



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA”

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL**

AUTOR:

Paulo Cesar Carrión G.

DIRECTOR DE TESIS :

Ing. Cesar Neira

Loja – Ecuador

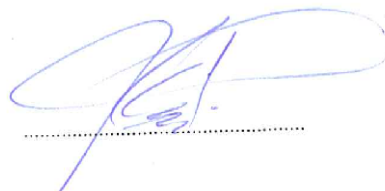
2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Cesar Neira, Director de tesis, y Catedrático de la carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica Social y Administrativa, de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICA:

Que la investigación titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA”** realizada por Paulo César Carrión Gualán, postulante a Ingeniero Comercial, reúne los requisitos de fondo y forma de acuerdo al reglamento del Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja; La misma que revisada en su estructura y contenido puede ser presentada para los trámites correspondientes

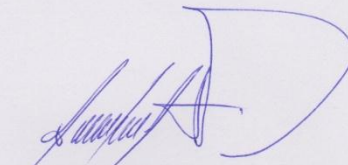


Ing. Msc. Cesar Neira

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Las ideas, criterios comentarios, análisis son de total responsabilidad del autor sin incluir conceptos o definiciones que has sido trasladados al presente proyecto:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Paulo Cesar Carrión G.', written in a cursive style.

Paulo Cesar Carrión G.

C.I.1104574171

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA
CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Paulo César Carrión Gualán declaro ser autor de la Tesis titulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE INFUSIONES DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA.** Como requisito para optar por el Grado de: **INGENIERIA 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 Tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 08 días del mes de Octubre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA

AUTOR: Paulo César Carrión Gualán

CÉDULA : 1104574171

DIRECCIÓN : Loja , Cdla. Epoca, calle Jamaica entre Francia y Hungría

CORREO ELECTRONICO: polth3_20@ Hotmail.com

TELÉFONO: CÉLULAR: 0980143952

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS : Ing. Msc. César Neira

TRIBUNAL DE GRADO : Ing. Msc. Ney Gallardo (**Presidente**)
Ing. Msc. Orlando Curimilma (**Vocal**)
Ing. Msc. Santiago Ludeña (**Vocal**)

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mi PADRE quien ha sido molde modelo y ejemplo de trabajo de responsabilidad y de esfuerzo, y a mi MADRE que ha sabido sembrar la semilla de los anhelos perseguidos y sueños cumplidos, con sus sintaxis en espíritu han forjado un destino en mi; Una meta mas por él y por ella .

PAULO CESAR CARRION G.

AGRADECIMIENTO

Hago un reconocido agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja , al Rector a sus directivos, administrativos , y empleados; A la Carrera de Administración de Empresas, a su coordinadores y a sus docentes particularmente al Ing. César Neira que con profesionalismo , templanza y sin egoísmo alguno ha sabido dirigirme en el desarrollo y culminación del presente proyecto.

El Autor

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA 2013”

b. RESUMEN

El presente proyecto se desarrollo en la Ciudad de Loja, debido a la necesidad de aprovechar los recursos que existen en la localidad, razón por la cuál se planteó el proyecto denominado “ **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA 2013**”

El estudio parte de una revisión de la literatura, donde se encuentran los referentes conceptuales de los temas vinculados al desarrollo del presente trabajo investigativo.

Para la realización de la tesis se tomó como base métodos y técnicas que permitieron identificar la población de estudio, y conocer a través de la aplicación de encuestas el nivel de factibilidad para la creación de la empresa.

En el estudio de mercado se cuantifico tres tipos de demandas: La demanda potencial que es del 87% de familias Lojanas que consumirían jabón de tocador y el 79% para el shampoo, la demanda real que son el 49% y 47% , respectivamente y la demanda efectiva que mostro que el 95% de familias accederían a un jabón de estas características y un 83 % al shampoo.

Respecto a la oferta se aplicó la técnica de la entrevista a IMPORT FAM, siendo ésta la empresa de mayor cobertura y distribución de productos de aseo familiar en la ciudad de Loja.

Luego se desarrollo el estudio técnico en donde se presentan en tamaño de la planta en relación a su capacidad instalada y utilizada, se definió su macro y su micro localización y los respectivos flujo gramas de proceso para la producción y comercialización de los productos

En el estudio organizacional se determino que la empresa será legalmente constituida como una Compañía Limitada, tendrá un periodo de duración mínimo de 5 años y tendrá como razón social " JABONARTE " Cia Ltda. , la misma que estará ubicada en la ciudad de Loja en el Barrio Época calles Jamaica entre Francia y Hungría . De igual manera se determinó lo niveles jerárquicos y los organigramas con los que iniciara sus labores la empresa, además se definió los manuales de funciones para tener claras y definidas las funciones del personal que laborara en la misma.

En el Estudio Económico se aprecia una inversión de \$329748.12 ésta inversión está dividida en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. El financiamiento de la inversión será solventada de la siguiente manera: El 34% capital propio que son 129748,12 dólares y 66% restante financiado por

el Fondo Popolorun Progressi, que son 200000 dólares con un plazo de 4 años .

La evaluación financiera permitió obtener los siguientes resultados : El Valor actual neto (VAN) es de 50380,34 en la Relación Beneficio Costo se determino que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 66 centavos de dólar, el Periodo de Recuperación de Capital será de 5 años la Tasa Interna de Retorno del proyecto es 19.3 siendo este valor satisfactorio para la ejecución del proyecto, el Análisis de Sensibilidad nos permitió determinar que nuestro proyecto soporta un incremento en los costos del 17% y una disminución en los ingresos del 11% con lo que concluimos que el proyecto no será sensible.

Con todos los aspectos antes mencionados se concluye que la implementación de la empresa "JABONARTE CIA Ltda", es factible, por lo tanto Se recomienda su creación.

SUMMARY

The present Project was developed in the city of Loja, due to the need to utilize the resources that exist in the City. Important reason arises the **"PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A PRODUCTION COMPANY AND DISTRIBUTOR OF SOAPS AND SHAMPOO WITH MEDICINAL PLANTS IN THE CITY OF LOJA, 2013."**

The study begins with a literature review, where the related conceptual issues Related to the development of this research work.

For the realization of the thesis was based, methods and techniques that identified the study population, and see through the implementation of the feasibility survey to be the company,

The Market Study was quantified three types of demands; the potential demand of 87% of households Loja consuming SOAPS and 89% shampoo regularly, real demand is made up % of the families Loja who purchase 49 % soap and 47% shampoo currently and effective demand that made up 95% soap anda 83% shampoo of households are willing to buy beet for their normal consuming. The

project was determined by applying the offer interviews to one business similar product,.

Then developed the technical study is presented where the size of the plant in relation to their capacity and used, defining its macro and micro location and the respective process flow charts for production and marketing.

The organizational study found that the company will be legally constituted as a company limited, will have a minimum duration period of 5 years and will name " JABONARTE ". The Company will be located in the city of Loja, in the neighborhood EPOCA stret Jamaica between Francia y Hungría Similarly determined hierarchical levels and organizational charts with which the company will begin its work also defined the operating manuals to be clear and defined the functions of the personnel working in the company.

The Economic Survey is seen an initial investment of \$ 329748 dollars, this investment is divided into fixed assets, deferred and working capital, to the project the financing of investment will be funded with the 34.6% equity and 66.4 % equity financed by the Fiundation Popolorun Progressi

The financial evaluation yielded the following results: Net Present value (NPV) of \$ 50380,34 the cost benefit ratio it was determined that for every dollar invested will produce a gain of 0.66 cents, the Recovery Period Capital is 4 years, , the

internal Rate of Return of the project is 19.3 % and this satisfactory value for the project, sensitivity analysis allowed us to determine that our project supports an increase in costs 17% and a decrease in revenue of 11%, giving us to know that the project will not be sensitive to these percentages.

With all respects and values quoted above it is concluded that the proposed creation of a producer and marketer of Soap and Shampoo with medicinal plants is feasible and therefore recommended for implementation.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las economías se mueven bajo la dinámica de las influencias mercantiles capitalistas que buscan a través de los emporios globalizantes homogenizar el poder económico, relegando a las micro pequeñas y medias empresas a la catástrofe y quiebra. De ahí la necesidad de emprender en unidades locales de producción innovadoras que de la posibilidad de alternativa de consumo igualando en cantidad y calidad, y promoviendo no solamente el crecimiento económico sino un desarrollo sustentable traducido en calidad de vida o del buen vivir.

La presente Tesis se enmarca en un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA”**

La finalidad de **“JABONARTE CIA LTDA”** es entonces convertirse en un referente de iniciativa emprendedora con miras de extenderse a nivel Provincial Regional y Nacional que satisfaga todas y cada una de las necesidades y demandas de los consumidores en cuanto a productos de aseo familiar medicinales y de elaboración natural respecta, estimulando el desarrollo del agro y promoviendo la economía local.

El desarrollo del presente proyecto inicia por un estudio de mercado realizado en el Cantón Loja; Para el mismo se ha diseñado un modelo de encuesta

aplicado a un grupo poblacional muestra, dentro de las cuatro parroquias de la urbe Loja en la cual se pudo constatar el nivel de demanda los requerimientos y necesidades que existe en cuanto a productos de limpieza personal se refiere, dentro de este estudio se pudo constatar la inconformidad de la población respecto a productos de aseo familiar de origen industrial por su alto nivel de ceras dañinos para la salud. Así mismo se pudo verificar la aceptación de sustitutivos de procedencia natural. Este análisis se lo pudo realizar apoyado en el método descriptivo analítico, deductivo inductivo los mismos que me posibilitaron medir en tablas porcentuales y de tabulación dichos aspectos. Para el análisis de la oferta se procedió a realizar una entrevista a una reconocida importadora por medio la cual obtuve cifras objetivas del nivel de oferta que existe en el mercado.

Así mismo se delineó una estrategia de Marketing Mix donde se especifica las características generales del producto, el precio de venta al público, el lugar de comercialización y la publicidad que se realizara para posesionar los productos.

En el estudio técnico se detalla el tamaño de la empresa especificando cada uno de los espacios de producción y departamentos administrativos , así mismo la capacidad instalada y utilizada como también los aspectos positivos y

negativos de localización , dentro de este mismo estudio se propone la ingeniería del proyecto que detalla los componentes tecnológicos , los procesos de producción , los flujo gramas de procesos y demás componentes técnicos que permitan la operatividad del proyecto .

En el Estudio Organizacional se expone, la estructura organizativa de la empresa, la estructura legal, se incluye el acta constitutiva y los organigramas y manuales de funciones.

En el estudio financiero se muestra las inversiones en activos fijos, diferidos y corrientes, se detallan los cuadros de presupuestos para cada uno de los rubros, depreciaciones, amortizaciones, costos de producción costos de operación e ingresos totales, así también se determinó el punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias. De igual forma se ubican los indicadores de evaluación financiera como el flujo de caja. Valor Actual Neto, Período de recuperación del capital. Relación Beneficio Costo, Tasa Interna de Retorno terminando con el Análisis de Sensibilidad; Luego de ello se propone las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los anexos correspondientes.

d. REVISIÓN DE LA LITERATURA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

JABON DE TOCADOR -ANTECEDENTES

Del latín (tardío *sapo onis* y el Germanico *Saipon*,) no se sabe en dónde y cuál fué su origen sin embargo se menciona el descubrimiento accidental del agua lluvia con las grasas animales de los sacrificios que se realizaban en el monte Sapo junto al río Tiber, la grasa animal se mezcló con la cenizas de la madera; Ahí de dice fué el inicio del jabón, las culturas orientales lo tomaron como practicas de ensayo y error para su elaboracion. Durante el segundo siglo segundo Galeno médico y filósofo griego fué el primero en conciderarlo al jabón en la higiene personal y su efecto curativo en enfermedades de la piel. Con todo la fabricación del jabon alcanza su madurez en 1771 cuando el químico francés Nicolas Leblanc, invento un proceso para obetener el carbonato de sodio por medio de la cuál el procesos de sopedificación empezarían y con el la industria del jabón.¹

¹ Historia del jabon www.saber.golwen.com

FUNCIONAMIENTO

Los jabones son sustancias (sales sódicas o potásicas) que alteran la tensión superficial (disminuyen la atracción de las moléculas de agua entre sí en la superficie) de los líquidos especialmente el agua. Este tipo de sustancias se denominan tensoactivas, los jabones se utilizan como agentes limpiadores debido a la estructura de estos iones orgánicos especiales. Cuando un objeto está sucio casi siempre se debe a la adhesión de capas de grasa o aceite que a su vez contiene partículas de polvo y otras sustancias extrañas. Si el objeto es lavado con agua no se elimina gran parte de la suciedad, sin embargo cuando se agrega jabón al agua puede disolverse para dar iones carboxilato. Estos iones tienen un extremo iónico que es soluble en agua y otro extremo de la cadena larga de hidrocarburos que tiene una fuerte atracción para las moléculas de aceite y grasa, los extremos que atraen al aceite penetran en las capas de aceite y grasas y las disuelven y a su vez los extremos iónicos se diguen disolviendo, esta capa de acción limpiadora se denomina acción detergente.²

² Funcionalidad del jabon -www.mundo-belleza.com

EXTRUCTURA – COMPONENTES

Saponificación .- Se llama saponificación al proceso de la disociación de las grasas en un medio alcalino separando glicerina y ácidos grasos . Estos últimos se asocian inmediatamente con los álcalis constituyendo las sales sodicas de los ácidos grasos. Así es como al mezclar los ácidos grasos (principal componente de las grasas animales y de los aceites vegetales , con una solución alcalina (hecha a partir de una mezcla de agua y un álcali como la sosa o **hidróxido de sodio**) se obtiene el jabón.

SHAMPOO.

El shampoo (palabra derivada del Anglo- Indio champo), que significa masajear nació de la necesidad de aliviar la irritación y alergias que producían las sustancias utilizadas para limpiar el cabello hace casi 90 años . Su origen se le atribuye a un peluquero alemán a fines del siglo XIX que quiso sustituir la ceniza de las chimeneas que la gente utilizaba hasta entonces para limpiar su cabellera. Luego de varios experimentos este hombre inventó una mezcla de polvos de jabón solubles en agua que lograban el efecto deseado . Esa sustancia era distinta a la que se utiliza en la actualidad no formaba espuma porque se desconocían los elementos que provocaban la acción limpiadora que crea las burbujas . El producto tal como lo conocemos

hoy nació en los Estados Unidos a fines de 1920 a fines de 1920 cuando se le agregaron ciertos ingredientes usados hasta entonces con fines industriales denominados espumogenos. De ahí cruzo la nueva cuenta el oceano, durante la segunda guerra mundial cuando las tropas estadounidences que viajaban a Europa llevaron miles de muestras junto con chocolates y alimentos enlatados . La primera venta exitosa de shampoo fue desarrollada por John Breck en el año de 1930. El fue el primer fabricante que presentó al público una línea de productos para cabellos secos y aceitosos , asi tanto las innovaciones en uno y en otro lado del Atlantico con el tiempo han unificado criterios de modo que la formula del shampoo conteporaneo consta de dos clases de substancias : una base limpiadora (sustancias consicionadoras y fragancias) y extractos activos de origen natural (principalmente obetenidos de plantas)³

ESTRUCTURA

Según los dermatólogos, la función principal del shampoo es remover las células muertas del cabello, asi como tambien los reciduos que dejan el polvo el aire, la contaminacion y cosmeticos como geles o fijadores , para lograrlos los laboratorios encargados del desarrollo de estos productos mezclan

³ El shampoo Origen – Antecedentes www.unne.edu.ar

algunas sustancias básicas con ingredientes activos, para producir fórmulas únicas, indicadas para cada tipo de cabello.

Tensoactivos.- Son los encargados de limpiar el cabello los más utilizados por los laboratorios son el Lauril sulfato de sodio, Lauril iter sulfato de sodio.

Engrasante.- Mantiene la humectación natural de cabello, tras la limpieza de los tensoactivos para la resequedad. Uno de los más usados es el dietanolamina del ácido graso del coco; pero existen otros comunes como la lanolina o la lecitina todas estas grasas son extraídas de animales y vegetales.

Espesante .- Ayuda a que el Shampoo tenga su consistencia espesa y sea más fácil de aplicar . El clorato de sodio es uno de los más usados por los laboratoristas, pero en proporciones muy bajas, aunque algunos lo han sustituido por espesantes protectores como el PEG 120 dioleato de metilglusamina , extraído del maíz.

Acido.- Es el elemento de equilibrar el shampoo, pues el cabello tiene un PH levemente ácido (5.5 a 6) pero los tensoactivos son alcalinos (por encima de 7). Este ácido proviene generalmente de plantas o frutas que permiten nutrir el cabello a la vez que balancean la fórmula del shampoo.

Escencias y aceites esenciales . Son extractos de flores y plantas que sirven para perfumar el cabello y agregarle elementos nutritivos naturales, los ingredientes activos los más comunes son las vitaminas como la A y E que nutren el cabello.

INFUSIÓN

DEFINICIÓN

Según la Real Academia de la Lengua española se llama infusión a la bebida que se obtiene de diversos frutos o hierbas aromáticas introduciéndolos en agua hirviendo, este método que es el más frecuente para la extracción de los principios activos de las plantas.

PLANTAS MEDICINALES.

- **Escancel.- nombre científico:** Aerva Sangimolenta

El escancel es usado para combatir varias enfermedades aparte de ser un gran protector contra resfriados, es un excelente desparasitador y desinfectante natural . El extracto de Aerva sanguinolenta es utilizado en Paquistán con

éxito para la cicatrización de heridas . Se utiliza fundamentalmente sus ojas y tallo.⁴

- **Congona .- Nombre científico : Brosimum alicastrum**

La congona se utilizada como cicatrizante tópico, las hojas de congona y su infusión sirven como tranquilizantes, se usan también como analgésicos el extracto de las hojas de congona sirven contra la otitis y la conjuntivitis ocular .

- **Cedron .- Nombre científico : Lippia citriodora**

La infusión de cedrón puede ser un buen tónico y refrescante para la piel ,actúa como sedante suave y en la medicina popular se le reconocen propiedades cardiotónicas tratando casos de palpitaciones.⁵

- **Manzanilla .- Nombre científico: Matricaria chamomilla**

Es un excelente antiinflamatorio tanto usado internamente como externamente , tiene propiedades antimicrobianas y fungicidas, ayuda con la cicatrización , ayuda a controlar eczema y las hemorroides es cosmético se lo utiliza para

⁴ [http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/...](http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/)

⁵ [http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/...](http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/)

aclarar el pelo, descongestionar la piel y calmar las irritaciones, su riqueza en musilagos, ácido gálico, anigénina y chamazuelo la hacen muy conveniente en el cuidado y reparación de la piel.⁶

- **Llantén** .- Nombre científico: **Plantago major**

El llantén es una hierba con propiedades hemostáticas evita la coagulación de las heridas evitando el sangrado de las mismas, tiene la propiedad vulneraria es decir que posee la propiedad de desinfectar los cortes o heridas, igual contrarresta anomalías de piel como postulas etc. Así mismo por el alto contenido de alantoína estimula el crecimiento de las células de la epidermis es decir contribuye a la regeneración de la piel es por ello que es utilizada en la elaboración de cremas y cosméticos.⁷

- **Malva**.- Nombre científico: **Alboheza**

Excelente emoliente indicada como protectora importante para la piel granos furúnculos, llagas, heridas, úlceras, vaginitis, dermatitis, hemorroides y cualquier tipo de lesión es un excelente antiinflamatorio. Por sus propiedades emolientes es muy utilizada en cosméticos para producir tónicos faciales.

⁶ <http://www.florasana.org/esp>

⁷ <http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/...>

- **Menta.-** Nombre científico.- **Mastranto**

Se la utiliza como bactericida, es un gran antiséptico ya que es rica en oleo menthae piperitae, una esencia cuyo componente es el mentol es muy eficaz en el tratamiento de torceduras, así mismo es un relajante natural utilizado en el tratamiento de la migraña y dolores de cabeza.⁸

- **Borraja .-** Nombre científico: **Borago officinalis**

Es un excelente emoliente, tonificante previene enfermedades como forúnculos, herpes entre otras debido a los altos porcentajes de nicótico o niacina que es muy útil en la prevención de enfermedades de la piel.⁹

- **Cola de caballo.-** Nombre científico: **Equiseto menor**

Por su contenido de silicio resulta un adecuado emoliente para mantener el cabello en buen estado ayudando a la prevención de la calvicie o la aparición de caspa. Así mismo sirve para el fortalecimiento de las uñas. Usado externamente posee propiedades astringentes y vulnerarias que resultan útiles en el tratamiento de enfermedades de la piel así, como también combate las fecciones oculares, por sus propiedades curativas se puede usar

⁸ <http://www.ethno-botanik.org/heilpflanzen/...>

⁹ <http://www.beisa.dk/Capitulo18.pdf>

externamente para aliviar inflamaciones irritaciones o infecciones de la vulva y la vagina.¹⁰

- **Ataco** .- Nombre científico : **Amarantus muricantus**

Tienes jugos amargos taninos y sales minerales, pero su componente más efectivo más efectivo en aplicaciones medicinales es un aceite esencial que la planta alberga en la proporción de de un 0.6% y que incluye carvacrol y timol. Este último es un poderoso y eficaz antiséptico que además no ataca ni produce irritaciones cutáneas, posee también propiedades desodorantes, además es tónica y estimulante antiespasmódica útil en afecciones de tipo nervioso.¹¹

- **Cadillo** .- Nombre científico : **Xanthium strumariun**

Tiene las propiedades de desintoxicante, depurativo orgánico y hepático, afecciones de hígado y piel , colesterol y triglicéridos elevados.¹²

- **Hierba luisa** .- Nombre científico : **Lippia triphyllia**

Tiene propiedades antisépticas desinfectante natural , bactericida es muy rico en componentes aromáticos se utiliza en la industria de perfumería es un excelente emoliente para cabellos secos.¹³

¹⁰ <http://www.florasana.org/esp>

¹¹ <http://www.florasana.org/esp>

¹² <http://www.florasana.org/esp>

¹³ <http://plantas.facilísimo.com/reportajes>

- **Linaza** .- Nombre científico : **Linum usitassimum**

Se usa para el consumo humano de la semilla se extrae el aceite de linaza , el cuál es rico en ácidos grasos de las series Omega 3 , Omega 6 y Omega 9 este aceite es usado además de la industria cosmética en la fabricación de lineo y en la dilución para pintura de telas. La baba de la linaza al aplicarse en la piel suaviza y previenen problemas como la psoriasis y eczema. Puede ser usada como mascarilla para la limpieza profunda del cutis y como jalea para fijar y nutrir el cabello.¹⁴

- **Sábila** .- Nombre científico: **Aloe vera**

Es un milagroso tónico y nutriente para la piel, se usa de una forma tópica como remedio para las afecciones de la piel que incluyen quemaduras de sol . Quemaduras por frio, psoriasis y herpes labial. Es muy útil para cicatrizar más rápido las escaras y las heridas de cirugía ¹⁵

¹⁴ <http://www.florasana.org/esp>

¹⁵ http://www.natureduca.com/med_espec_hierba

ESTUDIO DE MERCADO

PROYECTO.- Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.¹⁶

ESTUDIO DE MERCADO.-Se denomina así a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización¹⁷”

Objetivo

- ✓ Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización¹⁸.

Ventajas:

- ✓ Permite satisfacer en mayor medida las necesidades de los consumidores o usuarios.
- ✓ Las empresas obtendrán mayores ingresos como consecuencia de una mayor volumen de venta, o mayores beneficios¹⁹.

¹⁶ BACA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, Edit. McGRAW-HILL, Bogotá - Colombia, 1996. Pág. 14 y 18.

¹⁷ Ibídem. Pág. 23 y 24

¹⁸ Marcial Córdoba Padilla- Formulación y evaluación de proyectos

¹⁹ Marcial Córdoba Padilla- Formulación y evaluación de proyectos

SEGMENTACIÓN DE MERCADO.- "Separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad, entre otras características"²⁰

3. DEMANDA.- Es la cantidad de un bien o servicio, que los demandantes adquieren a un precio determinado.

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Demanda Potencial.- Está constituida por la cantidad de bienes que podrían consumirse en un tiempo determinado

Demanda Real.- Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o utilizan en el mercado actual.

Demanda Efectiva.- La cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos.

4. OFERTA.- Cantidad de bien o servicio ofrecido por un grupo de ofertantes en el mercado.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.- Son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes.

