o tareas como por ejemplo: manual del vendedor o compendio de la secretaria. La preparación de este tipo de manuales por parte de la misma empresa es recomendable cuando el número de empleados que los utiliza es lo suficientemente grande como para justificarlo. El objetivo básico perseguido con su preparación, es el de entrenamiento y capacitación de

[85] SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 2004

empleados, como así servir también de elemento de consulta para la realización de las tareas asignadas.

Manual del Empleado, su objetivo es lograr una rápida asimilación de personal nuevo (inducción) así como también para posterior entrenamiento, este manual es especialmente útil para niveles intermedios u operativos.

Manuales de Finanzas, las responsabilidades del contralor y tesorero exigen de ellos que den instrucciones numerosas y específicas a todos aquellos que deben proteger en alguna forma los bienes de la empresa, para asegurar la comprensión de sus deberes en todos los niveles de la administración.

Manual de Calidad, enuncia la política de la calidad y que describe el sistema de calidad de una organización. Este manual puede estar relacionado con las actividades totales de una organización o con una parte seleccionada de estas.[86]

ESTUDIO FINANCIERO

"El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para

[86] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad".[87]

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de 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.

87 BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 103.

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

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 describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.[88]

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

[88] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.[89]

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

[89] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008, Pág. 100

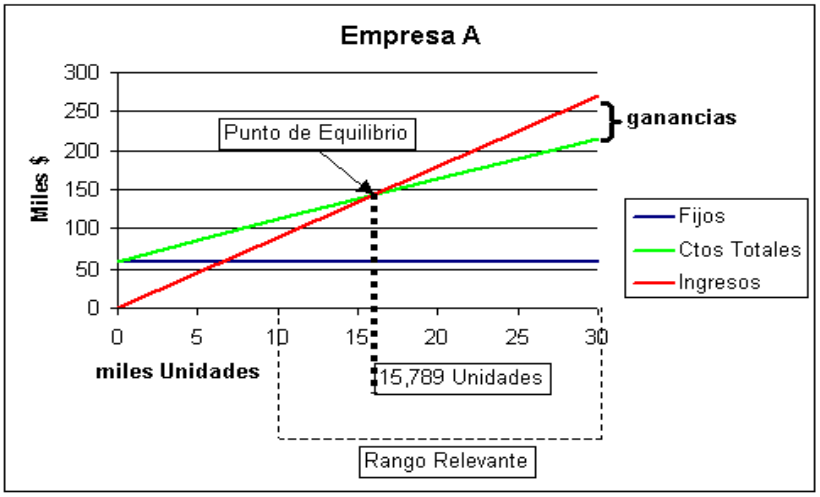
COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.[90]

PUNTO DE EQUILIBRIO.



FUENTE: BACA URBINA, Gabriel

[90] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

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.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor Actual Neto.- Trata sobre los montos actuales en el que se procede a determinar si el valor actual del flujo esperado puede justificar los desembolsos originales.

$$\textbf{VAN} = \sum FNA - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Valor TASA Interna de Retorno.- Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no. Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital se lo pude ejecutar.

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

Período de Recuperación de Capital- Permite conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

Relación Beneficio Costo.- Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos.

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

Análisis de Sensibilidad.- En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las 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. 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.[91]

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

[91] BACA, Urbina. Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, 2008.

f. METODOLOGÍA

La Metodología, hace referencia al conjunto de métodos y técnicas basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica o en una exposición doctrinal. En la presente investigación se utilizarán los siguientes:

MÉTODOS.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

En la investigación se investigará primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc. Para la empresa de producción de aceite hidratante.

MÉTODO INDUCTIVO.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegará a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

MÉTODO ESTADISTICO.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de un producto en el mercado lojano.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

TÉCNICAS.

Para el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de los datos se utilizarán técnicas como:

OBSERVACIÓN DIRECTA: Que permitirá determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también será realizada para obtener aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tendrá este tipo de producto en el mercado.

FICHAS MEMOTÉCNICAS: Las cuáles serán útiles para recolectar información extraída de fuentes bibliográficas y actividades propias de la observación, entrevista, etc.