²⁰ JM. ROSEMBERG, "Diccionario de Administración y Finanzas".

TIPOS DE CANALES

- **Canal Directo** .- El producto o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.
- **Canal Indirecto** .- Un canal de distribución suele ser indirecto , porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final.

5. PLAN DE COMERCIALIZACION

- **PRODUCTO**

Comprende todos los bienes y servicios resultantes de la actividad económica de un individuo, empresa, industria o nación".²¹

- **PRECIO**

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr, le conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

- **PLAZA**

Localidad en que se puede efectuar operaciones financieras o económicas- Las operaciones financieras pueden decidirse en cualquier lugar, pero su

²¹ SELDON, Arthur, F.G. PENNANCE. Op. Cit. Páginas 13 y 15.

realización material sólo puede efectuarse en ciertas ciudades. Generalmente se da el nombre de plaza a las localidades en las cuales: Debido a la existencia de equipamiento o de un mercado organizado e importante, se puedan realizar fácilmente operaciones y arbitraje económicos y financieros"²²

- **PROMOCIÓN**

Fomento de la demanda de un artículo realizado mediante el empleo de publicidad y de campañas que atraigan el interés de los consumidores"²³.

- **PUBLICIDAD**

Conjunto de actividades dirigidas a promover las ventas de una empresa, ampliar o crear la necesidad de sus productos y a mantener o perfeccionar la imagen de la empresa en el ámbito del consumidor"²⁴.

- **PROPAGANDA**

Es un tipo de publicidad que utiliza medios masivos como la televisión, la radio, la prensa para difundir ideas, información, doctrinas u otros con el objetivo de atraer principalmente a los adeptos.

²² J.M. ROSEMBERG, Op., Pág. 4 y 5.

²³ J.M. ROSEMBERG, Op. páginas 24 y 25.

²⁴ Y. BERNARD J.C. COLLI, Op. Cit. páginas 30 y 31.

- **MEDIOS PUBLICITARIOS**

Definimos los medios publicitarios como los instrumentos a través de los cuales es posible llevar el mensaje publicitario a la audiencia objetiva.

- **RELACIONES PÚBLICAS**

Se utiliza para comunicar información referente a una organización , sus productos o políticas a través de medios que no reviven un pago de la empresa como las noticias o reportajes, con el objetivo de atraer principalmente a los compradores

CONSUMIDOR

Lo constituyen todos los individuos y familias que compran o adquieren bienes y servicios para el consumo personal

COMPETENCIA

Se considera competencia a aquellas que venden mercancías comparables al mismo tipo de clientela y proporciona servicios similares".²⁵

²⁵ DORR, Eugene, "Ventas al Detalle, Proceso de Compra y Determinación de Precios". Pág. 8 y 10.

FUENTES PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

PRIMARIAS

Son las investigadas precisamente por el interesado y se obtiene mediante entrevista o encuestas a los clientes, potenciales o existentes.

SECUNDARIAS

Proviene generalmente de instituciones abocadas a recopilar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores de su interés, tales es el caso de :

- **FUENTES EXTERNAS.-** Censo, publicaciones . informes
- **FUENTES INTERNAS.-** Registros contables , banco de datos

ESTUDIO TÉCNICO

Define las especificaciones técnicas de los instrumentos e insumos necesarios para ejecutar el proyecto : el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales ;el nivel de calificación de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos .)²⁶

²⁶ Módulo X. elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, pg. 46-47.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto puede referirse a la capacidad teórica de su diseño a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño del proyecto no es otra cosa que determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir la demanda, la oferta, los costos, etc. El tamaño deberá estar analizado desde el punto de vista de la oferta y demanda, la maquinaria, el proceso de producción, las fuentes de financiamiento, la infraestructura existente, etc.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. Este estudio permite analizar el uso que se hace de cada uno de los recursos de la organización y así poder optimizarlos.

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la capacidad practica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo. Es la que realmente se utiliza en la producción uno varios

productos, que el sistema de trabajadores y maquinas de la empresa puede general, bajo condiciones dadas de mercado y de disponibilidad de recursos

LOCALIZACION DEL PROYECTO

Se refiere a los elementos de sitio y lugar, específicamente el entorno respecto al lugar de operaciones en los que se desenvolverá su actividad.

Se debe analizar la infraestructura necesaria, de los diferentes lugares, la mano de obra disponible, materias primas y tecnología adecuada.

MACROLOCALIZACIÓN

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto estará ubicado y tendrá influencia. Describe característica y establece ventajas y desventajas para comparar lugares alternativos para la ubicación de la planta.

MICROLOCALIZACION

Es el estudio utilizado para seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la mas alta rentabilidad, al mínimo costo unitario.

INGENIERIA BASICA

Es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual entre otros.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Descripción del bien o servicio debe mostrar, las especificaciones físicas del producto, para ello será necesario, identificar la materia prima que se utilizara , los procesos tecnológicos necesarios, para su fabricación.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.- "Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de éstos para convertirlos en productos, mediante una determinada función de producción.

DIAGRAMA DE FLUJO

Es la representación grafica de un determinado proceso, se utiliza en los procesos industriales . estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del proceso y representan el flujo de ejecución mediante flechas que se conectan a los puntos de inicio y fin de proceso

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Es el proceso por el que la empresa intenta coordinar y ordenar los factores productivos de los que dispone , para alcanzar los objetivos fijados en el plan estratégico , teniendo en cuenta la eficiencia y la eficacia en sus actividades

7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El diseño administrativo supone la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad e identificación de canales de comunicación

.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL.- Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

NIVELES JERARQUICOS - Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de compañías en cuanto a la administración, define el status o rango que posee un trabajador dentro de la empresa. La jerarquía supone el grado de responsabilidad ya autoridad asignada a la posición, dentro de estos se encuentran los siguientes:

1. Nivel Legislativo- Directivo

2. Nivel Ejecutivo.
3. Nivel Asesor
4. Nivel Operativo
5. Nivel Auxiliar.

NIVEL LEGISLATIVO – DIRECTIVO

Es el máximo nivel de dirección de la empresa , son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas.

Para su actuación está representado por la Presidencia. Corresponden funciones de dirección general, formulación de políticas institucionales y adopción de planes , programas y proyectos .

NIVEL EJECUTIVO

Está conformado por el Gerente – Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo- Directivo y es el responsable de la gestión operativo de la empresa, el éxito o fracaso de la misma se deberá a su nivel de gestión.

NIVEL ASESOR

Es el nivel que asiste , aconseja y asesora a los empleados de la alta dirección , prepara proyectos en materia jurídica, económica , técnica , contable , industrial y mas aéreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando . este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional .

NIVEL OPERATIVO

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las ordenes emanadas por los órganos legislativo y directivo. Está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción , así como también las tareas de la venta y lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

NIVEL AUXILIAR

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos den la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia. Sus funciones implican el ejercicio de actividades de apoyo y complementarias de los niveles superiores.

ORGANIGRAMAS

TIPOS DE ORGANIGRAMA

Existen distintos tipos de organigramas , entre ellos se destacan los organigramas que son utilizados con mayor frecuencia así tenemos:

ORGANIGRAMAS ESTRUCTURALES

Permiten una rápida visualización de los órganos, las relaciones de autoridad que los vinculan y las distintas jerarquías. Mediante los mismos se aprecia rápidamente el ámbito del control de cada unidad, las relaciones formales y la cantidad de niveles jerárquicos que componen la estructura de la organización

ORGANIGRAMAS FUNCIONALES

Indican las principales actividades que desarrolla cada órgano. Consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Permiten apreciar la división del trabajo en la organización

ORGANIGRAMA POSICIONALES

Detallan como su nombre lo indica, la composición de la organización en términos de los cargos que la integran. Su uso es frecuente en organizaciones cuya estructura de cargos y escalafones es compleja.

MANUAL DE FUNCIONES

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía . el objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización . Este documento se divide en:

DESCRIPCION BASICA DEL CARGO.- El formato se encabeza describiendo el nombre del cargo, dependencia a la que pertenecen y el cargo de su jefe inmediato.

BASE LEGAL .- Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley.

ACTA CONSTITUTIVA.- Es el documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de sus socios con los cuales se constituye la empresa.

Es el documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de sus socios con los cuales se constituye la empresa.

LA RAZON 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 establecido a 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.

ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

MATERIA PRIMA DIRECTA.- “Todos los materiales que forman parte integral de los bienes terminados y que pueden ser asignados de forma conveniente a unidades físicas específicas.

MATERIA PRIMA INDIRECTA.- "Estos forman parte auxiliar en la presentación del proyecto terminado, sin ser el producto en sí aquí se incluyen envases primarios, secundarios y etiquetas.

MANO DE OBRA DIRECTA .- Es la que se utiliza para transformar a la materia prima en producto terminado. Se puede identificar en virtud de que su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas.

MANO DE OBRA INDIRECTA.- Es aquella necesaria en el departamento de producción, pero que no interviene directamente en la transformación de las materias primas.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.- Capacidad Máxima de unidades capaces de ser producidas en un período de tiempo determinado y con maquinaria adecuada.

CAPACIDAD ÓPTIMA.- Número absoluto máximo de unidades capaces de ser producidas en una operación determinada, sin contar las interrupciones ni las reparaciones por averías.

CONTROL DE CALIDAD .- Conjunto de atributos que hacen referencia de una parte a la presentación, composición y pureza, tratamiento tecnológico y conservación que hacen del alimento algo más o menos apetecible al consumidor y por otra parte al aspecto sanitario y valor nutritivo del alimento.

PUNTO DE EQUILIBRIO .- Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los costos variables, por tanto no existen ni pérdidas ni ganancias, por lo que sirve para calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin

que esto signifique que aunque haya ganancias, éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

BALANCE GENERAL .- El balance General compara las posesiones y deudas de una compañía en una fecha específica . El balance general es como una fotografía de la empresa y su estado en una fecha determinada. El balance general reporta todos los activos pasivos y el capital contable del negocio al final del periodo

FLUJO DE CAJA .- Es un estado financiero que muestra el total de efectivo que ingreso o que salió de la empresa durante un periodo determinado.

El flujo de caja permite proyectar de manera concreta y confiable, la situación de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerían en fechas posteriores y como de las cantidades de dinero que ingresara a la empresa, por concepto de ventas, otros ingresos

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.- Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones de un negocio. Este documento permite mostrar que progreso ha tenido la empresa en el aspecto financiero.

La finalidad es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación de la planta, y que obtienen restando a los ingresos todos los costos que incurran en la planta y los impuestos que debe pagar.

EVALUACIÓN FINANCIERA.- Representa a la transformación del activo fijo en activo disponible, tales fondos no habrán de ser reinvertidos en nuevos activos fijos, hasta que los existentes lleguen a su nuevo rendimiento aceptable.

VALOR ACTUAL NETO.- es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo- La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.

Criterios para evaluar:

- ✓ Si el VAN es negativo no se deben realizar el proyecto.
- ✓ Si el VAN es igual a cero es indiferente el proyecto.
- ✓ Sí el VAN es positivo se debe ejecutar el proyecto.

La formula que se utilizara para determinar el Valor actual Neto será la siguiente:

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

RIESGO DE PAIS

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de la posibilidad de riesgo que tiene un país para la inversión. Los inversores, al momento de realizar sus selecciones en donde y como invertir, buscan maximizar sus ganancias, teniendo en cuenta la posibilidad de que las ganancias sean menor de lo esperado o que existan pérdidas. El riesgo país puede parecer subjetivo pero involucra inestabilidad respecto a políticas económicas. El porcentaje para nuestro país es de **(0.858%)**

PREMIO AL RIESGO

Es el incremento que puede tener un determinado interés reflejado en el incremento que pueda tener un proyecto de inversión. Una forma de establecer el premio de riesgo es comparar el tipo de interés que el mercado establece para una seguridad estándar en el país.

Para determinar el Premio de Riesgo se utilizó la siguiente fórmula:

$$I = \text{Tasa de Interés Activa} + \text{Riesgo País (0.858\%)} \rightarrow \text{constante}$$

TASA MINIMA DE RENDIMIENTO

Es la retribución que recibirán los inversionistas por aportar fondos a la empresa, es decir el pago que obtendrán los accionistas y los acreedores. En el caso de los accionistas recibirán dividendos por acción mientras que los acreedores se beneficiaran con intereses por el monto desembolsado.

Para determinar la Tasa Minima de Rendimiento se utilizó la siguiente formula :

$$TMAR = I + F + (I * F)$$

En donde:

I = Interes

F= Inflación

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Llamado a menudo índice del valor actual, es utilizado fundamentalmente en los proyectos que cubren circunstancias de carácter social, es decir de beneficio a la colectividad, sin embargo también es usado en los proyectos de decisión para invertir.

La fórmula que se utiliza para calcular Relación Beneficio Costo es la siguiente:

$$B/C = \frac{\textit{Sumatoria de los Ingresos Actualizados}}{\textit{Sumatoria de los Costos Actualizados}}$$

Criterios para evaluar:

- Si B/C es menor a uno no se debe poner en marcha el proyecto
- Si B/C es igual a uno es indiferente el proyecto
- Si B/C es mayor a uno significa que por cada dólar invertido la empresa ganará X cantidad de dinero.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es una tasa de descuento (r) que es el rendimiento del proyecto calculado en el tiempo de vida útil del mismo.

Criterios para evaluar:

- ✓ Si la TIR es menor que el costo del capital no es viable
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente el proyecto
- ✓ Si la TIR es mayor a la tasa de costo del capital el proyecto es rentable.

La fórmula que se utiliza para calcular la TIR es:

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas \frac{Tasa Menor}{Tasa - Tasa Mayor}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el numero esperado de años que requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original con una rapidez en medida que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital .

Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas

La formula aplicada es la siguiente:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los primeros flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inv.}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.- Sirve para calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y aumento en los costos. Otorga también seguridad al proyectista respecto de los márgenes de error, en las estimaciones y entrega de información útil para la administración del proyecto durante las etapas de instalaciones y funcionamiento. Se calcula la rentabilidad haciendo variar cada componente de ingreso y costo y se observa en qué medida se altera la tasa de rentabilidad normal del proyecto.

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad, permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Criterios para evaluar:

- Coeficiente de sensibilidad > a 1 el proyecto es sensible
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto
- Coeficiente de sensibilidad < a 1 el proyecto no es sensible

Las formulas aplicadas son las siguientes:

Diferencia del Tir = TIR del proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\textit{Diferencia de TIR}}{\textit{TIR del proyecto}}$$

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

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

En el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado suministros de oficina como: papel , grapas, esferográficos, carpetas, marcadores; Equipos de oficina como computadoras, impresoras, calculadoras, teléfonos. Material didáctico como libros, tesis, folletos, cuadernos e internet.

MÉTODOS

Los métodos a utilizar son los siguientes:

- **DESCRITIVO ANALÍTICO.-** Se lo utilizó en la recopilación y análisis de la información contenida en libros, revistas folletos, investigaciones etc. Así mismo se lo utilizó para desglosar cada uno de los temas contenidos en la revisión de la literatura, así como en el desarrollo del manual de funciones y definición de puestos
- **INDUCTIVO.-** Es el método mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar a un descubrimiento o ley general que lo rige. Este método se utilizó para la selección de información correspondiente mediante la observación, comparación y abstracción a los factores de estudio, hasta obtener resultados sobre la

situación actual; Esto permitió desarrollar los objetivos de la investigación así como el desarrollo de la introducción.

- **DEDUCTIVO.-** El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones, es decir parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Por medio de este método se pudo elaborar la revisión de la literatura, parte de la problemática de la investigación así como también el estudio de los factores técnicos del proyecto.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizarón para la recopilación de información en el presente trabajo de investigación se dan a conocer a continuación:

- **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Es una técnica en la utilización aguda de la visión de un determinado fenómeno, para ello es necesaria la elaboración de una guía que oriente los aspectos fundamentales a observar del fenómeno a investigar. Esta técnica se utilizó para observar atentamente la dinámica del mercado local, el comportamiento de los consumidores, me permitió también

medir los factores locacionales dentro del estudio técnico y analizar comparativamente los aspectos físicos del producto dentro del marketing mix.

- **ENCUESTA**

Esta técnica ayudo a obtener información de los consumidores a través de un cuestionario previamente elaborado, se pudo conocer sus preferencias de consumo, sus necesidades, y requerimientos , elementos necesarios para dimensionar la demanda insatisfecha y determinar el nivel de aceptación que pueda tener el producto . Las encuestas fueron aplicadas dentro de la urbe lojana en un numero de 397 familias diferidas en las cuatro parroquias que componen de la ciudad de Loja

- **ENTREVISTA**

Es el proceso mediante el cuál se identifica el criterio de los competidores a través de una metodología de preguntas y respuestas. Se la utilizó para obtener información directa de la oferta por medio de un cuestionario aplicado a una de las importadoras más relevantes de la provincia como es IMPORT FAM con la cual se pudo determinar , las características , las cantidades , las coberturas , y los precios de la competencia.

CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

AREA DE INFLUENCIA

El área de afluencia del presente proyecto está destinado para el cantón Loja de la provincia de Loja.

PROYECCIÓN DE LA POBLACION

Para realizar la respectiva proyección se ha utilizado el total de la población de la ciudad de Loja dado por último censo realizado por el INEC en el 2010 que corresponde a 184454 este valor se lo proyectara entonces para tres años para la consecuente análisis del tamaño de la muestra tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional correspondiente a 2.65%

Tasa de crecimiento anual 2,65%

Para la proyección se utilizó la siguiente fórmula:

$$pn = po (1 + r)^n$$

En donde:

- pn** = Población esperada
- po** = Población actual
- 1** = Constante
- r** = Tasa de crecimiento
- n** = Número de años

$$2013 \text{ } pn = po \ 184454 \ (1 + r)^n$$

$$2013 \text{ } pn = 184454 \ (1 + 0.0265)^3$$

$$2013 \text{ } pn = 184454(1.08162)$$

$$2013 \text{ } pn = 199509$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA.- Para el tamaño de la muestra se utilizara el porcentaje dado en familias tomando como referencia el número de miembros por familia que son cuatro aproximadamente según el último censo realizado por el INEC.

$$2013 \quad pn / 4 = Pf \text{ (población familias)}$$

$$199509 / 4 = 49877 \text{ familias}$$

Formula tamaño de la muestra

En donde:

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

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población

1 = Constante

e² = Margen de Error al 2

$$2013 \quad n = \frac{49877}{1 + (0,05)^2 (49877)}$$

$$2013 \quad n = \frac{49877}{1 + (0,0025)(49877)}$$

$$2013 \quad n = \frac{49877}{125.06}$$

$$2013 \quad n = 396.65 \text{ encuestas}$$

$$\text{TOTAL} = 397 \text{ familias a encuestar}$$

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.-

La distribución de la muestra se hará en función del número de familias que existe en cada parroquia de la Urbe para determinarlo se utilizara la fórmula de regla de tres simple eso es:

$$Ne = Fp (n) / TF$$

En donde:

Ne= Numero de encuestas

Fp = Familias por parroquia

n = Muestra = 397

TF = Total de Familias = 49877

| CUADRO Nro. 1 | | | |
|--|----------------|---------------------|--------------------|
| DISTRIBUCION MUESTRAL | | | |
| PARROQUIAS URBANAS | FAMILAS | Nº ENCUESTAS | % ENCUESTAS |
| Sagrario | 5319 | 40 | 11% |
| Sucre | 19400 | 159 | 39% |
| El Valle | 8115 | 70 | 16% |
| San Sebastián | 17043 | 128 | 34% |
| TOTAL | 49877 | 397 | 100% |
| FUENTE: Datos del INEC. 7mo Censo Poblacional. Base de Datos | | | |
| ELABORADO: El autor | | | |

DETERMINACION DE LA OFERTA

Para realizar la determinación de la oferta se procederá a encuestar a familias de las cuatro parroquias Urbanas de nuestra ciudad enfocándonos en familias clase media – alta debido al poder de compra que estas tienen, así mismo se realizó un estudio en una de las principales empresas que importa y distribuye productos de aseo familiar en la ciudad de Loja “IMPORT FAM” empresa de Quito con sede en Loja que comercializa y distribuye productos de la línea UNILEVER – PALMOLIVE y NATURAL GARDEN en el cuál se analizó los siguientes aspectos:

- Cantidad de productos que llegan al mercado lojano
- Precios Vigentes
- Capacidad de distribución
- Características de la competencia
- Cantidad de productos que se consumen mensual y anualmente
- Mercados y coberturas
- Políticas de ventas

PROCEDIMIENTO.

La investigación se desarrolló en 5 momentos: Revisión de la Literatura, metodología, estudio de mercado , estudio técnico , estudio organizacional y estudio financiero .

Revisión de la Literatura.- Se desarrolló en base a las definiciones de cada uno de los componentes conceptuales, para ello se utilizó material bibliográfico y consultas en el internet.

Materiales y Métodos .- Dentro de los materiales, se ha señalado todos los elementos físicos que se utilizaron en el proceso de investigación, dentro de los métodos se menciona los métodos y técnicas que han servido para desarrollar los diferentes momentos, el tamaño de la muestra para las encuestas se la obtuvo con la población de la ciudad de Loja que muestra el último censo dándonos un total de 397 encuestas las cuales se las distribuyó porcentualmente de acuerdo al número de familias, en las 4 parroquias que componen la Urbe lojana estas son: Sagrario, Sucre, El Valle y San Sebastián

Estudio de Mercado

El estudio de mercado se lo realizó en función de las encuestas, a través de tablas y gráficos porcentuales demostramos en cada una de las preguntas el criterio de los consumidores. Cabe señalar que siendo dos productos de análisis, para la consecución del estudio se utilizó el número de 320 encuestados que afirman consumir Jabón de tocador y shampoo, mientras que 33 mencionan consumir solo jabón de tocador; Se ha procedido entonces analizar que la demanda total de jabón de tocador es de 353 mientras que de shampoo 320, de esta manera se hace un análisis por separado de cada uno de los productos. Para la demanda potencial se utilizó el número de familias y su proyección anual, esta demanda se la utilizó para los dos productos, para la demanda real y efectiva se tuvo que separar de acuerdo en el número de consumidores por producto. En el análisis de la oferta mediante una encuesta a la principal importadora pude visualizar la cantidad de consumo y venta. En el marketing mix la principal estrategia de captación de mercado fue vender el componente de HORCHATA ya que los productos están hechos de las plantas que la componen así crea atención por parte de los consumidores, se elaboró también un slogan de acuerdo a los beneficios que se otorga y se diseñó un sticker para el jabón y el shampoo con sus respectivos señalamientos. Así mismo de acuerdo a los criterios de los consumidores se detalla la estrategia de comunicación a utilizar

Estudio Técnico

En el estudio técnico se analizó cada una de las capacidades de acuerdo a las especificación de la maquinaria en este caso utilizamos la capacidad del homogenizador por ser equipo que desarrollará la mayor parte del proceso, dentro de la descripción del proceso señalamos por minutos, el tiempo que se necesita para crear determinados lotes de shampoo y jabón.

Estudio Organizacional

En este momento se empieza con una minuta de constitución de la compañía de acuerdo a los estamentos legales, luego se hace un análisis de cada uno de los organigramas requeridos y pasamos al manual de funciones en donde detallamos cada uno de los puestos de acuerdo a un formato preestablecido.

Estudio Financiero

En el estudio financiero se analizó cada uno de los componentes que involucra los diferentes activos, se analizó el financiamiento los costos y gastos, el precio de venta al público de acuerdo a los costos y el porcentaje de utilidad, los estados de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio, los flujos de caja el van, el Tir y el análisis de sensibilidad.

f. RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS, APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA.

1. ¿Su familia utiliza productos en su aseo personal ?

| CUADRO Nro. 2 | | |
|----------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| SI | 397 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 397 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las Familias Consumidoras

ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 397 encuestas realizadas en la Urbe Lojana , los 397 familias que son el 100% afirman que son usuarios de productos de aseo familiar puntualizando que todos los productos tienen un porcentaje de elementos naturales.