ENCUESTA: Estas serán aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas serán aplicadas a la población económicamente activa de la ciudad de Loja ya que ellas son las que consumen aceite hidratante.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los usuarios en el mercado local, se fundamenta en la población económicamente activa de la ciudad de Loja que es de 56.215 personas información suministrada por el INEC, Censo de 2010, proyectado para 2013 con una tasa de crecimiento del 1,17% se obtiene 58.211.

Pf= Pa(1+i)^3

Pf= 56.215 (1+ 0,0117)^3

Pf= 58.211

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

$$n = \frac{58.211}{1 + (0.05)^2 (58.211)}$$

n = 397

g. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Presentación y aprobación del proyecto	■											
Recolección y Revisión de bibliografía		■										
Elaboración del proyecto de tesis			■									
Estudio de Mercado y técnico.				■								
Estudio Organizacional					■	■						
Estudio Financiero.							■					
Elaboración e impresión de los resultados								■	■			
Revisión y corrección del borrador										■		
Audiencia del borrador – correcciones											■	
Audiencia pública de grado												■

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS HUMANOS

- Aspirante (Gabriela Mora)
- Director de Tesis
- Población: comprendida en la económicamente activa

RECURSOS MATERIALES

- Alquiler de equipo de computación, textos, suministros de oficina, como papel, lápiz, esferográfico, calculadora, etc., impresiones, copias, empastados.

RECURSOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Suministros y material de oficina	250
Gastos de movilización	260
Digitación e impresión de textos	150
Anillado y empastados	180
Borradores del proyecto	250
Copias y empastado final	160
Imprevistos 5 %	62,5
TOTAL	**1.313**

FINANCIAMIENTO

Para la elaboración, puesta en marcha y terminación del presente trabajo investigativo se requiere la cantidad de mil tres cientos trece dólares; los cuales estarán financiados con recursos propios de Gabriela Mora autora del presente trabajo, previo a optar el Título de Ingeniera Comercial.

i. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.
- ✓ BALLESTEROS, Enrique. 2002. **Técnico en Gestión**. Tomo I y II. Cultural S. A. Madrid- España.
- ✓ FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas.
- ✓ GOZNES, Antonio y GOXES, Maria de los Ángeles**. Biblioteca Práctica de Contabilidad.** Vol. 4. Ed. Grupo Océano.
- ✓ PASACA MORA, Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2004.
- ✓ REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 1982.
- ✓ SEWELL, Carl 1994. **Clientes para Siempre**. McGRAW- HILL INTERAMERICANA. S. A. México.

ANEXO 2

MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (MED)

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A POTENCIALES USUARIOS

Estimado amigo/a con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de la tesis de grado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja que tiene como tema: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE HIDRATANTE DE MANZANILLA PARA LA PIEL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"**, estoy interesada en el desarrollo de una investigación para lo cual, preciso de su información veraz y confiable. El proceso se llevara sin ocuparle demasiado de su tiempo.

DATOS GENERALES:

Edad del encuestado:……

SEXO:

MASCULINO ( ) FEMENINO ( )

¿De las siguientes cantidades, señale a cual corresponde el monto de sus ingresos económicos mensual?:

1- 400
401- 800
801-1200
1200 en adelante

DATOS ESPECÍFICOS

1. **¿Conoce usted la existencia de aceites hidratantes para la piel?**

   SI ( ) NO ( )

2. **Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Utiliza Ud. Aceites hidratantes para la piel?**

   SI ( ) NO ( )

3. **¿En dónde acostumbra a comprar los aceites hidratantes para la piel?**

   Las Fragancias ( )
   Tentazione ( )
   Yanbal ( )
   Avon ( )
   L´Exclusivite ( )

4. **¿Qué toma en cuenta Ud. Antes de comprar el producto?**

   PRECIO ( )
   CALIDAD ( )
   AROMA ( )
   INGREDIENTES ( )

5. **¿Cuál es su marca de aceite hidratante de preferencia?**

   ……
   ……
   ……
   ……

6. **¿Con qué frecuencia adquiere aceites hidratantes para la piel?**

   QUINCENAL ( )
   MENSUAL ( )
   TRIMESTRAL ( )
   SEMESTRAL ( )

7. ¿A qué precios compra Ud. Los aceites hidratantes para la piel?

250 gr. ( )
350 gr. ( )
500 gr. ( )

8. ¿Si se creara una empresa productora de aceites hidratantes de manzanilla para la piel en la ciudad de Loja estaría dispuesta a consumir o adquirir el producto?

SI ( ) NO ( )

9. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el producto?

RADIO ( )
PERIODICO ( )
TV ( )

10. ¿Cómo le gustaría la presentación del aceite hidratante de manzanilla para la piel?

250 Gr. ( )
300 Gr. ( )
500 Gr. ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIALIZADORES

PREGUNTA Nº 1

¿Indique el nombre de su establecimiento?

……

……

……

PREGUNTA Nº 2

¿Vende en su negocio aceites hidratantes para la piel?

SI ( ) NO ( )

PREGUNTA Nº 3

¿Cuáles son las marcas que vende en su negocio?

JHONSON´S	( )
YANBAL	( )
EUCERIN	( )
FEMME	( )
AVON	( )

PREGUNTA Nº 4

¿En qué presentación vende los aceites hidratantes para la piel?

250 Gr.	( )
300 Gr.	( )
500 Gr.	( )

PREGUNTA Nº 5

¿Cuál es el precio de venta al público por cada unidad de aceite hidratante?

Menos de $5,00	( )
$5,01 a $10,00	( )

$10,01 a $15,00	( )
$15,01 a $20,00	( )
Más de $20,00	( )

PREGUNTA Nº 6

Indique la cantidad de aceite hidratante que vende mensualmente.

Las Fragancias	( )
Tentazione	( )
Yanbal	( )
Avon	( )
L´Exclusivite	( )

ANEXO 3

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Aceite mineral	24.032	0,35	8.411,20
Aceite de Manzanilla	20178	0,32	6.456,96
Vitamina E	22014	0,33	7.264,62
TOTAL	**66.224**		**22.132,78**

Elaboración: La Autora

ANEXO 3 - A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	22.132,78
2	23.053,50
3	24.012,53
4	25.011,45
5	26.051,93
6	27.135,69
7	28.264,53
8	29.440,34
9	30.665,05
10	31.940,72

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 4

MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	340
13º Sueldo	28,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	44,23
IECE (0.50%)	1,7
SECAP (0.50%)	1,7
Vacaciones	14,17
Total	**458,46**
Número de empleados	2
Total Mensual	**916,92**
Total Anual	**11.003,08**

Fuente: La tablita del Contador 2014

Elaboración: La Autora

ANEXO 4 – A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	11.003,08
2	11.460,81
3	11.937,58
4	12.434,18
5	12.951,44
6	13.490,22
7	14.051,42
8	14.635,96
9	15.244,81
10	15.878,99

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 5

MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	Jefe de Producción
REMUNERACIONES	
Salario Básico	400
13º Sueldo	33,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	51,48
IECE (0.50%)	2
SECAP (0.50%)	2
Vacaciones	16,67
Total	**533,81**
Número de empleados	1
Total Mensual	**533,81**
Total Anual	**6.405,71**

Fuente: La tablita del Contador 2014

Elaboración: La Autora

ANEXO 5 – A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	6.405,71
2	6.672,19
3	6.949,75
4	7.238,86
5	7.540,00
6	7.853,66
7	8.180,37
8	8.520,68
9	8.875,14
10	9.244,34

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 6

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 13.300,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				10% DEPRECIACIÓN
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	13.300,00	1.330,00		11.970,00
1	11.970,00		1197	10.773,00
2	10.773,00		1197	9.576,00
3	9.576,00		1197	8.379,00
4	8.379,00		1197	7.182,00
5	7.182,00		1197	5.985,00
6	5.985,00		1197	4.788,00
7	4.788,00		1197	3.591,00
8	3.591,00		1197	2.394,00
9	2.394,00		1197	1.197,00
10	1.197,00		1197	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 7