2. Si su respuesta es (SI) Indique que tipo de producto utiliza su familia para el aseo personal.

| CUADRO Nro. 3 | | |
|----------------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Jabón para manos (tocador) | 353 | 87% |
| Shampoo | 320 | 79% |
| Jabon Negro | 30 | 8% |
| Jabon de Lavar | 70 | 18% |
| Jabón Liquido | 220 | 55% |
| Detergentes | 10 | 3% |
| Otros | 5 | 1% |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORACION: El Autor



ANALISIS:

Para el siguiente análisis se tomara en cuenta el universo de encuestas para cada uno de los productos es así que 87% de familias afirman que utilizan el jabón para manos un 79 % de familias manifiestan utilizar el shampoo, 55% dice utilizar jabón liquido mientras que un 18% de familias señala que el jabón azul o para lavar ropa es utilizado en la familia para el aseo diario, un 8% dice utilizar el tradicional jabón negro, por ultimo un 3% menciona utilizar el detergente de

limpieza general para el aseo personal y un 1% hace referencia de otros productos como polvos desinfectantes.

SEGMENTANDO

Para la continuación del estudio se tomara en cuenta el porcentaje de familias que afirma utilizar el jabón de tocador y el porcentaje que añade usar el Shampoo por lo tanto se analizar dos productos por separado

| CUADRO Nro. 4 | | |
|-----------------------|-------------------|---------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Jabón para manos , | 353 | 87% |
| Shampoo | 320 | 79% |

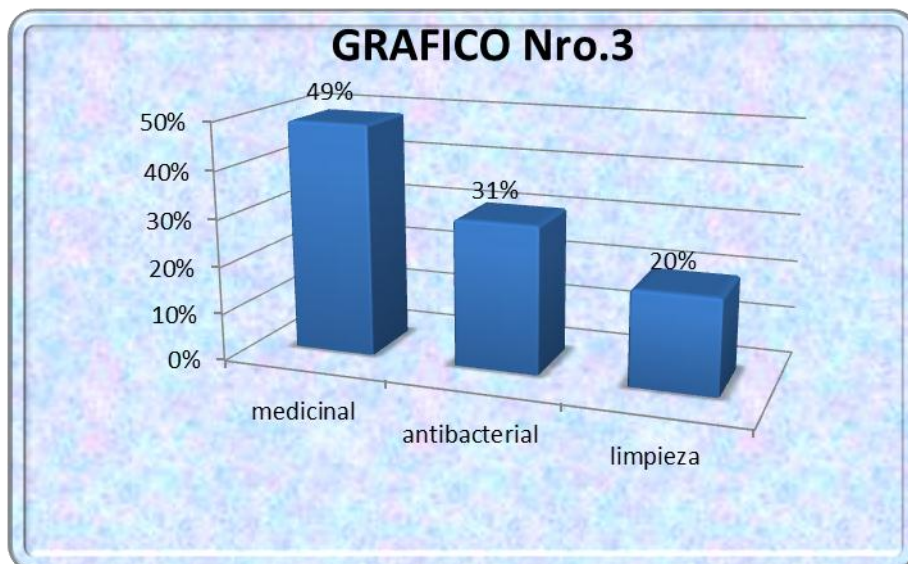
3. ¿De los tipos de productos expuestos a continuación cuales usa ?

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro. 5 | | |
|-------------------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Jabón de limpieza (glicerina) | 70 | 20% |
| Jabón Antibacterial | 110 | 31%% |
| Jabón Medicinal | 173 | 49% |
| TOTAL | 353 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

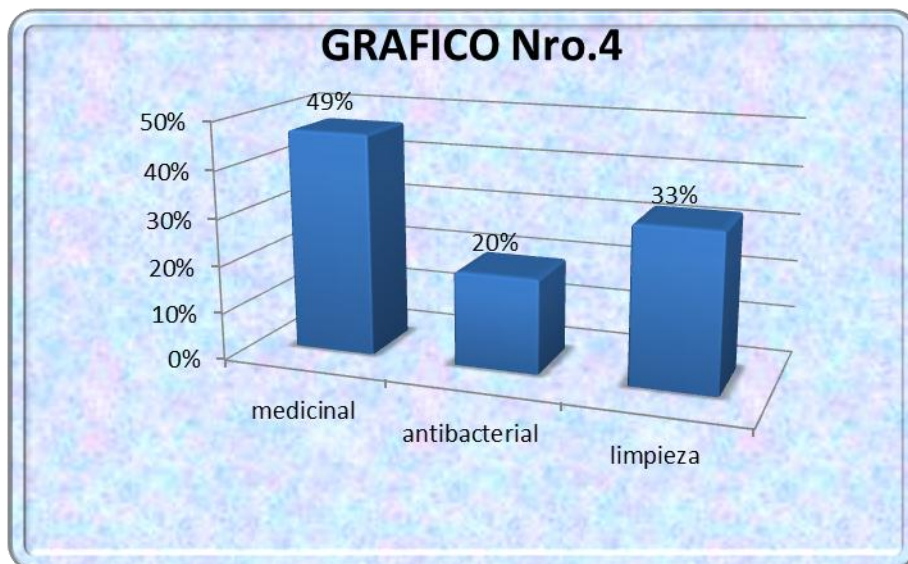
Respecto al jabón de tocador Un 20% de familias manifiestan que se utiliza el jabón común que sirve para sacar la grasa que; Un 31% dice que utiliza aquel jabón que sirve para eliminar las bacterias y un 49% usar los jabones medicinales.

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 6 | | |
|-----------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Shampoo se Limpieza | 105 | 33% |
| Shampo acondicionador | 65 | 20% |
| Shampoo Medicinal | 150 | 47% |
| TOTAL | 320 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Respecto al shampoo Un 20% de familias manifiestan que utilizan el Shampoo acondicionador para alimentar y dar brillo al cabello un 33% dice utilizar el shampoo común de limpieza que sirve para sacar la grasa mientras que un 47% usar los shampoo medicinales.

SEGMENTANDO

En la consecución del estudio de mercado se utilizaran el porcentaje de familias que afirman utilizar el jabón y el shampoo medicinal, tomando en cuenta que los productos objeto de estudio son de estas características

| CUADRO Nro. 7 | | |
|-------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Jabón Medicinal | 173 | 49% |
| Shampoo Medicinal | 150 | 47% |

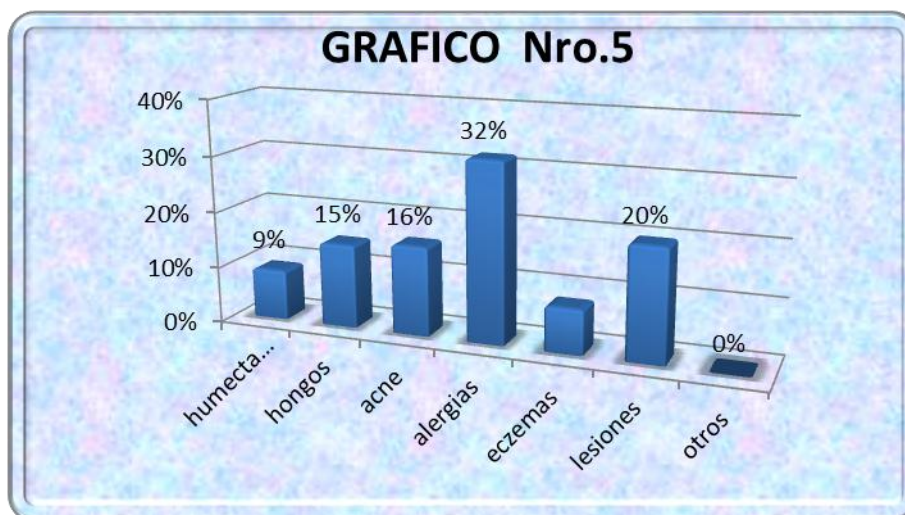
4. ¿Para que utiliza esta clase de productos?

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro. 8 | | |
|------------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Humectación , limpieza | 15 | 9% |
| Hongos | 26 | 15% |
| Acné | 28 | 16% |
| Alergias | 55 | 32% |
| eczemas | 13 | 8% |
| Lesione s | 36 | 20% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTAL | 173 | 100 |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

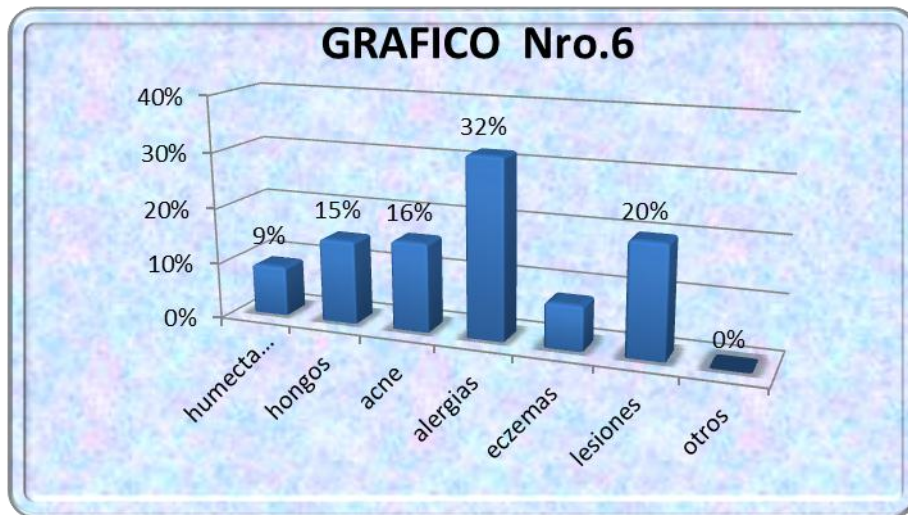
De acuerdo al estudio se pudo establecer que un 9% de las familias encuestadas utilizan para la limpieza únicamente, un 15% para combatir hongos , un 16% para contrarrestar el acné, un 32% para combatir alergias , Un 8% para eliminar eczemas, y un 20% para aliviar lesiones.

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 9 | | |
|------------------------|-------------------|---------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| Humectación , limpieza | 15 | 10% |
| Perdida de cabello | 34 | 23% |
| Soriasis | 3 | 2% |
| Caspa | 98 | 65% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTAL | 150 | 100 |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al estudio se pudo establecer que un 10% de las familias encuestadas utilizan el shampoo para la limpieza, un 23% para combatir la pérdida de cabello un 2% para contrarrestar la soriasis ,y un 65% para combatir el hongo que produce la caspa.

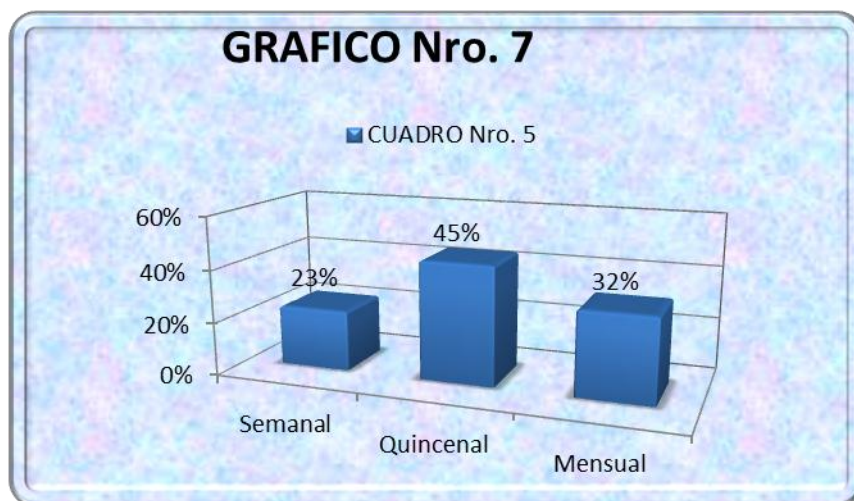
5. ¿Con que frecuencia utiliza estos productos?

JABON DE TOCADOR (Una Unidad)

| CUADRO Nro. 10 | | |
|----------------|--------------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | JABON DE TOCADOR/f | PORCENTAJE % |
| SEMANAL | 40 | 23% |
| QUINCENAL | 78 | 45% |
| MENSUAL | 55 | 32% |
| TOTAL | 173 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

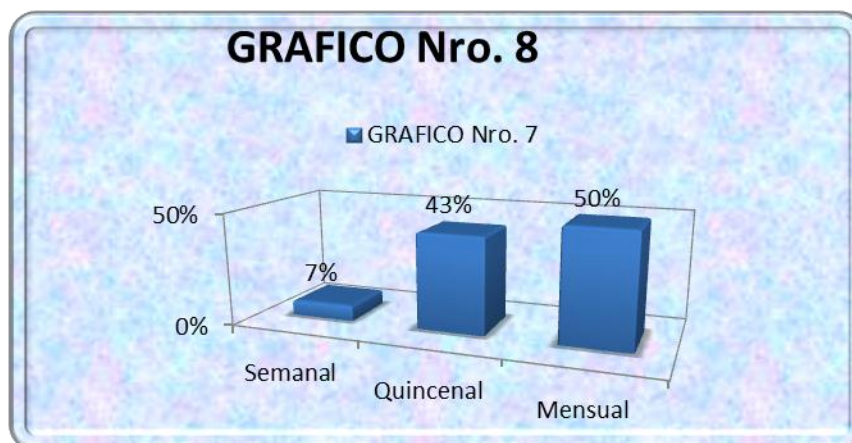
Respecto al jabón de tocador y su frecuencia de demanda familiar. Un 23% manifiestan que se utiliza una unidad de jabón semanalmente, mientras que un 45% dice que utiliza un pan de jabón quincenalmente y un 32% afirman que el consumo por unidad es mensualmente.

SHAMPOO(botella 500ml)

| CUADRO Nro.11 | | |
|----------------|-----------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | SHAMPOO/f | FRECUENCIA % |
| SEMANAL | 10 | 7% |
| QUINCENAL | 65 | 43% |
| MENSUAL | 75 | 50% |
| TOTAL | 150 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de las familias encuestadas un 7% manifiestan que utilizan el shampoo de 500 ml cada semana, un 43% mencionan que la frecuencia de compra para el shampoo de estas características es quincenal, mientras que un 50% de encuestados afirman que el consumo es mensual.

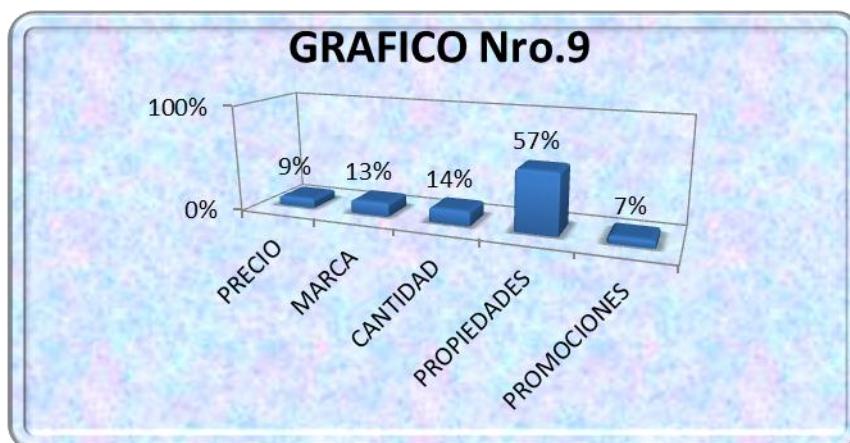
6. ¿Qué características influyen en su decisión, al comprar un producto de aseo familiar?

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro. 12 | | |
|--------------------------------|-------------------|---------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| PRECIO | 15 | 9% |
| MARCA | 23 | 13% |
| CANTIDAD | 25 | 14% |
| PROPIEDADES MEDICINALES | 98 | 57% |
| PROMOCIONES | 12 | 7% |
| TOTAL | 173 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de las familias encuestadas un 9% mencionan que el precio es el aspecto que mas influye al momento de comprar un producto de esta naturaleza , mientras tanto un 13% dice que la marca es el factor mas importante , un 14% afirma que la cantidades es lo mas influyente al momento de comprar , un 57% dicen que al momento de comprar un producto de aseo personal las propiedades medicinales son lo mas importante finalmente un 7% están convencidos que las promociones es el principal aspecto que motiva su compra.

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 13 | | |
|--------------------------------|-------------------|---------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| PRECIO | 16 | 11 |
| MARCA | 19 | 13 |
| CANTIDAD | 25 | 17 |
| PROPIEDADES MEDICINALES | 76 | 51 |
| PROMOCIONES | 14 | 9 |
| TOTAL | 150 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de las familias encuestadas un 11% mencionan que el precio es el aspecto que mas influye al momento de comprar un producto de esta naturaleza, mientras tanto un 13% dice que la marca es el factor mas importante, un 17% afirma que la cantidades es lo más influyente al momento de comprar, un 51% dicen que al momento de comprar un producto de aseo personal las propiedades medicinales son lo más importante; Finalmente un 9% están convencidos que las promociones es el principal aspecto que motiva su compra.

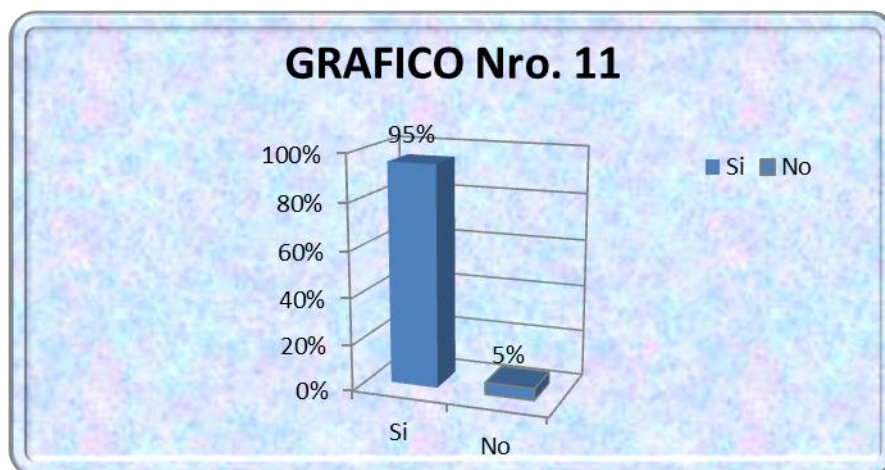
7. ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de jabón de tocador y shampoo a base de 16 plantas medicinales, estaría dispuesto a adquirirlos?

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro.14 | | |
|-----------------------|-------------------|---------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| SI | 164 | 95% |
| NO | 9 | 5% |
| TOTAL | 173 | 100% |

FUENTE: Encuestas a las Familias Consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

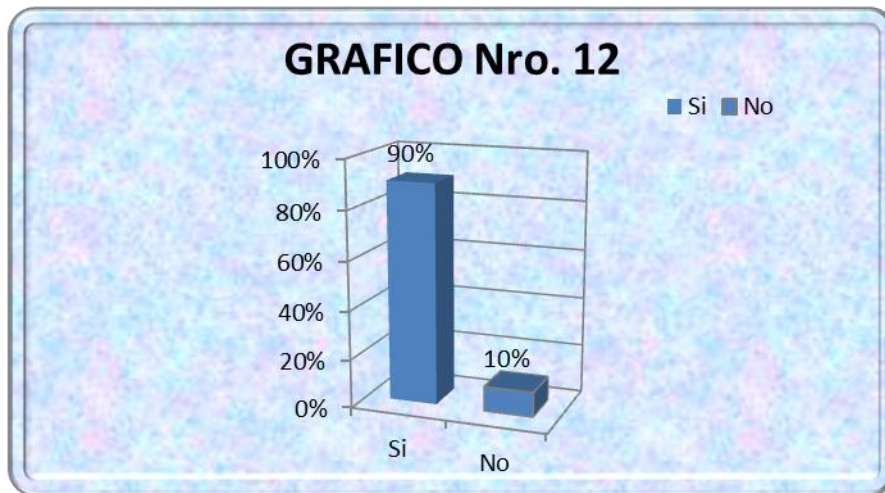
Del 100% de familias encuestadas, el 95% dijeron que definitivamente si comprarían un producto de esas características. Mientras que el 5% restante afirman que no la comprarían argumentando que existen plantas en la horchata que ocasionarían un efecto contraproducente en la piel.

SHAMPOO

| CUADRO Nro.15 | | |
|----------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE % |
| SI | 125 | 83% |
| NO | 25 | 17% |
| TOTAL | 150 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

Del 100% de familias encuestadas, el 83% afirman que definitivamente si comprarían un shampoo de estas características mientras que un 17% menciona que "NO" debido a los efectos contraproducentes que podría tener para el cabello.

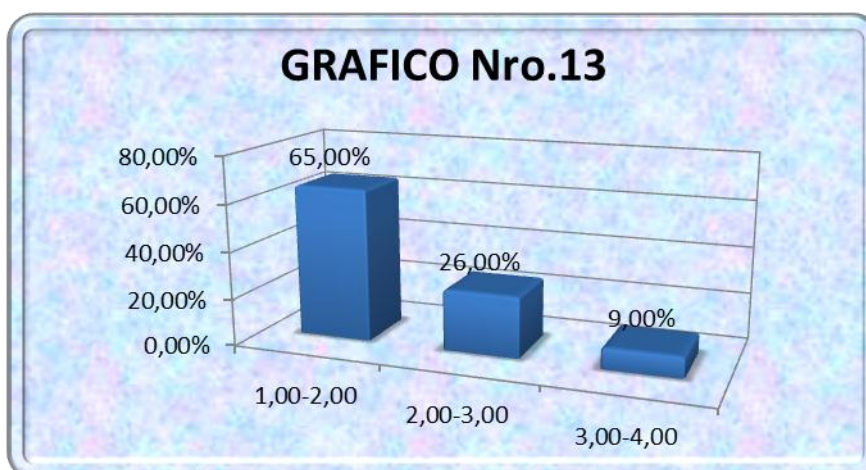
8.¿ Cuanto estaría dispuesto a pagar por ellos ?

JABON DE TOCADOR (1 UNIDAD)

| CUADRO Nro.16 | | |
|----------------|--------------------|-------------|
| ESPECIFICACIÓN | JABON DE TOCADOR/f | Porcentaje% |
| 1,00-2,00 | 107 | 65% |
| 2,00-3,00 | 44 | 26% |
| 3,00-4,00 | 13 | 9% |
| TOTAL | 164 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Familias Consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

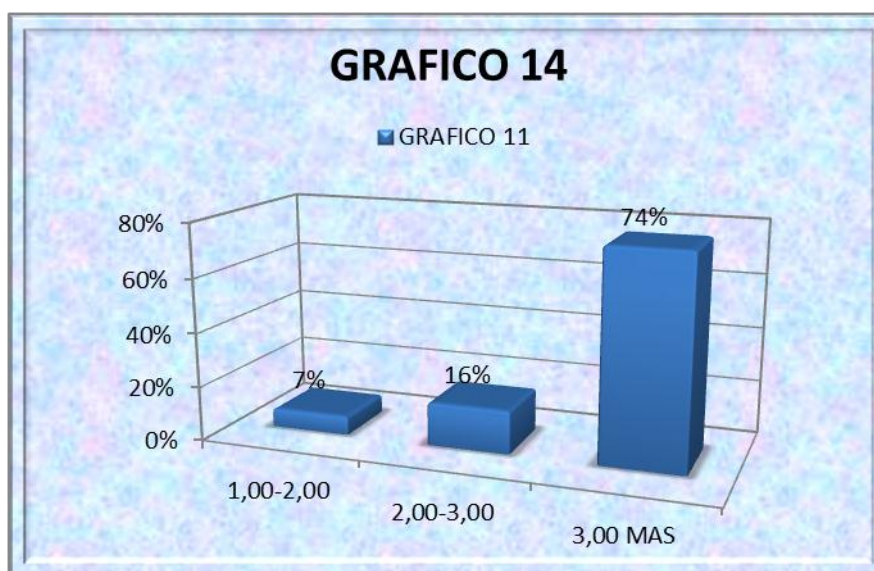
De los cuadros de análisis podemos concluir que el 65% de encuestas valoran un jabón de estas características entre uno y dos dólares, mientras que un 26% accederían a este producto siempre y cuando tenga un valor entre 2 y 3 dólares, finalmente el 9% restante correspondiente pagarían hasta 3 y cuatro dólares.

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 17 | | |
|------------------|------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | SHAMPOO/f | PORCENTAJE % |
| 1,00-2,00 | 10 | 7% |
| 2,00-3,00 | 24 | 16% |
| 3,00 EN ADELANTE | 91 | 74% |
| TOTAL | 125 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

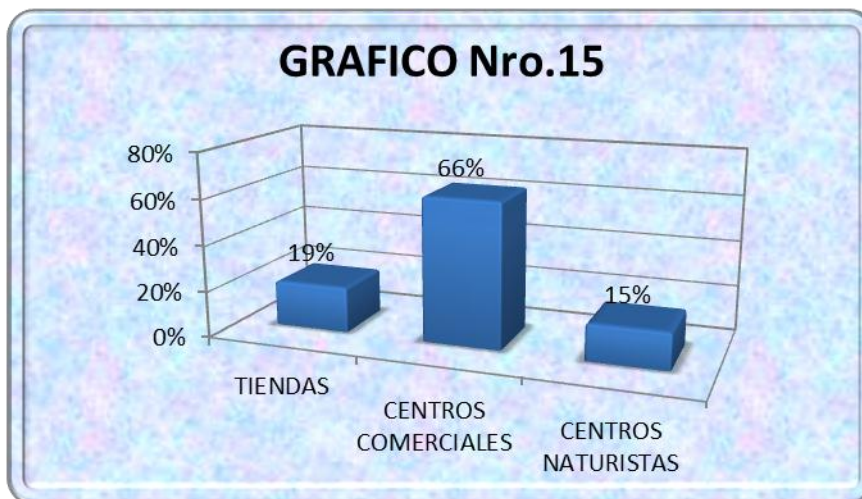
En el caso del shampoo el 7% de familias manifiestan que pagarían entre uno y dos dólares por un producto de tales cualidades, un 16 % correspondiente mencionan que estarían dispuestos a pagar entre dos y tres dólares y un 74 % restante afirman que podrían pagar más de tres dólares.

9.¿ Donde le gustaría que se comercialice esta clase de productos ?

| CUADRO Nro.18 | | |
|----------------------------|-------------------|--------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | FRECUENCIA% |
| TIENDAS | 32 | 19% |
| CENTROS COMERCIALES | 108 | 66% |
| CENTROS NATURISTAS | 24 | 15% |
| TOTAL | 164 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

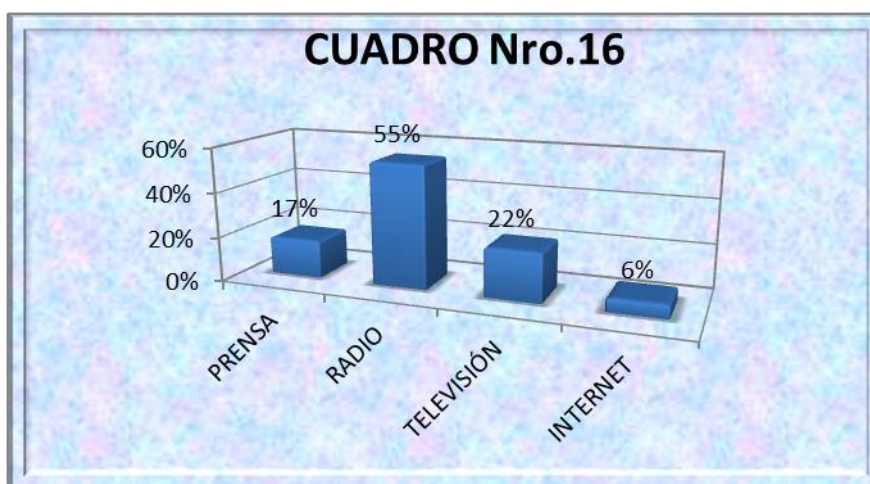
De los cuadros propuestos podemos concluir que un 19% encuestados frecuentan la compra de estos productos en tiendas , un 66% afirman que los obtienen en los centros comerciales , y el 15% restante mencionan que les gustaría que se comercialicen en Centros Naturistas.

10. ¿En que medio de comunicación le gustaría que se publicite estos Producto?

| CUADRO Nro. 19 | | |
|----------------|------------|-------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | FRECUENCIA% |
| PRENSA | 27 | 17% |
| RADIO | 92 | 55% |
| TELEVISIÓN | 36 | 22% |
| INTERNET | 9 | 6% |
| TOTAL | 164 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Familias Consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las 164 encuestas realizadas a las familias consumidoras de la urbe Loja un 55% mencionan que el medio más efectivo y en el que les gustaría que se publicite es la prensa, un 22% afirman que lo óptimo sería hacerlo por la radio, un 6% mencionan que en la tv sería lo más eficaz, finalmente un 6% que corresponde que el interné es el mejor medio para publicitar un producto.

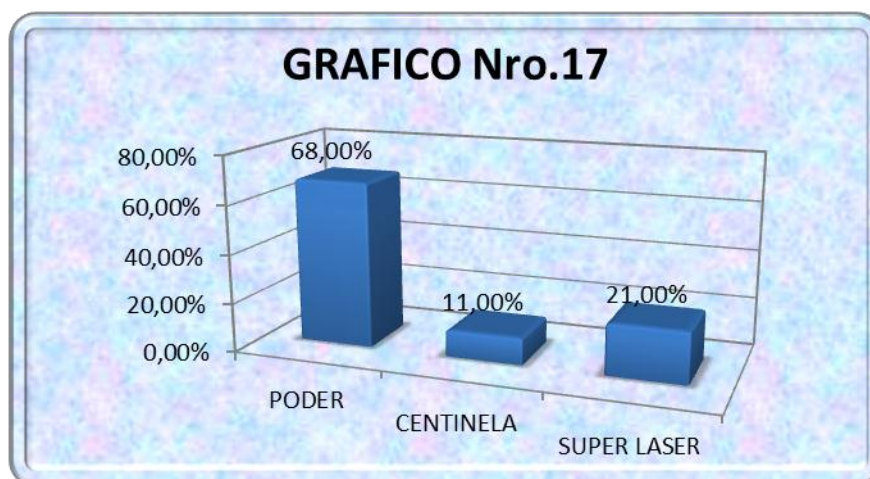
11. ¿Si su respuesta fue la Radio cual es la radio mas sintonizada?

RADIO

| CUADRO Nro. 20 | | |
|----------------|-----------------|-------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA / TV | FRECUENCIA% |
| PODER | 64 | 68% |
| CENTINELA | 9 | 11% |
| SUPER LASER | 19 | 21% |
| TOTAL | 92 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

El 68% de las familias encuestadas manifiestan que PODER es la radio que más escuchan, mientras que un 11% dicen que la radio más utilizada es CENTINELA, y un 21% afirman que SUPER LASER es la radio que más demandan.

12. Si su respuesta fue la prensa ¿De la prensa local cuál es la de su preferencia?

PRENSA

| CUADRO Nro.21 | | |
|----------------|---------------------|--------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA / PRENSA | PORCENTAJE % |
| LA HORA | 19 | 57 |
| LA CRONICA | 4 | 32 |
| CENTINELA | 4 | 11 |
| TOTAL | 27 | 100% |

FUENTE: Encuestas a familias consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

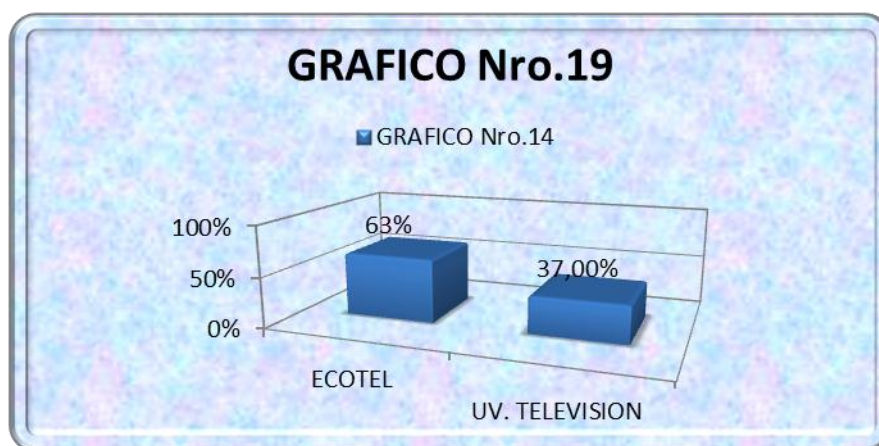
Respecto a la prensa se propuso los tres diarios que existen dentro del cantón Loja LA HORA , LA CRONICA Y CENTINELA dándonos el siguiente resultado. Un 57% de familias manifiestan que la HORA es el diario con mas demanda , un 32% dicen que la crónica la utilizan mas y un 11% manifiestan que el diario Centinela es el que más compran.

13. Si su respuesta fue la TV, de los canales locales ¿cuál es de su mayor preferencia?

| CUADRO Nro.22 | | |
|----------------|-----------------|-------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA / TV | FRECUENCIA% |
| ECOTEL | 23 | 63 % |
| UV | 13 | 37% |
| TOTAL | 36 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Familias Consumidoras

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de familias encuestadas en la ciudad de Loja , el 63% manifiestan que el canal de televisión local que prefieren es Ecotel; Sin embargo el 37% restante opinan que el canal de su gusto es UV televisión.

14. ¿ Qué tipo de promociones nos sugiere para nuestro producto?

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro. 23 | | |
|-----------------------|-------------------|--------------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | FRECUENCIA% |
| DESCUENTOS | 144 | 88% |
| 2X1 | 20 | 12% |
| TOTAL | 164 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla de interpretación podemos concluir que del 100 % de encuestados correspondiente a 164 familias, el 88% le gustaría promociones del 2 x1, mas el 12%, sugieren descuentos.

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 24 | | |
|--------------------|------------|-------------|
| ESPECIFICACIÓN | FRECUENCIA | FRECUENCIA% |
| DESCUENTOS | 85 | 70% |
| SHAMPOO + UN JABON | 40 | 30% |
| TOTAL | 125 | 100% |

FUENTE: Encuestas a Consumidores

ELABORADO: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la tabla de interpretación podemos concluir que del 100 % de encuestados correspondiente a 135 familias , el 70% le gustaría promociones DESCUENTOS, mas el 30%, sugiere promociones como un shampoo mas un jabón de tocador.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANALISIS DE LA DEMANDA

Es el estudio que permite conocer claramente, cual 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 está diseñado el proyecto . En un proyecto puede suceder que la demanda está 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 determinado. Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado así mismo establecer, las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

DEMANDA POTENCIAL

Nos permite determinar la cantidad de productos que podrían consumir en el mercado en un tiempo determinado, La demanda potencial es la máxima demanda posible que tiene el producto en un determinado nicho de mercado.

Para determinar la demanda potencial se ha tomado como referencia la pregunta Nro. 2 que dice ¿ **Si su respuesta es (SI) Indique que tipo de producto utiliza su familia para el aseo personal.**? el 87% de las

familias encuestadas manifiestas que utilizan Jabón de tocador en su aseo personal mientras que un 79 % afirma utilizar .Este porcentaje me posibilitara determinar la demanda potencial tanto para el jabón de tocador como para el shampoo.

DEMANDA POTENCIAL - JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro.25 | | | |
|------------------------------|-------------|-------------------------|--------------------------|
| DEMANDA POTENCIAL 87% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | Nro. De FAMILIAS | DEMANDA POTENCIAL |
| 1 | 2013 | 49877 | 43393 |
| 2 | 2014 | 51199 | 44543 |
| 3 | 2015 | 52556 | 45723 |
| 4 | 2016 | 53948 | 46935 |
| 5 | 2017 | 55378 | 48177 |

FUENTE: Datos INEC, encuestas a consumidores cuadro Nro.3

ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA POTENCIAL - SHAMPOO

| CUADRO Nro.26 | | | |
|------------------------------|-------------|-------------------------|--------------------------|
| DEMANDA POTENCIAL 79% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | Nro. De FAMILIAS | DEMANDA POTENCIAL |
| 1 | 2013 | 49877 | 39403 |
| 2 | 2014 | 51199 | 40447 |
| 3 | 2015 | 52556 | 41519 |
| 4 | 2016 | 53948 | 42618 |
| 5 | 2017 | 55378 | 43748 |

FUENTE: Datos INEC, encuestas a familias consumidoras cuadro Nro.3

ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado. Para determinar la demanda real se ha procedido a analizar los dos productos en estudio, tomando en consideración

la pregunta Nro.3 que dice **¿De los tipos de productos expuestos a continuación cuales usa ?** dándonos como resultado que el 49 % que son 173 familias utiliza jabón de tocador Medicinal y el 47% que son 150 familias utilizan shampoo medicinal.

DEMANDA REAL –JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro.27 | | | |
|-------------------------|-------------|-------------------|---------------------|
| DEMANDA REAL 49% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA P. | DEMANDA REAL |
| 1 | 2013 | 43393 | 21263 |
| 2 | 2014 | 44543 | 21827 |
| 3 | 2015 | 45723 | 22405 |
| 4 | 2016 | 46935 | 22999 |
| 5 | 2017 | 48177 | 23607 |

FUENTE: Datos INEC, encuestas a consumidores cuadro Nro.5 Nro.25

ELABORACIÓN : El Autor

DEMANDA REAL –SHAMPOO

| CUADRO Nro.28 | | | |
|-------------------------|-------------|-------------------|---------------------|
| DEMANDA REAL 47% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA. P | DEMANDA REAL |
| 1 | 2013 | 39403 | 18519 |
| 2 | 2014 | 40447 | 19010 |
| 3 | 2015 | 41519 | 19513 |
| 4 | 2016 | 42618 | 20030 |
| 5 | 2017 | 43748 | 20561 |

FUENTE: Datos INEC, encuestas a consumidores cuadro Nro.6- Nro26

ELABORACIÓN : El Autor

1.3. DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Para la determinación de la demanda efectiva hemos tomado como referencia la pregunta Nro.7 que dice **¿ Si se implementara una**

empresa productora y comercializadora de jabón de tocador y shampoo a base de 16 plantas medicinales, estaría dispuesto a adquirirlos? Dándonos como resultado que de las 173 familias que usan jabones un 95% que son 164 familias menciona que si adquiriría mientras que de las 150 familias que usan shampoo un 83% que son 125 , menciona que si adquiriría un shampoo de estas características.

DEMANDA EFECTIVA – JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro.29 | | | |
|-----------------------------|-------------|---------------------|-------------------------|
| DEMANDA EFECTIVA 95% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA REAL | DEMANDA EFECTIVA |
| 1 | 2013 | 21262 | 20199 |
| 2 | 2014 | 21826 | 20735 |
| 3 | 2015 | 22404 | 21284 |
| 4 | 2016 | 22998 | 21849 |
| 5 | 2017 | 23606 | 22426 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 14 Nro-27

ELABORACIÓN : El Autor

DEMANDA EFECTIVA – SHAMPOO

| CUADRO Nro.30 | | | |
|-----------------------------|-------------|---------------------|-------------------------|
| DEMANDA EFECTIVA 83% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA REAL | DEMANDA EFECTIVA |
| 1 | 2013 | 18519 | 15371 |
| 2 | 2014 | 19010 | 15779 |
| 3 | 2015 | 19513 | 16196 |
| 4 | 2016 | 20030 | 16625 |
| 5 | 2017 | 20561 | 17066 |

CONSUMO PERCAPITA ANUAL

JABON DE TOCADOR (1 UNIDAD)

| CUADRO Nro.31 | | | | |
|---------------------|------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| CONSUMO POR FAMILIA | | | | |
| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL DE U. MENSUALES | TOTAL DE U. ANUALES |
| Semanal | 40 | 23% | 160 | 1920 |
| Quincenal | 78 | 45% | 156 | 1872 |
| Mensual | 55 | 32% | 55 | 660 |
| TOTAL | 173 | 100% | 371 | 4452 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro 10.

ELABORACIÓN : El Autor

Después de obtener el total de unidades anuales (4452) establecemos el PROMEDIO DE ADQUISICIÓN ANUAL, dividiendo el total de unidades para el número de encuestados así tenemos:

CONSUMO PROMEDIO

$$X = \frac{\sum X_m * f}{N}$$

CONSUMO PROMEDIO

$$X = \frac{4452}{173}$$
$$X = 26 \text{ unidades}$$

De esto se deduce, que el promedio de adquisición es de 26 unidades al año por familia, con este dato procedemos a sacar el consumo percapita familiar de jabones de tocador en la Ciudad de Loja.

CONSUMO PERCAPITA

CONSUMO PERCA PITA = DEMANDA EFECTIVA* CONSUMO PROMEDIO

CONSUMO PERCAPITA = 20199* 26

CONSUMO PERCAPITA = 525148

JABON DE TOCADOR

| CUADRO Nro. 32 | | | | |
|--|------|------------------|------------------|--------------------|
| PROYECCIÓN CONSUMO PERCAPITA- JABON DE TOCADOR | | | | |
| Nro | Años | Demanda Efectiva | Consumo Promedio | Consumo Perca pita |
| 1 | 2013 | 20199 | 26 | 525148 |
| 2 | 2014 | 20735 | 26 | 539084 |
| 3 | 2015 | 21284 | 26 | 553358 |
| 4 | 2016 | 21849 | 26 | 568048 |
| 5 | 2017 | 22426 | 26 | 583050 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 31

ELABORACIÓN : El Autor

SHAMPOO (500 MIL)

| CUADRO Nro.33 | | | | |
|---------------------|------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| CONSUMO POR FAMILIA | | | | |
| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL DE U. MENSUALES | TOTAL DE U. ANUALES |
| Semanal | 10 | 7% | 40 | 480 |
| Quincenal | 65 | 43% | 130 | 1560 |
| Mensual | 75 | 50% | 75 | 900 |
| TOTAL | 150 | 100% | 245 | 2940 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 11

ELABORACIÓN : El Autor

Después de obtener el total de unidades anuales (**2940**) establecemos el PROMEDIO DE ADQUISICIÓN ANUAL, dividiendo el total de unidades para el número de encuestados así tenemos:

CONSUMO PROMEDIO

$$X = \frac{\sum Xm * f}{N}$$

$$X = \frac{2940}{150}$$

$$X = 20 \text{ unidades}$$

De esto se deduce, que el promedio de adquisición es de 20 unidades al año por familia, con este dato procedemos a sacar el consumo per capita familiar de jabones de tocador en la Ciudad de Loja.

CONSUMO PERCAPITA

CONSUMO PERCA PITA = DEMANDA EFECTIVA* CONSUMO PROMEDIO ANUAL

CONSUMO PERCAPITA = 15371 * 20

CONSUMO PERCAPITA = 307400

| CUADRO Nro. 34 | | | | |
|--|-------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| PROYECCIÓN CONSUMO PERCAPITA- SHAMPOO | | | | |
| Nro | Años | Demanda Efectiva | Consumo Promedio | Consumo Perca pita |
| 1 | 2013 | 15371 | 20 | 307400 |
| 2 | 2014 | 15779 | 20 | 315560 |
| 3 | 2015 | 16196 | 20 | 323900 |
| 4 | 2016 | 16625 | 20 | 332480 |
| 5 | 2017 | 17066 | 20 | 341200 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 33

ELABORACIÓN : El Autor

Podemos concluir que en consumo por familia es de 20 SHAMPOS haciendo la proyección se obtuvo el resultado por cada uno de los años proyectados, el total de consumo por cada uno de el total de las familias por año, como observamos en el cuadro.

ANALISIS DE LA OFERTA

Para realizar el respectivo análisis se procedió a hacer una entrevista a una de las principales empresas que importa y distribuye productos de aseo personal de características medicinales "IMPORT FAM" es una empresa quiteña con

cede en la ciudad de Loja que comercializa y distribuye productos de la línea UNILEVER – PALMOLIVE y NATURAL GARDEN productos. De acuerdo a la información obtenida por el Administrador y gerente de la empresa para el año 2012 las ventas e incremento se resumen de la siguiente manera:

JABON DE TOCADOR MEDICINAL (MATICO , HORTIGA ENTRE OTROS) – con un valor de \$ 1.00

Ventas 2012 \$ 400000 (aproximadamente)

Unidades Vendidas: 400000 (aproximadamente)

Incremento ventas 1.5 % anual.

**TABLA DE PROYECCIÓN:
CUADRO Nro. 34**

| AÑOS | UNIDADES VENDIDAS |
|-------------|--------------------------|
| 2012 | 400000 |
| 2013 | 406000 |
| 2014 | 412090 |
| 2015 | 418271 |
| 2016 | 424545 |
| 2017 | 430013 |

ANÁLISIS.- De acuerdo a la entrevista realizada a la importadora “IMPORT FAM” de la ciudad de Loja, las ventas para el 2012 respecto a jabón de tocador

de características medicinales ascienden a 400000 unidades con un incremento de 1.5% anual. Para los siguientes años se estima los valores que se muestran en el cuadro anterior proyectados hasta el 2017 con el respectivo incremento porcentual.

SHAMPOO- con un valor de \$ 2.50

Ventas 2012 (aproximadamente)

Unidades Vendidas:200000 (aproximadamente)

Incremento ventas 1.5 % anual.

TABLA DE PROYECCIÓN

CUADRO Nro.35

| AÑOS | UNIDADES VENDIDAS |
|-------------|--------------------------|
| 2012 | 200000 |
| 2013 | 203000 |
| 2014 | 206045 |
| 2015 | 209135 |
| 2016 | 212272 |
| 2017 | 215456 |

ANÁLISIS.- De acuerdo a la entrevista realizada a la importadora “IMPORT FAM” de la ciudad de Loja, las ventas para el 2012 respecto a shampoo de

tocador de características medicinales ascienden a 200000 unidades con un incremento de 1.5% anual. Para los siguientes años se estima los valores que se muestran en el cuadro anterior proyectados hasta el 2017 con el respectivo incremento porcentual.

DEMANDA INSATISFECHA

Es aquella en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado. En este caso comparamos la demanda existente de JABONES DE TOCADOR y la oferta que existe en el mercado, con el fin de determinar la demanda insatisfecha.

BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA- JABONES DE TOCADOR
CUADRO Nro. 36

| AÑOS | DEMANDA ESPERADA | OFERTA ESPERADA** | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 2013 | 525148 | 406000 | 119148 |
| 2014 | 539084 | 412090 | 126994 |
| 2015 | 553358 | 418271 | 135087 |
| 2016 | 568048 | 424545 | 143503 |
| 2017 | 583050 | 430013 | 153037 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 31,34

ELABORACIÓN : El Autor

BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA- SHAMPOO

CUADRO Nro. 37

| AÑOS | DEMANDA ESPERADA | OFERTA ESPERADA ** | DEMANDA INSATISFECHA |
|------|------------------|--------------------|----------------------|
| 2013 | 307400 | 203000 | 104400 |
| 2014 | 315560 | 206045 | 109515 |
| 2015 | 323900 | 209135 | 114765 |
| 2016 | 332480 | 212272 | 120208 |
| 2017 | 341200 | 215456 | 125744 |

FUENTE: Encuestas a consumidores cuadro Nro. 32,35

ELABORACIÓN : El Autor

ANÁLISIS: para la demanda insatisfecha fue necesario obtener la oferta esperada, una vez que hemos obtenido esta con el valor de la demanda esperada se le resta la oferta y se obtiene la demanda insatisfecha, la misma que será la partera del análisis del estudio de locación, flujo gramas de procesos estudio técnico capacidad instalada de la empresa.

ANÁLISIS DEL MARKETING MIX

PRODUCTOS

DESCRIPCIÓN

JABÓN DE TOCADOR

Compuesto por 16 plantas medicinales (ataco, escancel, manzanilla, albahaca, cedrón, toronjil, malva olorosa, hierbaluisa, cola de caballo, cucharillo, llantén, borraja, shullo, linaza, sábila, cadillo) bactericida, elimina el 98% de bacterias, humecta y protege la piel, eficaz para contrarrestar enfermedades dermatológicas como acné, hongos sarpullido y demás enfermedades de la cutícula, así mismo creara una barrera protectora prolongada que dejara una sensación de limpieza y seguridad todo el día . Su peso será de 110 gramos, su tamaño será de 9cm de largo x 5 cm de ancho. Su color se lo extraerá de la esencia del escancel por lo que será rojizo purpura. Tendrá un olor natural agrídulce, sobresaliendo el olor de la malva olorosa por ser la planta con mayor perfume.