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 450,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				10% DEPRECIACIÓN
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	450,00	45,00		405,00
1	405,00		40,5	364,50
2	364,50		40,5	324,00
3	324,00		40,5	283,50
4	283,50		40,5	243,00
5	243,00		40,5	202,50
6	202,50		40,5	162,00
7	162,00		40,5	121,50
8	121,50		40,5	81,00
9	81,00		40,5	40,50
10	40,50		40,5	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 8

DEPRECIACIÓN PARA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 2.650,00

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 3,33% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.650,00	88,25		2.561,76
1	2.561,76		853,9183333	1.707,84
2	1.707,84		853,9183333	853,92
3	853,92		853,9183333	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 9

DEPRECIACIÓN PARA SEGUNDOS EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 2.990,00

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 3,33% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.990,00	99,57		2.890,43
1	2.890,43		963,4776667	1.926,96
2	1.926,96		963,4776667	963,48
3	963,48		963,4776667	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 10

DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 500,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	500,00	50,00		450,00
1	450,00		45	405,00
2	405,00		45	360,00
3	360,00		45	315,00
4	315,00		45	270,00
5	270,00		45	225,00
6	225,00		45	180,00
7	180,00		45	135,00
8	135,00		45	90,00
9	90,00		45	45,00
10	45,00		45	0,00

ANEXO 11

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTAS

VALOR DEL ACTIVO: 3.215,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	3.215,00	321,50		2.893,50
1	2.893,50		289,35	2.604,15
2	2.604,15		289,35	2.314,80
3	2.314,80		289,35	2.025,45
4	2.025,45		289,35	1.736,10
5	1.736,10		289,35	1.446,75
6	1.446,75		289,35	1.157,40
7	1.157,40		289,35	868,05
8	868,05		289,35	578,70
9	578,70		289,35	289,35
10	289,35		289,35	0,00

ANEXO 12

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

VALOR DEL ACTIVO:	**910,00**			
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**			**10% DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	910,00	91,00		819,00
1	819,00		81,9	737,10
2	737,10		81,9	655,20
3	655,20		81,9	573,30
4	573,30		81,9	491,40
5	491,40		81,9	409,50
6	409,50		81,9	327,60
7	327,60		81,9	245,70
8	245,70		81,9	163,80
9	163,80		81,9	81,90
10	81,90		81,9	0,00

Elaboración: La Autora

ANXO Nº 13

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1806,00	180,60	1.625,40
2	1.625,40	180,60	1.444,80
3	1.444,80	180,60	1.264,20
4	1.264,20	180,60	1.083,60
5	1.083,60	180,60	903,00
6	903,00	180,60	722,40
7	722,40	180,60	541,80
8	541,80	180,60	361,20
9	361,20	180,60	180,60
10	180,60	180,60	0,00

FUENTE: Cuadro Nº 39

ANEXO 14

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Envases Plásticos 250 Mg.	7.332	0,54	3.959,28
Cajas full color	7.332	0,35	2.566,20
Etiquetas Adhesivas	7.332	0,024	175,97
Sellos adhesivos - seguridad	7.332	0,019	139,31
	TOTAL		**6.840,76**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

ANEXO 14 - A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	6.840,76
2	7.125,34
3	7.421,75
4	7.730,49
5	8.052,08
6	8.387,05
7	8.735,95
8	9.099,37
9	9.477,90
10	9.872,18

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 15

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria	Conserje Guardián	Contadora
REMUNERACIONES				
Salario Básico	520	380	340	410
13º Sueldo	43,33	31,67	28,33	34,17
14º Sueldo	28,33	28,33	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	65,97	49,06	44,23	52,68
IECE (0.50%)	2,6	1,9	1,7	2,05
SECAP (0.50%)	1,9	1,47	1,47	1,47
Vacaciones	21,67	15,83	14,17	17,08
Total	**683,80**	**508,26**	**458,23**	**545,79**
Número de empleados	1	1	1	1
Total Mensual	**683,80**	**508,26**	**458,23**	**545,79**
Total Anual	**8.205,65**	**6.099,16**	**5.498,78**	**6.549,45**