SHAMPOO

Compuesto por 16 plantas medicinales (ataco , escancel, manzanilla, albahaca, cedrón, toronjil, malva olorosa, hierbaluisa, cola de caballo, cucharillo, llantén, borraja, shullo, linaza, sábila, cadillo ,) La combinación de plantas medicinales crea un emoliente extraordinario que alimenta y fortalece el cabello, su fórmula de componentes bactericidas naturales elimina eficazmente los signos visibles

del hongo que provoca la caspa, desde la primera lavada . Su presentación será en un embase plástico con capacidad a 500ml Su color se lo extraerá de la esencia del escancel por lo que será rojizo purpura. Tendrá un olor natural agridulce, sobresaliendo el olor de la malva olorosa por ser la planta con mayor perfume.

b) LA MARCA

Es un nombre, un término, un símbolo, un diseño que identificara al producto de la empresa. La marca para mi producto es:

GRAFICO Nro. 18



c) ESLOGAN

El Slogan para JABONARTE será:

GRAFICO Nro. 19



d) ETIQUETA

JABON DE TOCADOR

PARTE FRONTAL

GRAFICO Nro.20



PARTE TRASERA

GRAFICO Nro. 21



SHAMPOO

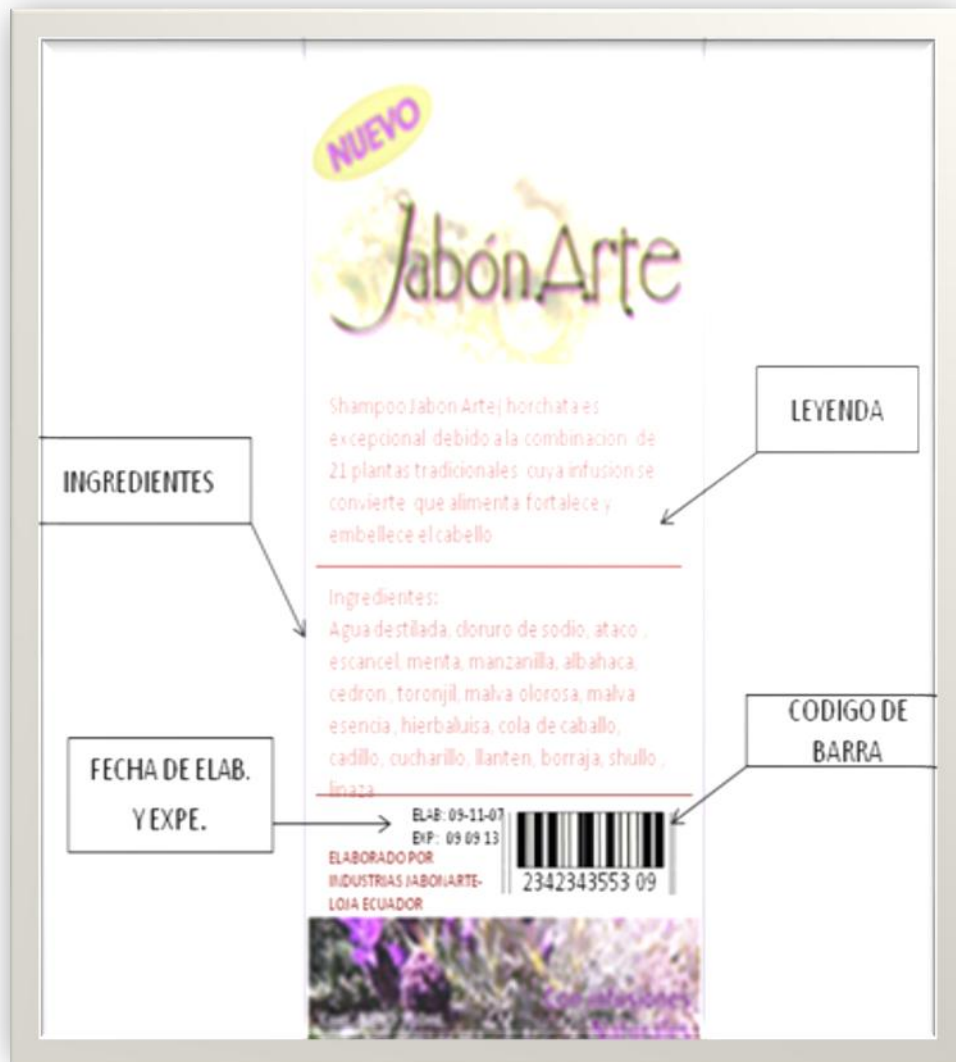
PARTE FRONTAL

GRAFICO Nro.22



PARTE TRASERA

GRAFICO Nro.22



PRECIO

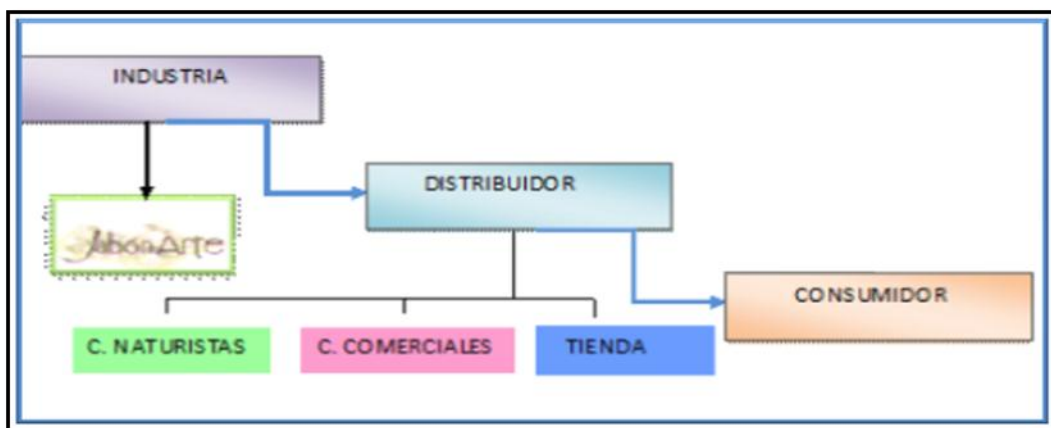
El precio se lo definió considerando el estudio de mercado, los precios accesibles a los consumidores los costos totales de producción , y un margen

de utilidad del 45% el precio que se expone a continuación tiene un referente competitivo con productos similares producidos por grandes emporios industriales .

| PRODUCTO | PRECIO (\$) |
|---------------------------|-------------|
| SHAMPOO HORCHATA | 3,00 |
| JABON DE TOCADOR HORCHATA | 1,50 |

PLAZA

Para ofertar el producto se utilizará un canal indirecto esto es:



Industrias JABONARTE utilizará para su distribución algunos canales estos son: centros naturistas centros comerciales, tiendas etc. y estos serán los comercializadores directos con el consumidor final.

PUBLICIDAD

OBJETIVO.

- Captar la preferencia del consumidor.
- Que se conozca el producto
- Instalar y consolidar una marca.

- Establecer un puente entre la empresa y el mercado.

MEDIOS

Redes Sociales (Facebook , Tiwtter , Hi 5 , Sonico)

Radio

Publicidad directa

Stans , ferias artesanales

Publicidad en la Tv

PLAN DE COMUNICACIÓN

| | |
|---|-------------------|
| Principales actividades a ejecutar | PERMANENTE |
| <p>1. Relaciones de prensa Se colocara noticias informativas en los medios noticiosos para atraer la atención hacia un producto o servicio.</p> | |
| | PERMANENTE |
| <p>2. Propaganda del producto Se ganara espacio en distintos medios de información para promover los productos . Las ferias ciudadanas serán mecanismos de propaganda. Se colocaran stands en cada uno de los centros comerciales para anunciar y hacer conocer de los productos. Se promocionara en los Hoteles y paradores turísticos de la ciudad ofreciendo los productos en promociones y con descuentos a mayoristas</p> | |

ESQUEMA - ANUNCIO PUBLICITARIO

De acuerdo al estudio de mercado se pudo establecer los medios de comunicación con mayor aceptación en los consumidores. Dentro de la prensa, el diario la Hora tiene mayor demandantes, por lo cual se sacara un spot

publicitario los jueves de cada semana. Respecto a la Tv la mayoría de los consumidores afirmaron que Ecotel tv es su canal de preferencia por lo cual se publicitara el producto tres veces por semana en el intermedio del noticiero de las 13h00. En cuanto a la radio se transmitirá tres veces al día un boletín publicitario en los horarios de 7am. 12:30Pm y 7Pm.

CON **Jabón Arte** HAS DE TU LIMPIEZA DIARIA
UN VERDADERO ARTE

CANSADO DE QUE EL JABON DE BAÑO QUE USAS TE IRRITE LA PIEL, TE PRODUSCA ESCAMAS EN TU CUERPO, QUE NO VAYA DE ACUERDO A TU PH Y QUE NO TE PROTEJA CONTRA VIRUS Y BACTERIAS..... JABONARTE TE TRAE LA SULUCION, CON MAS DE 16 PLANTAS MEDICINALES EL NUEVO JABON DE TOCADOR ,ES EL HIDRANTE NATURAL QUE NECESITA TU PIEL, SU CONBINACION DE EMOLIENTES NUTRIENTES Y BACTERISIDAS NATURALES HACEN QUE TU LIMPIEZA DIARIA SE CONVIERTA EN UN VERDADERO ARTE..

JABÓN

SHAMPOO
Enriquecido con vitamina D
Cabellos secos

PROMOCIONES:

De acuerdo al estudio de mercado realizado, específicamente en la pregunta Nro. 14 de la encuesta que dice ¿Qué tipo de promociones nos sugiere para nuestro producto? En el segmento correspondiente al jabón de tocador un 88 por ciento que son 144 familias mencionan que optarían por descuentos periódicos, mientras que respecto al shampoo la mayor parte de familias consideran igualmente descuentos periódicos en las compras. Por lo tanto de acuerdo al análisis se cree que se optaría entonces por otorgar descuentos de acuerdo a la cantidad de compra.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico definirá las especificaciones de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto: el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales, el nivel de calificación de la mano de obra, la maquinaria y los equipos requeridos, la programación de las inversiones iniciales y de reposición. Esta información permitirá constituir las bases de la normativa técnica para la ejecución del proyecto

TAMAÑO

Se entiende por tamaño de la planta a la capacidad nominal de producción de un planta industrial. Con la determinación del tamaño de la planta industrial se conforma el estudio económico del proyecto de factibilidad, puesto que incide sobre el nivel de inversiones y costos que se calcularan, así como sobre la rentabilidad que podría generar la implementación del proyecto.

El tamaño de la planta dado el estudio de mercado y su factibilidad desde el punto de vista de la capacidad de atención de la empresa Al Inicio estará en capacidad de cubrir un 26% de la demanda insatisfecha pero tomando en cuenta la variabilidad del mercado y su demanda en crecimiento a posteriori, se pretende realizar una reinversión y de esta forma incrementan la capacidad de la empresa el volumen de utilización y por consiguiente el porcentaje de atención

CAPACIDAD DISEÑADA O TEÓRICA

También denominada capacidad máxima o ideal supone que todo el personal y equipos operan a la máxima eficiencia usando el 100% de la planta, la capacidad teórica es irreal deja de incluir las interrupciones normales que resulten de las descomposturas o del mantenimiento de las maquinas. la capacidad teórica con la que nuestra empresa va a contar es la siguiente tomando en cuenta la capacidad de la mescladora que son aproximadamente 50 litros por hora que constituyen 50000 cm³ así se obtiene :

JABON DE TOCADOR:

Para el Jabón de tocador se toma en cuenta los 50000 cm³ o 50 litros divididos para 175 cm³ que posee cada jabón esto no da un total de 286 jabones x hora esto multiplicado por 24 horas nos da una PRODUCCIÓN DIARIA de 6864. Esto multiplicado por 365 días que tiene el año nos da un promedio total de producción.

| CAPACIDAD TEORICA – jabon de tocador | | | |
|---|-------------|-----------------------------|--------------------------|
| CUADRO Nro. 34 | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA INSATISFECHA | CAPACIDAD TEORICA |
| 1 | 2013 | 119148 | 2505360 |
| 2 | 2014 | 126994 | 2505360 |
| 3 | 2015 | 135087 | 2505360 |
| 4 | 2016 | 143503 | 2505360 |
| 5 | 2017 | 153037 | 2505360 |

FUENTE: Demanda insatisfecha cuadro Nro. 32

ELABORADO: El autor

2.2.3 SHAMPOO

Para el SHAMPOO se ha tomado en cuenta la misma capacidad de la homogeniza dora esto es 50000 cm³ los dividiremos para los 500 cm³ de producto que pretende tener el embase, dándonos un total de 100 ,shampoos esto multiplicado por las 24 horas nos da una PRODUCCIÓN DIARIA de 2400 multiplicado por los 365 que tiene el año nos da un valor de promedio de. 876000

| CAPACIDAD TEORICA | | | |
|--------------------------|-------------|-----------------------------|--------------------------|
| CUADRO Nro. 35 | | | |
| PERIODOS | AÑOS | DEMANDA INSATISFECHA | CAPACIDAD TEORICA |
| 1 | 2013 | 104400 | 876000 |
| 2 | 2014 | 109515 | 876000 |
| 3 | 2015 | 114765 | 876000 |
| 4 | 2016 | 120208 | 876000 |
| 5 | 2017 | 125744 | 876000 |

FUENTE: Demanda insatisfecha cuadro Nro. 33

ELABORADO: El autor

CAPACIDAD INSTALADA

Es la capacidad máxima de bienes o servicios que puede obtenerse de las plantas o equipos por unidad de tiempo y bajo condiciones dadas. Para calcular la capacidad tomaremos en cuenta las horas laborables y la capacidad de la homogeinizadora mezcladora esto es:

Respecto a las horas de trabajo se ha planificado trabajar en jornadas de ocho horas por día (8 h/día)disminuido 9 días por fiestas patrias (1 de Enero, Viernes Santo, 1 y 24 de Mayo, 10 de Agosto, 1, 2 y 3 de Noviembre y 25 de Diciembre) menos 104 días entre sábado y domingo nos da un total de 251 días correspondiente a 2008 horas laborables; la capacidad de la maquina es de 50000cm³ por hora o 50 litros x hora

JABON DE TOCADOR

286 JABONES en 2 HORAS x 4 periodos laborables = 1144 por 251(días laborables) = **574288**

| CAPACIDAD INSTALADA – JABON DE TOCADOR | | | | |
|--|------|-------------------|---------------------|-------------------|
| CUADRO Nro.36 | | | | |
| PERIODOS | AÑOS | CAPACIDAD TEORICA | CAPACIDAD INSTALADA | DEMAND A A CUBRIR |
| 1 | 2013 | 2505360 | 287144 | 11.4% |
| 2 | 2014 | 2505360 | 287144 | 11.4% |
| 3 | 2015 | 2505360 | 287144 | 11.4% |
| 4 | 2016 | 2505360 | 287144 | 11.4% |
| 5 | 2017 | 2505360 | 287144 | 11.4\$ |

FUENTE: Capacidad teórica cuadro 34

ELABORADO: El Autor

SHAMPOO

100 SHAMPOOS DE 500cm³ por 8 horas laborables = 800 por 251(días laborables) = 200800

| CAPACIDAD INSTALADA | | | | |
|----------------------------|-------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|
| CUADRO Nro. 37 | | | | |
| PERIODOS | AÑOS | CAPACIDAD TEORICA | CAPACIDAD INSTALADA | DEMANDA A CUBRIR |
| 1 | 2013 | 876000 | 200800 | 22.92% |
| 2 | 2014 | 876000 | 200800 | 22.92% |
| 3 | 2015 | 876000 | 200800 | 22.92% |
| 4 | 2016 | 876000 | 200800 | 22.92% |
| 5 | 2017 | 876000 | 200800 | 22.92% |

FUENTE: Cuadro Nro. 35 Capacidad teórica

ELABORADO: El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA

Es el porcentaje de la capacidad instalada, teniendo en cuenta la contingencia de producción y ventas durante un tiempo determinado, en la medida en la que se pueda penetrar el mercado y se mejore la eficiencia empresarial se ira incrementando la capacidad utilizada . Esta capacidad la calculamos en base al tiempo que lleva la elaboración de cada uno de los tres productos que conforman la línea de consumo familiar.

JABÓN DE TOCADOR

Tiempo utilizado en la producción de un lote 286 jabones = 4 horas

Cantidad de productos por hora de trabajo 72

Cantidad de productos por minuto = 1. Producto (unidad)

Cantidad de producción por día = 572

Se producirá jabón de tocador tres días a la semana esto es lunes , miércoles y viernes por cuanto es necesario un reposo de 24 horas para que el proceso de saponificación se cumpla y el nivel de hidróxido baje. Para la producción anual se analizara de la siguiente manera

260 días equivalentes a 52 semanas

251 días equivalente a 50.2 semanas

50.2 semanas x 3 días laborables = 151 días

Producción anual es = 572 (jabones) x 151 (días) = 86372

CAPACIDAD UTILIZADA - JABON DE TOCADOR

| CAPACIDAD UTILIZADA | | | | | |
|----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| CUADRO Nro. 38 | | | | | |
| AÑOS | DEMANDA INSATISFECHA | CAPACIDAD INSTALADA | % DE ATENCIÓN | CAP UTILIZADA | % DE AT. |
| 2013 | 119148 | 287144 | 30% | 86372 | 72% |
| 2014 | 126994 | 287144 | 35% | 100500 | 79% |
| 2015 | 135087 | 287144 | 40 % | 114857 | 85% |
| 2016 | 143503 | 287144 | 45% | 129214 | 90% |
| 2017 | 153037 | 287144 | 50.% | 143572 | 93% |

Fuente: – Cuadro Nro. 36 Capacidad instalada

Elaboración: El Autor

SHAMPOO

Tiempo utilizado en la producción de un lote de 100 jabones = 2 horas

100 * 4(tiempos de dos horas)

= 400 shampoo por día x 100 días 40000 shampoo

| CAPACIDAD UTILIZADA | | | | | |
|---------------------|-------------------------|------------------------|------------------|------------------|-------------|
| CUADRO Nro. 39 | | | | | |
| AÑOS | DEMANDA INSATISFECHA | CAPACIDAD INSTALADA | % DE ATENCIÓN | CAP UTILIZADA | % DE AT. |
| 2013 | 104400 | 200800 | 20% | 40000 | 38% |
| 2014 | 109515 | 200800 | 25% | 50200 | 45% |
| 2015 | 114765 | 200800 | 30% | 60240 | 61% |
| 2016 | 120208 | 200800 | 35% | 70280 | 75% |
| 2017 | 125744 | 200800 | 40% | 80320 | 88% |

Fuente: Cuadro Nro. 37

Elaboración: El Autor

LOCALIZACION

Debido a las nuevas ordenanzas propuestas por el Ilustre municipio de Loja de que no se creen empresas de ninguna ración social dentro del Centro Histórico de Loja se ha creído conveniente que la empresa se encuentre instalada en la Ciudad de Loja barrio

EPOCA –calle Jamaica entre Francia y Hungría

FACTORES LOCALIZACIONES

| COMPONENTES | OPTIMO | BUENO | MALO | DETALLE |
|----------------|--------|-------|------|--|
| AGUA | | X | | No existe servicio de agua permanente |
| ALCANTARILLADO | | X | | Últimamente por la abundancia de lluvias se ha producido en el sector inundaciones debido a la falta de sistemas de alcantarillado eficaces |
| ENERGIA | | X | | Últimamente con las nuevas políticas de subsidiar parcialmente la energía se espera a que exista un incremento en el costo del servicio |
| VIAS | | X | | Las vías dentro de la ciudadela visiblemente están en buen estado sin embargo las condiciones de las vías de accesibilidades están en un paupérrimo estado |
| TELEFONIA | | X | | El servicio de telefonía que se brinda es bueno sin embargo para la obtención de nuevas líneas existe demasiado trámite burocrático y falta de gestión en la adquisición de equipos es menester mencionar también que existe problemas de señal referente a la telefonía celular |
| REDES/INTERN | | X | | Existen proveedores de redes |
| SEGURIDAD | | X | | No existe un sistema de seguridad dentro de la Locación , a pesar de los esfuerzos de la policía no hay un permanente control policial |
| SALUBRIDAD | X | | | |
| ORDENANZAS | | | X | Existe demasiado cobro vial eléctrico y demás servicios que corresponde a ordenanzas impuestas |

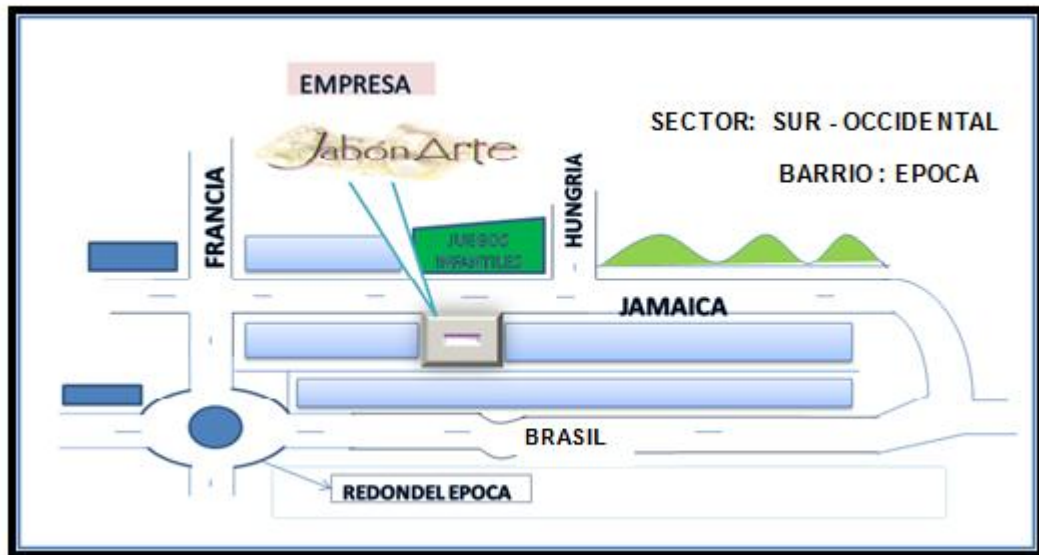
MACROLOCALIZACIÓN

JABONARTE CIA. LTDA.

Empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de aseo familiar a base de plantas medicinales estará ubicada en el cantón Loja, provincia de Loja - Región Sur del Ecuador.

MICROLOCALIZACION:

JABONARTE empresa estará Ubicada en la Ciudadela Época calles: Jamaica entre Francia y Hungría



INGENIERIA DEL PROYECTO

COMPONENTES TECNOLOGICOS

La tecnología es el componente del proyecto que se preocupa por el diseño, la instalación puesta en marcha y operación del sistema productivo, para el presente proyecto se contará con los siguientes instrumentos tecnológicos.

HOGEINIZADOR

MESCLADOR



CARACTERISTICAS

| | | | |
|--------------------------|--------------------|------------------|---------------------|
| Lugar del origen: | China (continente) | Marca: | Yusiang |
| Número de Modelo: | JB1 | Tipo: | Máquina de mesclado |
| Energía | 1Hp/ 0.74 KW | Capacidad | 50 litros |
| Altura | 200 cm | anchura | 350 cm |

PROCESO:

1. El sistema se diseña especialmente para el medio y las empresas pequeñas y la capacidad de la producción del cambio pueden alcanzar a tres veces, él se compone del pote principal, caldera auxiliar, bomba de alimentación del acero inoxidable, plataforma del soporte, sistema de control.

2. pusieron el material en el pote principal disuelven, mezcla, homogeneizador, después transporte al pote auxiliar por la bomba al enfriamiento o agregan la fragancia

ETIQUETADORA



CARACTERISTICAS

| | | | |
|---------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Lugar del origen: | China (continente) | Marca: | shengsen |
| Número de Modelo: | SS-1800 | Tipo: | Máquina de etiquetado |
| Material de empaquetado: | vidrio, plástico, u otros | Grado automático: | Automático |
| Energía: | 500W | Uso: | Shampoo, jabones |
| Condición: | Nuevo | Tipo de empaquetado: | Botella |
| Tipo conducido: | Eléctrico | material: | metal |
| Energía | 1.5KW | Velocidad de etiquetado | 30pcs~500pcs /min |

INFRAESTRUCTURA FISICA

PLANO

/Expuesto plano Al final del proyecto/

2.6.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

| AREAS | m². |
|-----------------------------|-----------------------|
| ESTACIONAMIENTOS 1. | 12X 5.50 |
| AREA DESCARGUE | 3.13 X 6.38 |
| SELECCIÓN Y LIMPIEZA | 8.38 X 8.35 |
| LABORATORIOS | 12.75 X 8.36 |
| INFORMACIÓN | 3X 2.50 |
| VESTIBULOS | 5.10 X 1.50 |
| GERENCIA | 4.35X 4.36 |
| BODEGA | 8.50 X 8.95 |
| SELLADO Y ETIQUETADO | 8.50 X 8.95 |
| AREA DE VENTAS | 8.35X8.36 |
| AREA TOTAL | 1500M 2 |

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Analizando el proceso abarca todas las etapas que se deben realizar para brindar los presentes productos y servicios.

JABÓN DE TOCADOR

PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. Recolección de la Materia prima

La recolección de la materia prima se la realizara por medio de un proceso de búsqueda en diferentes sectores de la localidad para evitar intermediarios se comprara directamente a productores directos.

2. Almacenamiento y Selección

Una vez obtenida la materia prima se la llevara a la zona de descargue y almacenamiento en este departamento se hará la respectiva selección de lo mas optimo y en mejores condiciones para que pase al siguiente paso

3. Limpieza

Aquí las plantas serán limpiadas a través de un vaporizador de calor para exterminar cualquier bicho que se encuentren en las mismas

Para el cebo madre, un operario será en el cargado de limpiar y eliminar cualquier tipo de suciedades o impurezas dentro del cebo.

4. Laboratorio

Una vez limpias las plantas pasan al periodo de laboratorio donde se procederá a sacar, los aceites, las esencias y las infusiones. Para El cebo,se añadirá a la disolución el componente sosa caustica que nos posibilitara separar los líquidos de las grasas de esta forma obtendremos el ya de una forma bruta el jabón

5. Colocación de insumos

En este paso previo a una medición respecto a la cantidad de Jabon semi-elaborado colocamos las esencias, aceites, e infusiones de horchata . se realizara la respectiva mescla hasta que quede con el aroma y color esperado .

6. Embasado

Una vez pasado el tiempo de espera obtenemos ya el producto elaborado, para el embasado se verifica las condiciones de los embaces se realice un prelavado de los mismos a través de un evaporizado de calor y procede a activar la maquina embazadora previamente regulada.

7. Etiquetado

Una vez cortadas las etiquetas en unidades el etiquetado del embase se lo hará manualmente se verificara que la etiqueta tenga el color necesario y la información inscrita legible . luego se pasara una prensa sutil para el adhesión del stiker al embase.

8. Sellado

El sellado se hará con el plástico Hiper pak en todo el embase se regulara previo la maquina selladora.

9. Almacenado

Se almacenara en cartones de unidades de 50 unidades

SHAMPOO

FASES – PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. Recepción y almacenamiento de las materias primas .- Esta actividad registra los datos del proveedor procedencia , costos y cantidad entregada.

2.Limpieza y Trituración

Aquí las plantas serán limpiadas a través de un vaporizador de calor para exterminar cualquier bicho que se encuentren en las mismas , luego se realiza la pulverización de las plantas hasta que alcancen el tamaño de una micra

3.Preparación

Se selecciona las cantidades y proporciones de los diferentes ingredientes que son : Extracto de las plantas que componen la horchata Potasio caustica , sosa caustica , alcohol escéptico , aceite de coco, cloruro de sodio , propyleneglycol, methylparaben, aceite de almendras.

4. Homogenizado y Mesclado .

Se vierte en la maquina mescladora homogenizadora para que todos los elementos estén debidamente mesclados y contenga una textura homogenizada .

5. Embasado

El producto se traslada a la maquina embasadora en donde se embasara en botellas plásticas de 500cm³ o 500ml

6. Cerrado de botellas y Etiquetado

Una vez cerrada las botellas se procede a etiquetarlas con etiquetas previamente cortadas y medidas se envuelve el embase mediante un proceso artesanal se procede a adherir las mismas a la botella.

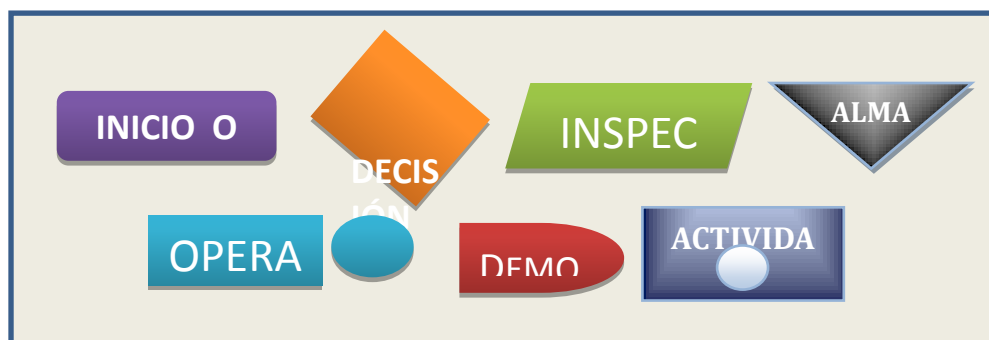
7. Almacenamiento

En la bodega se almacenan las botellas en cartones de 50 unidades esperando un tiempo de 12 horas en reposo antes de su distribución

2.6.4.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Es aquella representación grafica de los pasos que se siguen en cada uno de los procesos de elaboración , se los identifica mediante símbolos de acuerdo a su naturaleza , incluye además toda la información que se considera necesaria para el análisis , tal como distancias recorridas , cantidad considerada y tiempos recorridos.








SIGNIFICADO DE LA SIMBOLOGÍA



CRONOGRAMA DE OPERACIONES

JABON DE TOCADOR

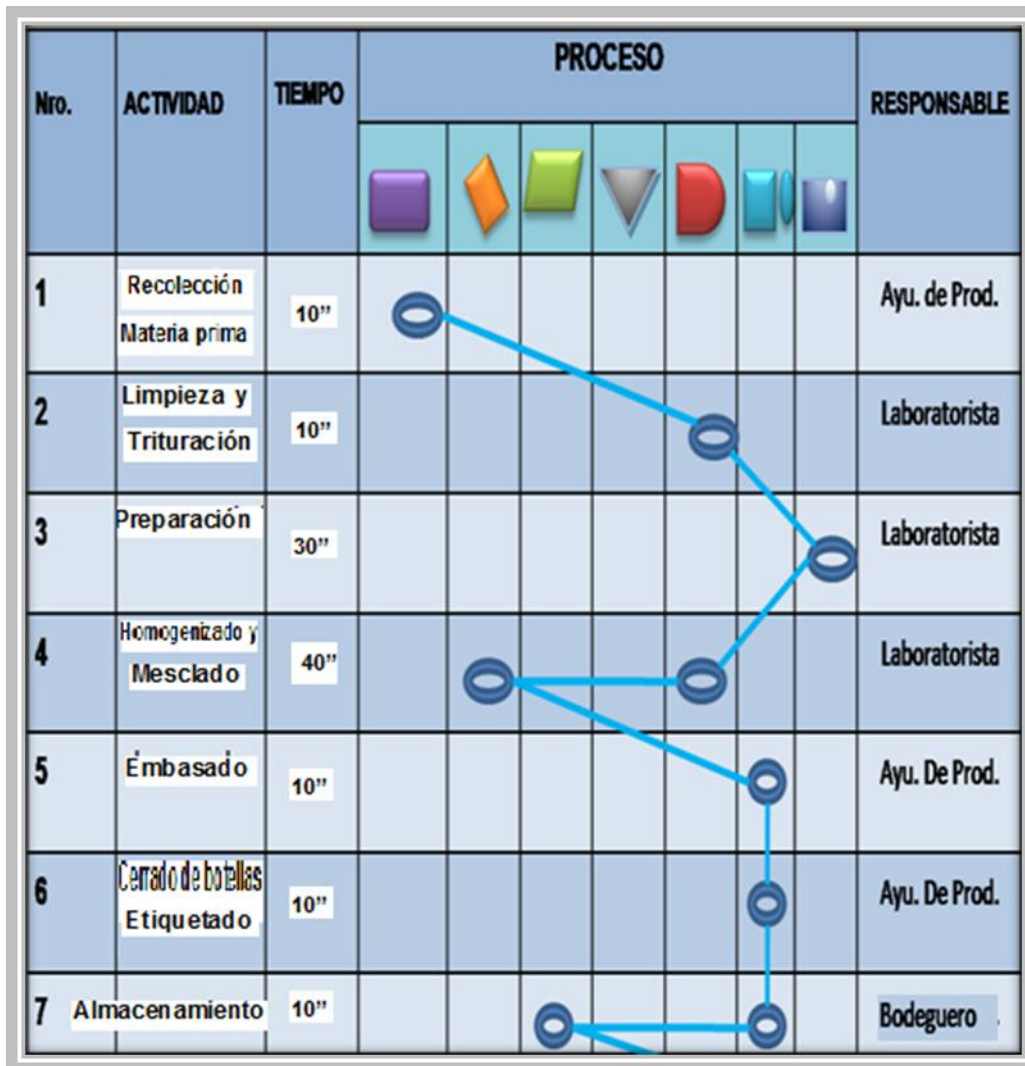
Para producir un lote de 286 jabones se necesitan 4 horas tiempo/ hombre

| Nro. | ACTIVIDAD | TIEMPO | PROCESO | | | | | | | RESPONSABLE |
|------|------------------------------|--------|---|---|---|---|---|--|---|----------------|
| | | |  |  |  |  |  |  |  | |
| 1 | Recolección Materia prima | 20' | ○ | | | | | | | Ayu. de Prod. |
| 2 | Almacenamiento | 20" | | | | | ○ | | | Laboratorista |
| 3 | Limpieza | 40" | | | | | | ○ | | Laboratorista |
| 4 | Laboratorio | 60. | ○ | | | | ○ | | | Laboratorista |
| 5 | Colocación de insumos | 20" | | | | | | ○ | | Ayu. De Prod. |
| 6 | Embasado | 20" | | | | | | ○ | | Ayu. De Prod. |
| 7 | Etiquetado | 20" | | | ○ | | | ○ | | Ayu. De Prod. |
| 8 | Sellado | 10' | | | | | | ○ | | Ayud. De Prod. |
| 9 | Control de calidad | 20" | ○ | ○ | | | | | | Prod. |
| 10 | Almacenado | 10" | | | | ○ | | | | Bodeguero |

CRONOGRAMA DE OPERACIONES

FLUGOGRAMA - SHAMPOO

Para producir un lote de 100 shampoos se necesitan dos horas tiempo/ hombre



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

BASE LEGAL

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas en la Ciudad de Loja , cabecera del cantón del mismo nombre república del Ecuador, hoy lunes 26 de Marzo del 2013 ante la doctora María José Alvarado notario sexto del cantón Loja comparecen , los señores:

PRIMERA: COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

Intervienen en la celebración de este contrato el señor: PAULO CESAR CARRIÓN con numero de cedula 1104574171, el compareciente declara ser ecuatorianos , soltero, mayor de edad , domiciliado en esta ciudad y declara su voluntad de constituir la compañía de sociedad limitada JABONARTE CIA LTDA. La misma que se regirá por las leyes ecuatorianas de manera especial, por la ley de compañías sus reglamentos y los siguientes estatutos:

SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA EMPRESA “JABONARTE. CIA LTDA”

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, FINALIDADES, PLAZO DE DURACIÓN

Artículo uno.- Constituyese en la ciudad de Loja la empresa “JABONARTE CIA. LTDA”, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja – República del Ecuador.

Artículo dos.- La compañía tiene por objeto la elaboración distribución y venta de productos de limpieza familiar a base de plantas medicinales. La compañía podrá por si o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y en la exportación de productos que elabore, si ellos son convenientes a sus intereses y si tiene facultades para abrir dentro y fuera del país, agencias y sucursales

Artículo tres.- La compañía podrá solicitar préstamos internos y externos para el mejor cumplimiento de su finalidad

Artículo cuatro.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de CINCO AÑOS contados a partir de la fecha de inscripción de la estructura en el registro Mercantil, del domicilio principal de la compañía. La compañía podrá disolverse antes, si así resolviere los socios de acuerdo a la ley de compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL

Artículo cinco.- El capital social de la compañía es de 163000 DOLARES AMERICANOS responsabilidad directa del emprendedor o inversionista. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que especifica en las declaraciones

Artículo seis.- La compañía puede aumentar el capital social, por la resolución de los socios estos tendrán derecho preferentemente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales.

Artículo siete.- El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuara, en numerario, especie por compensación de créditos por capitalización de reservas proveniente de la revalorización pertinente y por demás medios previstos en la ley.

Artículo ocho.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde. Dicho certificado de aportaciones se extenderá en libretas acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía. el capital suscrito y el capital pagado, numero y valor del certificado, nombre y apellidos del socio propietario. Domicilio de la compañía, fecha de escritura de constitución, notaria en la que se otorgo, fecha y numero de inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no será negociable, la firma y la rúbrica del presidente y gerente de la compañía y los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para la constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

Artículo nueve.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no reservan beneficio especial alguno

Artículo diez .- Las participaciones se esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social que la cesión se celebre por escritura pública, y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas.

CAPITULO TERCERO: DE LOS SOCIOS, OBLIGACIONES Y DERECHOS

Artículo doce.- Son obligaciones de los socios

a) Cumplir las funciones, actividades y deberes que le fueren encomendados por los socios, por el presidente administrativo o el gerente según sus atribuciones.

b) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía cuando y en la forma que decidan los socios.

Artículo trece .- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

a) Intervenir con voz y voto en las sesiones y en las deliberaciones de la compañía personalmente o mediante mandato del otro socio, con poder notarial o carta poder dada para cada sesión. El poder a un particular será necesariamente notariado. Cada socio tiene derecho a un voto cualquiera sea el monto de sus aportaciones

b) elegir y ser elegido para cualquiera función en los organismos de administración y fiscalización

c) A percibir utilidades y beneficios a prorroga de las aportaciones pagadas , salvo que uno de los socios decida hacerlo en otra forma.

d) Los demás previstos en la Ley de Compañías y estos estatutos:

Artículo catorce.- Las responsabilidades de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía; salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Artículo catorce.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente.

SECCCIÓN UNO: DEL GERENTE

Artículo diecisiete,. El gerente será un socio de la compañía, nombrado por los socios y durara dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Recibirá las remuneraciones que señale los socios

Artículo dieciocho .- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- a) Representará la compañía en forma legal, judicial y extrajudicialmente
- b) Perseguir el cumplimiento el fin social de la compañía
- c) Dirigir la cuestión económica financiera de la compañía
- d) Gestionar , planificar m coordinar , poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía

- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía y suscribir los documentos correspondientes.
- f) realizar inversiones y adquisiciones hasta por el monto de 5000 DOLARES sin perjuicio de lo dispuesto de la Ley de Compañías
- g) Firmar el nombramiento del presidente administrativo y conferir copias y certificaciones sobre el mismo.
- h) Nombrar el personal administrativo y contratar el personal técnico que requiera la compañía, conjuntamente con el presidente.
- i) Inscribir su nombramiento con razón de la aceptación en el registro mercantil.
- j) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de la Junta General de socios
- k) Conferir copias y certificaciones de las actas de la Junta General de socios del presidente y la gerencia
- l) Manejar cuentas bancarias de la compañía , según sus atribuciones

CAPITULO QUINTO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Artículo veintiuno.- La disolución de la compañía, se regla por las disposiciones pertinentes en la Ley de compañías así como el reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos

DISPOSICION GENERAL

Todo lo no previsto en estos estatutos y en los reglamentos la compañía, será conocido y resuelto por los socios.

SECCION TERCERA: DECLARACIONES

1) El capital con que se constituye la compañía, ha sido suscrito y pagado en su totalidad. El Socio Dueño fundador aportan a la compañía de siguiente forma:

a) Corresponde el aporte total del dueño de la compañía un monto de 132342.00 Dólares Americanos

2) PAULO CESAR CARRIÓN GUALÁN como dueño de la empresa asume el puesto de Gerente General de la empresa "JABONARTE CIA. LTDA", para un periodo determinado en este estatuto y la autorizan para que se realice los

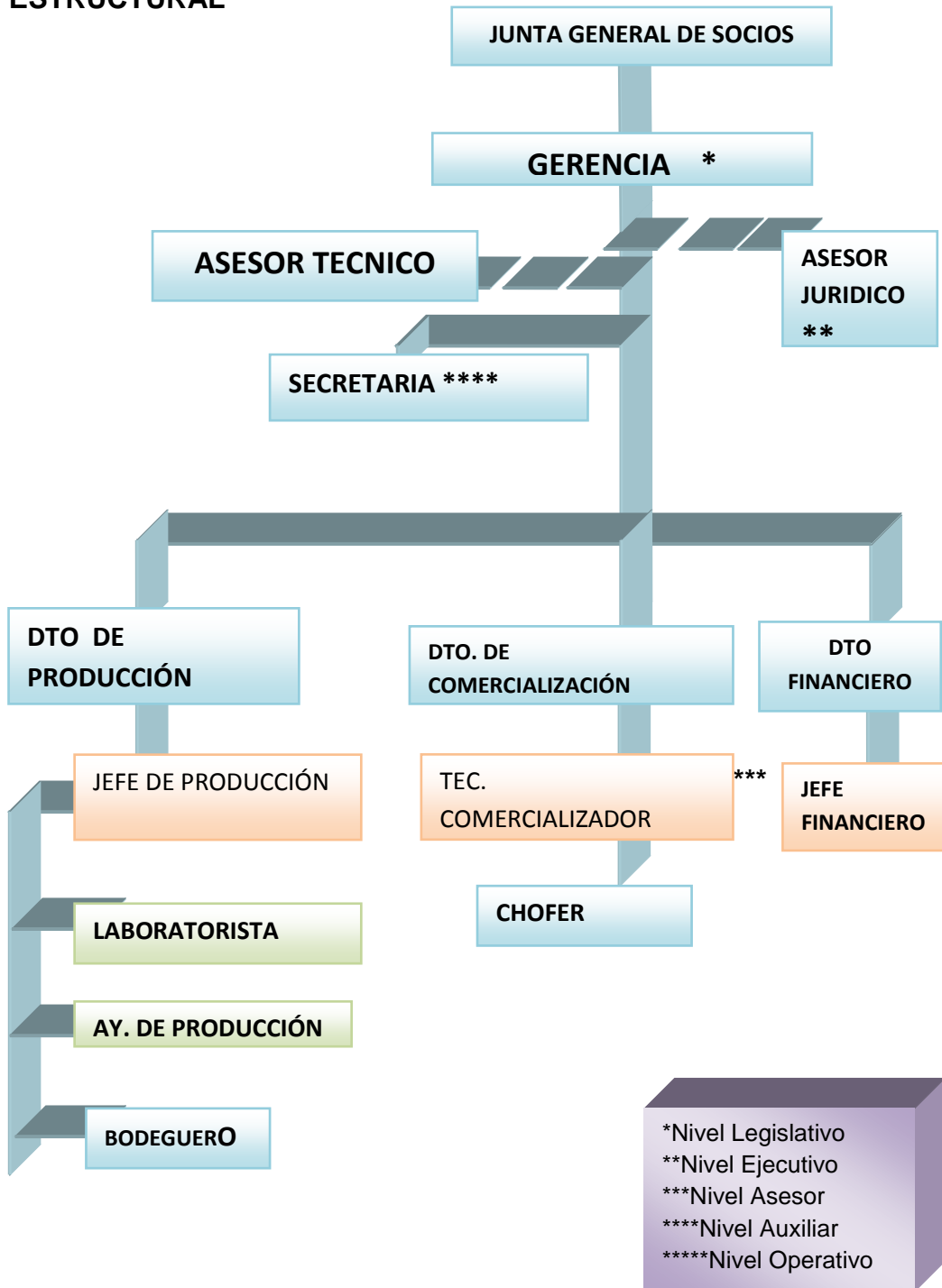
tramites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señora notaria se dignara agregar las clausulas de estilo para su validez.

Atentamente:

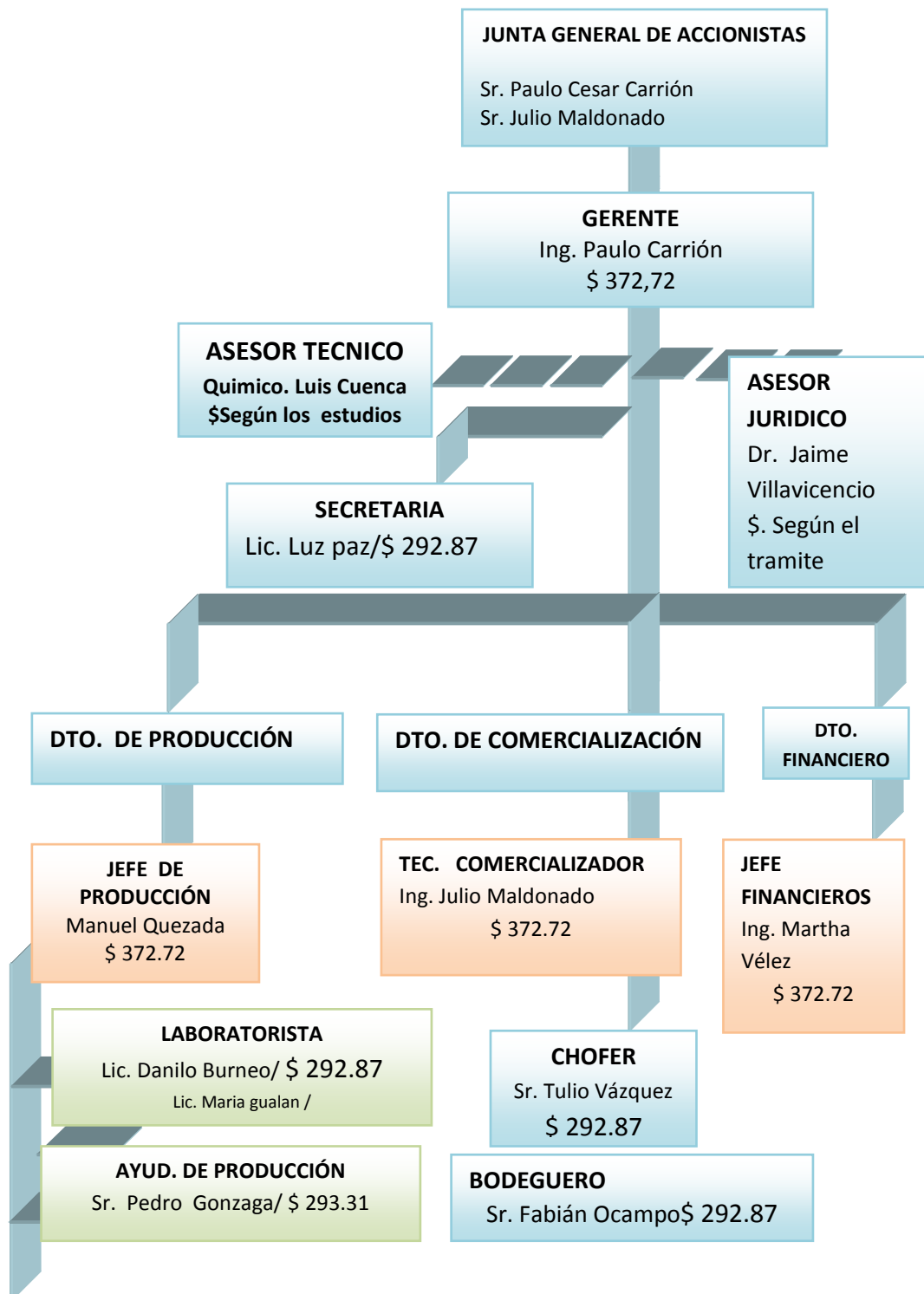
Abg. María José Alvarado Guerrero

ORGANIGRAMAS EMPRESA "JABONARTE"

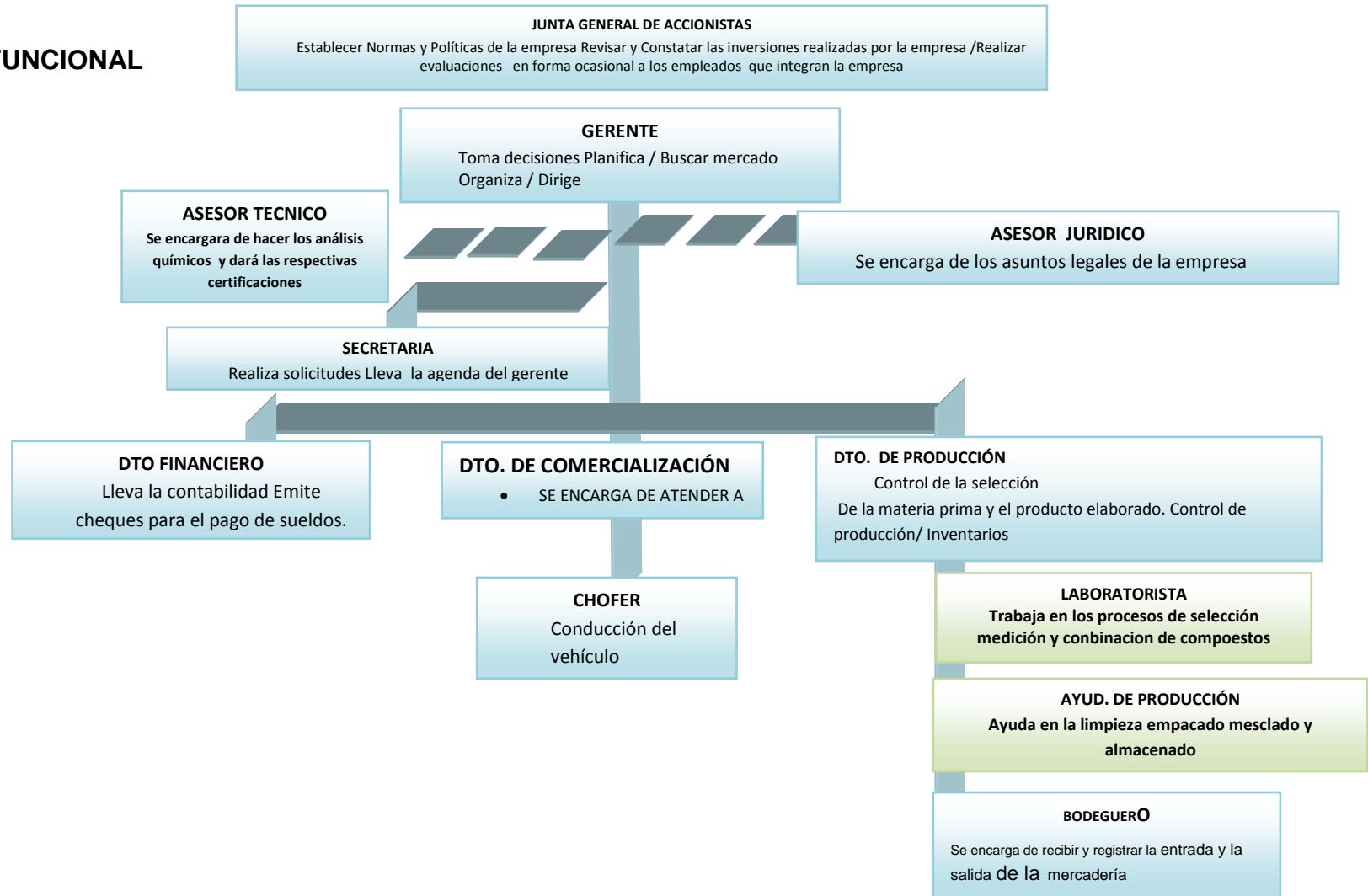
ESTRUCTURAL



POSICIONAL



FUNCIONAL



DESCRIPCIÓN.- Como podemos observar, los organigramas estructurales funcionales y posicionales, describen , la estructura orgánica, las aéreas y la funcionalidad que refleja la organización en forma esquemática de acuerdo a la descripción de las unidades que la integran.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos los componen un grupo de organismos definidos y agrupados de acuerdo al grado de autoridad y conforme lo establece la ley pero de forma independiente en lo que respecta a las funciones que cumplen, la empresa contara con los siguientes niveles:

Nivel Ejecutivo: este nivel ejecuta, planifica, organiza dirección, la persona que ocupe este cargo 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.