Fuente: La tablita del Contador 2014

Elaboración: La Autora

ANEXO 15-A

PROYECCIÓN PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	26.353,04
2	27.449,33
3	28.591,22
4	29.780,61
5	31.019,49
6	32.309,90
7	33.653,99
8	35.053,99
9	36.512,24
10	38.031,15

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 16

PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	7.458,00
2	7.768,25
3	8.091,41
4	8.428,01
5	8.778,62
6	9.143,81
7	9.524,19
8	9.920,40
9	10.333,09
10	10.762,94

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 17

PROYECCIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	2.640,00
2	2.749,82
3	2.864,22
4	2.983,37
5	3.107,48
6	3.236,75
7	3.371,40
8	3.511,65
9	3.657,73
10	3.809,89

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 18

PRESUPUESTO PERSONAL VENTAS

DESCRIPCIÓN	Jefe de Ventas	Vendedor
REMUNERACIONES		
Salario Básico	380	340
13º Sueldo	31,67	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	49,06	44,23
IECE (0.50%)	1,9	1,7
SECAP (0.50%)	1,9	1,47
Vacaciones	15,83	14,17
Total	**508,69**	**458,23**
Número de empleados	1	1
Total Mensual	**508,69**	**458,23**
Total Anual	**6.104,32**	**5.498,78**

Fuente: La tablita del Contador 2014

Elaboración: La Autora

ANEXO 18 A

PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	11.603,10
2	12.085,79
3	12.588,56
4	13.112,24
5	13.657,71
6	14.225,87
7	14.817,67
8	15.434,08
9	16.076,14
10	16.744,91

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 19

DEPRECIACIÓN INSTALACIONES Y ADECUACIONES

VALOR DEL ACTIVO: 10.000,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 20% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	10.000,00	2.000,00		8.000,00
1	8.000,00		800	7.200,00
2	7.200,00		800	6.400,00
3	6.400,00		800	5.600,00
4	5.600,00		800	4.800,00
5	4.800,00		800	4.000,00
6	4.000,00		800	3.200,00
7	3.200,00		800	2.400,00
8	2.400,00		800	1.600,00
9	1.600,00		800	800,00
10	800,00		800	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 20

DEPRECIACIÓN VEHICULO

VALOR DEL ACTIVO: 16.000,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	16.000,00	1.600,00		14.400,00
1	14.400,00		1440	12.960,00
2	12.960,00		1440	11.520,00
3	11.520,00		1440	10.080,00
4	10.080,00		1440	8.640,00
5	8.640,00		1440	7.200,00
6	7.200,00		1440	5.760,00
7	5.760,00		1440	4.320,00
8	4.320,00		1440	2.880,00
9	2.880,00		1440	1.440,00
10	1.440,00		1440	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 21

PROYECCIÓN COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	840,00
2	874,94
3	911,34
4	949,25
5	988,74
6	1.029,87
7	1.072,72
8	1.117,34
9	1.163,82
10	1.212,24

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 22

GLOSARIO DE FÓRMULAS

Pf= Pa(1+i)^n = Fórmula para proyectar la población de estudio

$n = \frac{N}{1+e^2 N}$ = Fórmula para determinar la muestra

DI = DE – O = Fórmula para calcular la Demanda Insatisfecha

VAN = ∑FNA - INVERSIÓN INICIAL = Valor Actual Neto

TIR = Tm + Dt (VAN menor)/VAN menor – VAN mayor = Tasa Interna de Retorno

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

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

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

ÍNDICE

- PORTADA i
- CERTIFICACIÓN ii
- AUTORIA iii
- CARTA DE AUTORIZACION iv
- DEDICATORIA v
- AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

c. INTRODUCCIÓN 9

d. REVISIÓN DE LITERATURA 12

e. MATERIALES Y MÉTODOS 63

f. RESULTADOS 68

g. DISCUSIÓN 85

h. CONCLUSIONES 185

i. RECOMENDACIONES 187

j. BIBLIOGRAFIA 189

k. ANEXOS 190