- Gerente
- Director de Producción
- Director Financiero

Nivel Asesor: estructurado por profesionales experimentados en determinadas áreas cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica, económica, financiera, técnica y mas áreas que tengan que ver con

la empresa que este asesorando, tomando en cuenta que su autoridad de mando es mínima.

- Asesor Jurídico


Nivel Auxiliar: Su función es ayudar a los otros sectores administrativos a la presentación de servicios con prontitud y eficiencia, dentro de este nivel el grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, o ejecutar actividades administrativas de rutina.

- Secretaria
- Chofer
- Bodeguero

Nivel Operativo: es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo, lo conforman todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

- Ayudante de producción
- Técnico de comercialización
- Laboratorista

MANUAL DE FUNCIONES DEFINICION DE PUESTOS

| | |
|--|---|
|  | <p>EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA</p> |
| | <p>MANUAL DE FUNCIONES</p> |
| <p>DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO</p> | <p>Nro. 001</p> |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Legislativo</p> <p>Nombre del Puesto: Junta General de Socios</p> <p>Ubicación: Sala de reuniones</p> <p>Tipo de Contratación : Indefinido Propietarios</p> <p>Naturaleza del puesto</p> <p>Supervisa las actividades de la empresa legisla, toma decisiones convenientes a favor de los accionistas y norma aspectos de mayor importancia</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Aportar con el capital necesario para la constitución de la empresa✚ Constituir la empresa legalmente✚ Establecer Normas y políticas de la empresa | |

- ✚ Designar puestos
- ✚ Mantener reuniones constantes con la gerencia
- ✚ Revisar y Constatar las inversiones realizadas por la empresa
- ✚ Realizar evaluaciones en forma ocasional a los empleados que integran la empresa
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Personal
- ✚ Materiales
- ✚ Recursos Financieros
- ✚ Resultados Financieros
- ✚ Resultados

ANALISIS DEL CARGO


Requisitos del Puesto:

- ✚ Conocimientos en administración de la producción
- ✚ Conocimientos en administración de la producción

Aptitudes:

- ✚ Responsabilidad con sus aportaciones
- ✚ Que posean ideas innovadoras de negocios
- ✚ Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
- ✚ Carácter activo y colaborados

ELABORADO POR: El Autor

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro. 002 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Ejecutivo</p> <p>Nombre del Puesto: Gerente</p> <p>Ubicación: Sala de reuniones</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Ingeniero Comercial</p> <p>Subordinados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Jefe de Producción ☒ Jefe de Comercialización ☒ Jefe Financiero ☒ Secretaria ☒ Asesor Legal <p>Naturaleza del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos ☒ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos. | | |

- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Responsabilidad

- Personal
- Material
- Recursos Financieros
- Resultados

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto

- Conocimiento en administración de Empresas
- Conocimiento en administración de la producción
- Tener conocimiento en Word proyect.

Experiencia

- Dos años de experiencias en empresas afines

Aptitudes

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- Donde gente para la exitosa relaciones personales
- Capacidad para la toma de decisiones
- Pro actividad

Elaborado: El Autor



EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA “

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO

Nro.003

IDENTIFICACIONES

Nivel : Operativo

Nombre del Puesto: Jefe de producción

Ubicación: Dto. de Producción

Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año

FORMACIÓN ACADEMICA: Ing. Comercial , Ing. En industrias

Jefe inmediato: Gerente

Subordinados:

- ✚ Laboratorito
- ✚ Ayudante de producción

Naturaleza del Puesto:

- ✚ Planificar las actividades que se van a realizar en el procesos productivo.
- ✚ Supervisar y controlar el proceso de producción
- ✚ Controlar que los materiales y las maquinas se encuentren en buen estado
- ✚ Controlar el ingreso de la materia prima y la salida de productos elaborados.

Designar actividades a las personas inmersas en el proceso de producción.

- ✚ Instruir y capacitar a los operarios para el buen desarrollo del proceso productivo.

- ✚ Responsabilidad

- ✚ Personal

- ✚ Materiales

- ✚ resultados

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos del puesto

- ✚ Conocimiento en administración de empresas

- ✚ Conocimiento en administración de la producción

Experiencia

Mínimo dos años en empresas a fines

Aptitudes

- ✚ Adaptación al ambiente laboral

- ✚ Don de gente

- ✚ Habilidad expresiva


- ✚ Iniciativa

- ✚ Creatividad

- ✚ Capacidad de juicio

- ✚ Atención

ELABORACIÓN: El Autor

| | | |
|---|--|----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro.004 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Operativo</p> <p>Nombre del Puesto: Jefe de Finanzas</p> <p>Ubicación: Dto. de Finanzas</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Ing. en Banca , Ing. en Contabilidad</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Efectúa labores de contabilidad en todos los procesos que registra la empresa <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Lleva y controla la contabilidad de la empresa ✚ Emite el pago de sueldos ✚ Presenta el informe al gerente de todas las transacciones que realiza la empresa ✚ Lleva el control de los inventarios ✚ Prepara los estados financieros correspondientes ✚ Presenta informes y análisis del tipo económico y contable del | | |

gerente

- ✚ Responsabilidad
- ✚ Materiales
- ✚ Recursos Financieros

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos del puesto

- ✚ Conocimiento en contabilidad y Finanzas
- ✚ Conocimiento en Tributación

Experiencia

Mínimo dos años en empresas a fines

Aptitudes

- ✚ Adaptación al ambiente laboral
- ✚ Don de gente
- ✚ Habilidad expresiva
- ✚ Iniciativa
- ✚ Creatividad
- ✚ Capacidad de juicio
- ✚ Atención
- ✚ Honestidad

ELABORACIÓN: El Autor



**EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON
BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA
CIUDAD DE LOJA**

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO

Nro. 005

IDENTIFICACIONES

Nivel : Operativo

Nombre del Puesto: Jefe de Comercialización

Ubicación: Dto. de Finanzas

Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año

FORMACIÓN ACADEMICA: Ing. en Banca , Ing. Comercial

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del Puesto:

Realizar actividades que sea necesarias para la aceptación del producto en el mercado

Actividades del puesto:

- ✚ Buscar nuevos canales de distribución
- ✚ Utilización correcta de las 4p"s(Producto , precio plaza y promoción)
- ✚ Análisis de la competencia
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Materiales

☒ publicidad

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos del puesto

☒ Conocimiento en Administración de Empresas

☒ Conocimiento en marketing y mercadotecnia

Experiencia

Mínimo dos años en empresas a fines

Aptitudes

☒ Creatividad

☒ Facilidad de palabra

☒ Liderazgo

☒ Don de gente

☒ Habilidad expresiva

☒ Iniciativa


☒ Creatividad

☒ Capacidad de juicio

☒ Atención

☒ Honestidad

ELABORACIÓN: El Autor

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro. 006 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Auxiliar</p> <p>Nombre del Puesto: Secretaria</p> <p>ubicación: Secretaria</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Bachiller</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <p>Realizar actividades de secretaria y asistencia directa de gerencia</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Redactar solicitudes, actas, memorandus, oficios, circulares ✚ Atención al público y clientes ✚ Mantiene archivos de la correspondencia enviada y recibida para la obtención de comprobantes de todos los procesos que lleva la empresa ✚ Llevar la agenda diaria del Gerente | | |

✚ Responsabilidad

✚ Materiales y documentos

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos del puesto

✚ Conocimiento en manejo y clasificación de archivos

✚ Buena presencia

✚ Buenas relaciones personales

Experiencia

Mínimo dos años en empresas a fines

Aptitudes

✚ Creatividad

✚ Facilidad de palabra

✚ Liderazgo


✚ Don de gente

✚ Habilidad expresiva

✚ Atención

✚ Honestidad

ELABORACIÓN: El Autor

| | | |
|--|--|-----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA “ | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro. 007 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Operativo</p> <p>Nombre del Puesto: Laboratorista</p> <p>Ubicación: Laboratorio</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Ing. Química carreras a fines</p> <p>.Jefe Inmediato: Jefe de producción</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <p>Interviene en el análisis de elementos químicos , propiedades porcentajes etc.</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Selecciona la materia prima idónea para la producción ✚ Prepara formulas ✚ Realiza infusiones y mezclas ✚ Hace el control de calidad final del producto <p>ANALISIS DEL CARGO</p> | | |


Requisitos del puesto

- ✚ Conocimiento en química
- ✚ Conocimiento en materia de elaboración de productos iguales similares

Aptitudes

- ✚ Creatividad
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Pro actividad
- ✚ Eficiencia

LABORACIÓN: El Autor

| | | |
|---|--|--|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA “ | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | Nro. 008 | |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Operativo</p> <p>Nombre del Puesto: Ayud. De Producción</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Bachiller</p> <p>.Jefe Inmediato: Jefe de producción</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <p>Interviene y colabora en el proceso de producción</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Hace la limpieza de las maquinas y de la materia prima ☒ Se encarga de la obtención y del almacenamiento del producto ☒ Colabora en todo el proceso de producción ☒ Materias Primas ☒ Productos en Proceso ☒ Productos Terminados | | |

ANALISIS DEL CARGO


Requisitos del puesto

- ✚ Conocimiento en utilización de maquinaria

Aptitudes

- ✚ Responsabilidad
- ✚ Pro actividad
- ✚ Eficiencia
- ✚ Adaptación

ELABORACIÓN: El Autor

| | | |
|--|--|-----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro. 009 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Operativo</p> <p>Nombre del Puesto: Chofer</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Bachiller</p> <p>.Jefe Inmediato: Jefe de comercialización</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <p>Se encarga de la conducción del vehículo para la comercialización</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Diseña las rutas de comercialización ☒ Almacena el producto en el vehículo ☒ Se responsabiliza de la descarga <p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos del puesto</p> | | |

✚ Conocimiento en conducción de vehículos

✚ Licencia profesional o semi profesional

✚ Conocimiento en mecánica automotriz

✚ Conocimiento de rutas

Aptitudes


✚ Responsabilidad

✚ Pro actividad

✚ Eficiencia

✚ Adaptación

ELABORACIÓN: El Autor

| | | |
|--|--|-----------------|
|  | EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL ASEO FAMILIAR CON BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE LOJA | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | |
| DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE PUESTO | | Nro. 010 |
| <p>IDENTIFICACIONES</p> <p>Nivel : Operativo</p> <p>Nombre del Puesto: Bodeguero</p> <p>Tipo de Contratación : Contrato Fijo por un año</p> <p>FORMACIÓN ACADEMICA: Bachiller</p> <p>.Jefe Inmediato: Jefe de Comercialización</p> <p>Naturaleza del Puesto:</p> <p>Interviene en el almacenamiento y preservación de la producción</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Lleva el registro de producto almacenado ☒ Lleva el registro de salida del producto <p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos del puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Conocimiento en contabilidad <p>Aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Responsabilidad ☒ Pro actividad ☒ Eficiencia | | |

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero constituye todas las inversiones y financiamiento que deberán enfrentar los inversionistas para poder poner en marcha el proyecto.

En el presente estudio se determinan los presupuestos fundamentales para el análisis financiero, pudiendo determinar si existe o no rentabilidad.

INVERSIONES DEL PROYECTO

Es el momento en que intervienen los activos: fijos, diferidos y el capital de trabajo, los que constituyen las inversiones necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto

ACTIVOS FIJOS

Este estudio comprende las inversiones fijas sujetas a depreciaciones a excepción del terreno.

a) TERRENO

Los terrenos significan el valor de la tierra, donde estará instalada la empresa y donde se levantarán las edificaciones, plantas comerciales o industrias, La empresa JABONARTE estará ubicada en la ciudadela EPOCA en la calle Jamaica entre Francia y Hungría con un terreno de 500 m². Cabe destacar que el terreno al contrario del resto de activos no se deprecia, se revaloriza.

| PRESUPUESTO DEL TERRENO | | | | |
|-------------------------|--------|----------|---------|----------|
| CUADRO Nro.44 | | | | |
| ACTIVOS | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| TERRENO | m2 | 500 | 100.00 | 50000 |

Fuente: Departamento de Catastros y Avalúos del Municipio de Loja

Elaboración: El Autor

CONSTRUCCIONES

Este activo estará destinado a destacar lo que se va invertir para las adecuaciones de las instalaciones de la empresa. Las adecuaciones comprenden tomando el CUS (coeficiente de uso de suelo para plantas bajas) el 66% DEL TERRENO esto es 330 m2, el costo por m2 es de 250 dólares según el avalúo municipal

| PRESUPUESTO DE LAS COSNTRUCCIONES | | | | |
|-----------------------------------|--------|----------|---------|----------|
| CUADRO Nro.45 | | | | |
| ACTIVOS | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| Adecuaciones de la Empresa | m2 | 330 | 250 | 82500 |

Fuente Avalúos del Municipio de Loja. Arq. Gabriela Medina...

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIONES DE LAS CONSTRUCCIONES

ARTICULO: Infraestructura de la empresa

Valor Actual: \$82500

Vida útil: 20 años

Valor residual: 0

% de depreciación : 5%

Dp = (Valor actual – Valor Residual) * % depreciación anual

Dp= (82500-0)*5%

Dp= 82500 * 0.05 = 4125 DOLARES ANUALES

| DEPRECIACIONES DE CONSTRUCCIONES | | | |
|---|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro.46 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 20 |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | 5% |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | | | 82500 |
| 1 | 4125.00 | 4125.00 | 78375 |
| 2 | 4125.00 | 8250 | 74250 |
| 3 | 4125.00 | 12375 | 70125 |
| 4 | 4125.00 | 16400 | 66000 |
| 5 | 4125.00 | 20525 | 61875 |
| 6 | 4125.00 | 24650 | 57750 |
| 7 | 4125.00 | 28775 | 53625 |
| 8 | 4125.00 | 32900 | 49500 |
| 9 | 4125.00 | 37025 | 45375 |
| 10 | 4125.00 | 41150 | 41250 |
| 11 | 4125.00 | 45275 | 37125 |
| 12 | 4125.00 | 49400 | 33000 |
| 13 | 4125.00 | 53525 | 28875 |
| 14 | 4125.00 | 57650 | 24750 |
| 15 | 4125.00 | 61775 | 20625 |
| 16 | 4125.00 | 65900 | 16500 |
| 17 | 4125.00 | 70025 | 12375 |
| 18 | 4125.00 | 74150 | 8250 |
| 19 | 4125.00 | 78275 | 4125 |
| 20 | 4125.00 | 82500 | 0 |

Fuente: Cuadro Nro. 45

Elaboración: El Autor

VEHICULO

Para la distribución de pretende contar con una camioneta MAZDA 2200 doble cabina , modelo 2005 , con un valor de 13000 Dolares.

| PRESUPUESTO DEL VEHICULO | | | | |
|--------------------------|--------|----------|---------|----------|
| CUADRO Nro. 47 | | | | |
| ACTIVOS | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| VEHICULO 2200 | UNIDAD | 1 | 13000 | 13000 |
| TOTAL | | 1 | 13000 | 13000 |

Fuente: Lojacar- Concesionaria de Vehículos

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

Valor Actual: 13000

Vida Util : 5 años

Valor Residual:0

% de depreciación: 20%

DP= (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL)* % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP= (13000-0) *20%

DP = 13000 *20%

DP= \$ 2600

| DEPRECIACION DE VEHICULO | | | |
|---------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro. 48 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 5 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | 20% |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | | | 13000,00 |
| 1 | 2600,00 | 2600,00 | 10400,00 |
| 2 | 2600,00 | 5200,00 | 7800,00 |
| 3 | 2600,00 | 7800,00 | 5200,00 |
| 4 | 2600,00 | 10400,00 | 2600,00 |
| 5 | 2600,00 | 13000,00 | 0,00 |

Fuente: Lojacar- Cuadro Nro.47

Elaboración: El Autor

d) MAQUINARIA Y EQUIPO

Es el activo que corresponde a instrumentos y medios que intervienen el proceso de producción JABONARTE una cocina industrial, una maquina de evaporización, maquina, juegos de moldes, tanques de almacenamiento y mescla maquina embazadora y selladora, stand de almacenamiento, equipo de seguridad industrial. A continuación la valoración para cada máquina y equipo.

| PRESUPUESTO DE LA MAQUINARIA | | | |
|-------------------------------------|-------------|----------------|-----------------|
| CUADRO Nro.49 | | | |
| EQUIPOS DE PLANTA | CANT | V. UNIT | V. TOTAL |
| Cocina Industrial | 1 | 700,00 | 700,00 |
| Maquina de homogenización y mescla | 1 | 2500,00 | 2500,00 |
| Juegos de Moldes | 10 | 30,00 | 300,00 |
| Tanques de Almacenamiento | 5 | 200,00 | 1000,00 |
| Maquina selladora | 1 | 1800,00 | 1800,00 |
| Maquina embazadora | 1 | 2500,00 | 2500,00 |
| Mesas | 4 | 200,00 | 800,00 |
| Stan de almacenamiento | 4 | 200,00 | 800,00 |
| Kit de Herramientas | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Equipo de Seguridad Industria | 4 | 150,00 | 600,00 |
| TOTAL | | | 11150,00 |

Fuente: Ochoa Hnos.

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

ARTICULO: Maquinaria y Equipo

Valor Actual :\$11150

Valor Residual : 0

Vida Util: 10 años

% Depreciación: 10%

DP= (VALOR ACTUAL- VALOR RESIDUAL)*%DEPRECIACIÓN ANUAL

DP = (11150)* 10%

DP= 1115.00 Dólares Anuales

| DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO | | | |
|--|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro. 50 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 10 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | 10% |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | | | 11150.00 |
| 1 | 1115.00 | 1115.00 | 10035.00 |
| 2 | 1115.00 | 2230.00 | 8920.00 |
| 3 | 1115.00 | 3345.00 | 7805.00 |
| 4 | 1115.00 | 4460.00 | 6690.00 |
| 5 | 1115.00 | 5575.00 | 5575.00 |
| 6 | 1115.00 | 6690.00 | 4460.00 |
| 7 | 1115.00 | 7805.00 | 3345.00 |
| 8 | 1115.00 | 8920.00 | 2230.00 |
| 9 | 1115.00 | 10035.00 | 115.00 |
| 10 | 1115.00 | 11150.00 | 0.00 |

Fuente: Ochoa Hnos. Cuadro Nro.49

Elaboración: El Autor

e) MUEBLES, ENSERES y EQUIPO DE OFICINA

Son los bienes muebles Y equipos que serán utilizados por el personal administrativo para todas las actividades dentro de la empresa.

| PRESUPUESTO MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA | | | | |
|---|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Cuadro Nro. 50 | | | | |
| DENOMINACIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| Escritorio tipo Gerente | Unidad | 1 | 300.00 | 300.00 |

| | | | | |
|----------------------------|--------|---|--------|----------------|
| Escritorio tipo Secretaria | Unidad | 2 | 200.00 | 400.00 |
| Sillón tipo Gerente | Unidad | 1 | 70.00 | 70.00 |
| Sillón Tipo Secretaria | Unidad | 2 | 50.00 | 100.00 |
| Archivador de madera | Unidad | 2 | 150.00 | 300.00 |
| Archivador metálico | Unidad | 3 | 70.00 | 210.00 |
| Sillones de espera | Unidad | 3 | 40.00 | 120.00 |
| TOTAL | | | | 1600.00 |

Fuente: Almacenes Francos

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Valor Actual: \$1600

Valor residual : 0

Vida Útil: 10 años

% de depreciación: 10%

DP= (VALOR ACTUAL- VALOR RESIDUAL)* % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP= (1600-0)*10%

DP= 160 dólares anuales

| DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES | | | |
|--|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro.51 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 10 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | 10% |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | | | 1600.00 |
| 1 | 160.00 | 160.00 | 1440.00 |
| 2 | 160.00 | 320.00 | 1280.00 |
| 3 | 160.00 | 480.00 | 1120.00 |
| 4 | 160.00 | 640.00 | 960.00 |
| 5 | 160.00 | 800.00 | 800.00 |
| 6 | 160.00 | 960.00 | 640.00 |
| 7 | 160.00 | 1120.00 | 480.00 |
| 8 | 160.00 | 1280.00 | 320.00 |
| 9 | 160.00 | 1440.00 | 160.00 |
| 10 | 160.00 | 1600.00 | 0.00 |

Fuente: Cuadro Nro. 50

Elaboración: El Autor

EQUIPO DE OFICINA

| PRESUPUESTO DEL EQUIPO | | | | | |
|------------------------|----|--------|----------|---------|---------------|
| CUADRO Nro. 52 | | | | | |
| EQUIPOS OFICINA | DE | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| Teléfonos -fax | | Unidad | 2 | 150,00 | 300 |
| Sumadora | | Unidad | 2 | 150,00 | 300 |
| Línea Telefónica | | unidad | 1 | 70,00 | 70 |
| Grapadoras | | Unidad | 2 | 6,00 | 12,00 |
| Perforadoras | | Unidad | 3 | 3,00 | 9,00 |
| TOTAL | | | | | 691,00 |

Elaboración: El Autor

Fuente: Librerías Norma

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO

Valor Actual: \$691

Valor Residual:0

Vida Útil: 10 años

Porcentaje de depreciación: 10años

DP= (VALOR ACTUAL- VALOR RESIDUAL)* % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP= (691.00-0)* 10%

DP= \$69.1

| DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA | | | |
|--|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro.53 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 10 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | 10% |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | 69.100 | | 691.00 |
| 1 | 69.100 | 69.100 | 621.900 |
| 2 | 69.100 | 138.200 | 552.800 |
| 3 | 69.100 | 207.3 | 483.700 |
| 4 | 69.100 | 276.4 | 414.00 |
| 5 | 69.100 | 345.5 | 345.500 |
| 6 | 69.100 | 414 | 276.400 |
| 7 | 69.100 | 483.7 | 207.300 |
| 8 | 69.100 | 552.8 | 138.200 |
| 9 | 69.100 | 621.9 | 69.100 |
| 10 | 69.100 | 691.00 | 0.00 |

FUENTE: Cuadro Nro. 52

ELABORADO: Por el Autor

g) EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Son las computadoras programadas específicamente para desarrollar sistemas de cálculo u orden en cada uno de los procesos que lleva la empresa. dentro de este activo esta la adquisición de tres computadoras LG de disco duro de 250 megabytes y 2 gigabytes de memoria están serán utilizadas en la Gerencia Secretaria y Dto. de Finanzas

| PRESUPUESTO DEL EQUIPO DE COMPUTO | | | | |
|--|---------------|-----------------|----------------|-----------------|
| CUADRO Nro. 54 | | | | |
| EQUIPOS DE OFICINA | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| Computadora | Unidad | 3 | 700 | 2100.00 |
| TOTAL | | | | 2100.00 |

FUENTE: Exelnet

ELABORADO: El Autor

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

ARTICULO: Equipo de computo

VALOR ACTUAL: \$2100

VIDA ÚTIL: 3 años

% DE DEPRECIACIÓN: 33,33%

DP = (VALOR ACTUAL- VALOR RESIDUAL)* % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP= (2100) * 33%

DP= \$ 693

| DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO | | | |
|--|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CUADRO Nro. 55 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 3 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | %33.33 |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | 693.00 | | 2100.00 |
| 1 | 693.00 | 693.00 | 1386.00 |
| 2 | 693.00 | 1386.00 | 693.00 |
| 3 | 693.00 | 2100 | 0.00 |

FUENTE: Cuatro Nro.54

ELABORADO: Por el Autor

REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO

Tasa de Inflación de febrero 2013 6.12 %

Total del valor del equipo = 2100

Reposición del equipo de computo = Valor Equipo + (valor del equipo * Tasa de Inflación)

Reposición del Equipo de computo = \$2100 + (\$2100 * 6.12%)

Reposición del equipo de computo = 2228.52

| REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO | | | | |
|----------------------------------|--------|----------|---------|----------------|
| CUADRO Nro.56 | | | | |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | V. UNIT | V. TOTAL |
| Computadora | Unidad | 3 | 742.82 | 2228.52 |
| TOTAL | | | | 2228.52 |

FUENTE: Cuatro Nro.54

ELABORADO: Por el Autor

DEPRECIACIÓN DE LA REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO

Valor Actual: 2228.52

Valor Residual:0

Vida Util: 3 años

% de Depreciación 33.33%

DP= (VALOR ACTUAL- VALOR RESIDUAL)*% DEPRECIACIÓN ANUAL

DP=(2228.52-0)*33.33%

DP= 2228,52 * 33.33%

DP= 735.41 Dólares Mensuales.

| DEPRECIACION DE LA REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO | | | |
|---|--------------------|------------------------|------------------------|
| CUADRO Nro. 57 | | | |
| | | AÑOS DE VIDA UTIL | 3 AÑOS |
| | | % DE DEPRECIACIÓN | %33.33 |
| AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN ACUMULADA | DEPRECIACIÓN EN LIBROS |
| 0 | | | 2228.52 |
| 1 | 735.41 | 735.41 | 1470.82 |
| 2 | 735.41 | 1470.82 | 735.41 |
| 3 | 735.41 | 2228,52 | 0.00 |

FUENTE : Cuadro Nro. 56

ELABORADO POR: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. Estos activos solo se registran en la fase pre-operativa o del periodo correspondiente al año 0. A continuación detallamos los siguientes:

Estudios Preliminares.- Este Rubro comprende el costo de investigaciones previas, el estudio de factibilidad del proyecto , cuyo valor es de \$1000 dólares.

☒ **Permisos de Funcionamiento.-** Es el proceso normativo legal para la puesta en marcha de un proyecto, se ha considerado \$120 para esta clase de rubro

☒ **Constitución .-** Para tramitar la constitución legal de la compañía , la aprobación de sus estatutos , su registro y demás documentos se ha considerado un valor de \$300

| PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS | | |
|---|-----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 58 | | |
| DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Estudios Preliminares | 1000,00 | 1000,00 |
| Permisos de Funcionamiento | 120,00 | 120,00 |
| Constitución/Marcas y Patentes | 300,00 | 300,00 |
| TOTAL | | 1420 |

FUENTE: Empresa Jabonarte

ELABORADO: El Autor

AMORTIZACIÓN

La amortización es la acción que consiste en distribuir el costo de un bien determinado en un periodo dado, en tal forma que la suma de las amortizaciones parciales sea igual al costo del bien al final del periodo.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Amortización de Activos diferidos

$$= \frac{\text{Total de Activos Diferidos}}{\text{Vida útil del proyecto}} = \frac{\$ 1420}{5} = \$ 284 \text{ Dólares Anuales}$$

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DEL TRABAJO

Constituye el conjunto de recursos necesarios en forma de activos corrientes para la operación correcta del proyecto durante un ciclo productivo con una capacidad y tamaño determinados.

El desarrollo de las actividades administrativas , de ventas así como de la unidad productiva requiere de un determinado capital de trabajo, para el presente proyecto se desglosa de la siguiente manera.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

a. MATERIA PRIMA DIRECTA

Está constituida por los materiales que forman parte de un producto o servicio. Para determinar la cantidad de materia prima se consideró todos los ingredientes principales y básicos para la elaboración de los tres productos JABON DE TOCADOR, SHAMPOO por ser los productos que mas demanda poseen. Se ha tomado como referencia la cantidad mensual que se necesita para producir un lote. Para el cálculo de este presupuesto se tomara los datos de los planes de producción y el valor que representa producir un volumen determinado por cada producto en una jornada diaria.

JABON DE TOCADOR

260 días equivalente a 52 semanas

251 equivalente a 50.2 semanas

50.2 semanas x 3 días laborables(lunes miércoles y viernes)

Producción anual = 572 x 151 dias = 86372 jabones de tocador.

EXTRACTOS:

ANALISIS:

Se elabora 572 jabones diarios, se utilizara un kilo de cada plata, dándonos 16 kilos de plantas que significan 10 litros o 10000cm³ de

esencia que corresponde a 17.5 ml por jabón. Se realiza un regla de tres simple para determina la cantidad anual requerida por cada uno de los elementos ; Esto es:

572 jabones *corresponde* 1kg (cada elemento)

86372 jabones *a cuanto corresponderá* X

Dándonos que cada planta aporta con 151 kg /anuales para el proceso

| CUADRO Nro. 59 | | | | |
|--|-------------------------|-----------------|--------------------|--------------------------|
| PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA- PLANTAS | | | | |
| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | V. Unitario | Valor total Anual |
| Ataco | Kg | 151Kgs | 2,50 | 377.50 |
| Escancel | Kg | 151kgs | 2.00 | 302.00 |
| Manzanilla | Kg | 151kgs | 2.00 | 302.00 |
| Albahaca | Kg | 151kgs | 2,50 | 377.50 |
| Cedron | Kg | 151kgs | 3,00 | 450.00 |
| Toronjil | Kg | 151kgs | 2,00 | 302.00 |
| Malva olorosa | Kg | 151kgs | 3,00 | 450.00 |
| Hiervaluisa | Kg | 151kgs | 2,00 | 302.00 |
| Cola de caballo | Kg | 151kgs | 2,00 | 302.00 |
| Cucharillo | Kg | 151kgs | 3,00 | 450.00 |
| Llanten | Kg | 151kgs | 2,50 | 377.50 |
| Borraja | Kg | 151kgs | 2,50 | 377,50 |
| Shullo | Kg | 151kgs | 2,50 | 377,50 |
| Linaza | Kg | 151kgs | 2,00 | 302.00 |
| Sabila | Kg | 151kgs | 1,50 | 227.00 |
| Cadillo | Kg | 151kgs | 2,00 | 302.00 |
| TOTAL | | | | 5,956.00 |

FUENTE: EMPRESA ARIFOOD

ELABORADO: El Autor

FORMULA

ANALISIS:

De cada formula(especificando sus elementos y cantidades) propuesta en el cuadro que se muestra a continuación, se producirán 18 jabones así para 86372 que es bloque anual de producción, se necesitara 4798 formulas con un costo por formula de 5.50 dólares

| PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA - FORMULAS | | | | | |
|--|---------|------------------|----------|----------------|-------------------|
| CUADRO Nro. 60 | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
| Grasa refinada | 1150 gr | Unidad Formula | 4799 | 5.50 | 26395.00 |
| Potasio caustica | 500 gr | | | | |
| Sosa caustica | 350 gr | | | | |
| Alcohol escéptico | 400 ml | | | | |
| Aceite de coco | 750 ml | | | | |
| Aceite de almendra | 750 ml | | | | |
| Cloruro de sodio | 150 gr | | | | |

FUENTE: Quimica del Sur

ELABORADO: Por el Autor

Presupuesto Total de la materia prima directa es igual:

P. total de Extractos + P. total de Formulas

PT= 5956 + 26395

PT = 32351

| PROYECCIÓN -MATERIA PRIMA DIRECTA - JABON DE TOCADOR - | |
|---|----------|
| CUADRO Nro. 61 | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 26395.00 |
| 2014 | 28010.37 |
| 2015 | 29724.60 |
| 2016 | 31543.74 |
| 2017 | 33474.21 |

FUENTE: Cuadro Nro. 60

ELABORADO: El Autor

SHAMPOO

Tiempo utilizado en la producción de un lote de 100 Jabones = 2 horas

400 shampoo x 100 días = 40000 unidades Anuales

EXTRACTOS:

ANALISIS:

Se elabora 400 shampoo diarios, se utilizara un 2 kilo y medio de cada planta, dándonos 40 kilos de plantas que significan 25 litros o 25000cm³ de esencia que corresponde a 62.5 ml por shampoo. Se realiza un regla de tres simple para determina la cantidad anual requerida por cada uno de los elementos ; Esto es:

400 shampoo *corresponde* 2.5kg (cada planta)

40000 shampoo *a cuanto corresponderá* X

Dándonos que cada planta aporta con 250 kg /anuales para el proceso

| CUADRO Nro. 62 | | | | |
|--|-------------------------|-----------------|--------------------|--------------------------|
| PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA- PLANTAS | | | | |
| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | V. Unitario | Valor total Anual |
| Ataco | Kg | 250Kgs | 2,50 | 625 |
| Escancel | Kg | 250kgs | 2.00 | 500 |
| Manzanilla | Kg | 250kgs | 2.00 | 500 |
| Albahaca | Kg | 250kgs | 2,50 | 625 |
| Cedron | Kg | 250kgs | 3,00 | 750 |
| Toronjil | Kg | 250kgs | 2,00 | 500 |
| Malva olorosa | Kg | 250kgs | 3,00 | 750 |
| Hiervaluisa | Kg | 250kgs | 2,00 | 500 |
| Cola de caballo | Kg | 250kgs | 2,00 | 500 |
| Cucharillo | Kg | 250kgs | 3,00 | 750 |
| Llanten | Kg | 250kgs | 2,50 | 625 |
| Borraja | Kg | 250kgs | 2,50 | 625 |
| Shullo | Kg | 250kgs | 2,50 | 625 |
| Linaza | Kg | 250kgs | 2,00 | 500 |
| Sabila | Kg | 250kgs | 1,50 | 373 |
| Cadillo | Kg | 250kgs | 2,00 | 500 |
| TOTAL | | | | 8623 |

FUENTE: ARIFOOD

ELABORADO: Por el Autor

FORMULA

ANÁLISIS

De cada formula(especificando sus elementos y cantidades) propuesta en el cuadro que se muestra a continuación, se producirán 20 jabones así para 40000 que es bloque anual de producción, se necesitara 2000 formulas con un costo por formula de 14.75 dólares

| PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA- SHAMPOO | | | | | |
|---|------------------|-------------------------|-----------------------|------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 63 | | | | | |
| Cantidad | | Unidad de medida | Valor Unitario | Cantida d | Valor Anual |
| - 300 Gra | Genapol | Unidad | 14.75 | 2000.0 | 29500.0 |
| - 350 Gra. | Texapon | | | | |
| - KD 200 gr | Comperland | | | | |
| - 450cm3 | Propilenglicol | | | | |
| -- 250gra | Cloruro de sodio | | | | |
| - 300 gra | Setiol | | | | |
| TOTAL | | | | | 29500.00 |

FUENTE: Cuadro Nro.62

ELABORADO: El Autor

Presupuesto Total de la materia prima directa es igual:

P. total de Extractos + P. total de Formulas

PT= 8623 + 29500

PT = 38123

| PROYECCIÓN -MATERIA PRIMA DIRECTA - SHAMPOO | |
|--|--------------|
| CUADRO Nro. 64 | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 38123 |
| 2014 | 40453 |
| 2015 | 42929 |
| 2016 | 45556 |
| 2017 | 48344 |

FUENTE: Cuatros Nro. 61 , 61, 62 , 63

ELABORADO: Por el Autor

b) MATERIA PRIMA INDIRECTA

| PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA - JABON DE TOCADOR | | | | |
|---|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| CUADRO Nro. 65 | | | | |
| DESCRIPCION | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
| Fundas adhesivas | Millares | 90 | 20.00 | 1800 |
| Cartones de 10 docenas | Cientos | 8 | 160 | 1280 |
| Cinta de embalaje | Unidades | 30 | 1.50 | 210 |
| Stikers | Millares | 90 | 30.00 | 2700 |
| Cartones tamaño jabón | Millares | 90 | 40.00 | 3600 |
| Total | | | | 9590 |

FUENTE: Importadora Farist

ELABORADO: Por el Autor

| PROYECCIÓN -MATERIA PRIMA INDIRECTA - JABON DE TOCADOR | |
|---|--------------|
| CUADRO Nro. 66 | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 9590 |
| 2014 | 10146 |
| 2015 | 10732 |
| 2016 | 11388 |
| 2017 | 12084 |

FUENTE: Cuadro Nro.65

ELABORADO: El Autor

| PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA - SHAMPOO | | | | |
|--|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| CUADRO Nro. 67 | | | | |
| DESCRIPCION | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
| Cartones de 3 docenas | Cientos | 11 | 175 | 1925 |
| Cinta de embalaje | Unidades | 30 | 1.50 | 210 |
| Stikers | Millares | 40 | 80.00 | 3200 |
| Embaces | cientos | 400 | 40 | 16000 |
| Total | | | | 21335 |

FUENTE: Importadora Laboratory

ELABORADO: El Autor

| PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA-SHAMPOO | |
|---|--------------|
| CUADRO Nro.68 | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12% | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 21335 |
| 2014 | 22640 |
| 2015 | 24025 |
| 2016 | 25405 |
| 2017 | 26959 |

FUENTE: Cuadro Nro. 67

ELABORADO: El Autor

c) MANO DE OBRA DIRECTA

Comprende los estimados de las necesidades de mano de obra directa necesarias para producir tipos y cantidades de productos planteados en el presupuesto de producción. Se agrupan en este rubro están todos los salarios y por leyes aumentos y porcentajes de incremento inherentes a los mismos. Para determinar el costo de la mano de obra es necesario realizar los roles de pago el mismo que constara de los beneficios de ley como decimo tercero , decimo cuarto , fondos de reserva, vacaciones , horas extras , vacaciones, horas extras , también constaran las aportaciones respectivas que se deben realizar al INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL (9.35%) de aporte personal (11.35%)

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA LINEA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR CON INFUSIONES DE PLANTAS MEDICINALES "JABONARTE"

ROL DE PAGOS 2013

| CUADRO Nro.69 | | | | | | | | | |
|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| CARGO | SUELDO BASICO | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | VACACIONES | APORTE PATRONAL (11.15) | APORTE PERSONAL (9.35) | FONDOS DE RESERVA | LIQUIDO A PAGAR | TOTAL A PAGAR |
| LABORATORISTA | 318.00 | 26.5 | 26.5 | 13.25 | 36.09 | 29.73 | 26.5 | 288.27 | 446.84 |
| LABORATORISTA | 318.00 | 26.5 | 26.5 | 13.25 | 36.09 | 29.73 | 26.5 | 288.27 | 446.84 |
| Ay. De Producción | 238.5 | 19.8 | 26.5 | 9.93 | 26.5 | 22.29 | 19.8 | 216.21 | 340.49 |

FUENTE: SRI tabla de salarios vigentes de acuerdo a las aéreas de acción

ELABORADO : El Autor

| PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
|---|------------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro.70 | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 2 | LABORATORISTAS | 893.68 | 10724 |
| 1 | AYUDANTE DE PRODUCCIÓN | 446.84 | 5362 |
| TOTAL | | 1340 | 16086 |

FUENTE: Cuadro Nro. 70

ELABORADO : El Autor

PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA

Para la proyección del primer año tomara en cuenta el valor total restado el porcentaje que incluye los fondos de reserva, puesto que el mismo se lo incluye a partir del segundo año, para este se sumara los fondos de reserva con el 8,9% que es porcentaje de relación incremento PAIS por año a las remuneraciones.

| CUADRO Nro.71 | | | |
|---------------------------------------|------|-------------|---|
| PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
| PORCENTAJE DE INCREMENTO 8.9% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | VALOR ANUAL | OPERACIÓN |
| 1 | 2013 | 15211.00 | 1 año= 16086 - \sum FR = 16086-874.5 =15211.5 |
| 2 | 2014 | 17516.00 | |
| 3 | 2015 | 19074.00 | |
| 4 | 2016 | 20771.00 | 2año=15211+ \sum FR*%i |
| 5 | 2017 | 22620.00 | |

FUENTE: Empresa Jabonarte

ELABORADO: El Autor

d) MANO DE OBRA INDIRECTA

Se determina dependiendo del organigrama de la empresa. Para determinar el costo de la mano de obra indirecta es necesario realizar el rol de pago el mismo que constara de los beneficios de ley como decimo tercero , decimo cuarto, fondos de reserva , vacaciones , también constaran las aportaciones que se deben realizar al IESS (9.35%) como aporte personal y (11.15%) como aporte patronal.

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA LINEA DE PRODUCTOS DE ASEO FAMILIAR CON INFUSIONES DE PLANTAS MEDICINALES "JABONARTE"

ROL DE PAGOS 2013

| ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| CUADRO Nro.72 | | | | | | | | | | |
| | CARGO | SUELDO BASICO | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | VACACIONES | APORTE PATRONAL | APORTE PERSONAL | FONDOS DE RESERVA | LIQUIDO A PAGAR | TOTAL A PAGAR |
| | JEFE DE PRODUCCIÓN | 422.72 | 35.22 | 26.5 | 17.5 | 47.13 | 39.5 | 35.22 | 383.22 | 583.57 |
| | Total | | | | | | | | | 583.57 |

FUENTE: SRI tabla de salarios vigentes de acuerdo a las areas de acción

ELABORADO : El Autor

| PRESUPUESTO MANO DE OBRA INDIRECTA | | | |
|---|---------------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 73 | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1 | JEFE DE PRODUCCIÓN | 583.57 | 7002.84 |
| TOTAL | | | 7002.84 |

FUENTE: Cuadro Nro.72

ELABORADO : El Autor

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA

Para la proyección del primer año tomara en cuenta el valor total restado el porcentaje que incluye los fondos de reserva, puesto que el mismo se lo incluye a partir del segundo año, para este se sumara los fondos de reserva con el 8,9% que es porcentaje de relación incremento PAIS por año a las remuneraciones.

| CUADRO Nro.74 | | | |
|---------------------------------------|------|--------------------------|--|
| PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
| PORCENTAJE DE INCREMENTO 10% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | VALOR ANUAL | OPERACIÓN |
| 1 | 2012 | 7002.84- 422.72= 6580.12 | 2. año= 5405.4+ fr * % de incremento) |
| 2 | 2013 | 7626.09 | |
| 3 | 2014 | 8304.81 | |
| 4 | 2015 | 9043.93 | |
| 5 | 2016 | 9848.84 | |

FUENTE: Cuadro Nro.73

ELABORADO : El Autor

Servicios Básicos para la producción

AGUA

Este servicio básico tendrá un costo de 0.05 centavos el m³ , lo que representa mensualmente 200 dólares por consumo de agua

| PRESUPUESTO DE AGUA | | | | |
|---------------------|-------------|----------------|---------------|--------------|
| CUADRO Nro. 75 | | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 4400m ³ | AGUA | 0.04545 | 200,00 | 2.400 |
| TOTAL | | | 200,00 | 2.400 |

Fuente : Municipio de Loja

Elaboración: El Autor

Para la proyección utilizaremos el incremento o inflación que es de el 6.12% por año

| CUADRO Nro.76 | |
|--------------------------------|--------------|
| PROYECCIÓN DE AGUA | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12% | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 2400 |
| 2014 | 2546 |
| 2015 | 2701 |
| 2015 | 2866 |
| 2017 | 3041 |

FUENTE: Cuadro Nro.75

ELABORADO : El Autor

ENERGIA ELECTRICA:

El consumo de energía eléctrica tiene un valor de 0.08 centavos el kw/ h, teniendo un consumo mensual del 2500 con un costo de 200 dólares mensuales. No se realiza proyección por cuanto el incremento depende de leyes y ordenanzas gubernamentales

| PRESUPUESTO DE LUZ | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 77 | | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 2500 KW/H | ENERGIA ELECTRICA | 0,08 | 200,00 | 2.400 |
| TOTAL | | | 200,00 | 2.400 |

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur

ELABORADO: El Autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS

TELEFONO

El presupuesto para uso telefónico se ha considerado 1000 minutos al mes de consumo con valor de 0.056 centavos el minuto , dando como gasto mensual de 56 dólares.

El valor anual a pagar será de 672 dólares. Este valor será útil para los 5 años de vida útil del proyecto. No se hará proyección en cuanto el alza depende de decretos gubernamentales.

| PRESUPUESTO DE TELEFONO | | | | |
|--------------------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 78 | | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1000 minutos | TELEFONO | 0,056 | 56,00 | 672,00 |
| TOTAL | | | 56,00 | 672,00 |

FUENTE: CNT

ELABORADO: El Autor

SUMINISTROS DE OFICINA

Serán los accesorios que permitirán un mejor funcionamiento en las actividades del área administrativa y parte del área de producción. Los costos serán representados en la siguiente tabla.

| SUMINISTROS DE OFICINA | | | | |
|-------------------------------|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| CUADRO Nro.79 | | | | |
| DESCRIPCIÓN | UNIDAD DE M. | V. UNIT | C. ANUAL | V. TOTAL |
| Carpetas – Archivo | Docena | 1.65 | 50 | 82.5 |
| Esferográficos | Docena | 2.40 | 3 | 7.20 |
| Tinta de Impresora | Cartucho | 20 | 10 | 200 |
| Remas de papel | Unidad | 4 | 40 | 160 |
| Juegos de Cips | Caja | 3 | 5 | 15 |
| Bloques de facturas | Unidad | 10 | 20 | 200 |
| TOTAL | | | | 664.7 |

FUENTE: Empresa La Reforma

ELABORADO: El Autor

PROYECCIÓN SUMINISTROS DE OFICINA

| CUADRO Nro.80 | |
|--|--------------|
| PROYECCIÓN SUMINISTROS DE OFICINA | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 664.7 |
| 2014 | 705.37 |
| 2015 | 748.53 |
| 2016 | 794.34 |
| 2017 | 842.95 |

FUENTE: Cuadro 79

ELABORADO : El Autor

UTENSILLOS DE ASEO Y LIMPIEZA

Serán aquellas herramientas y productos que ayudaran a mantener las instalaciones de la empresa bajo condiciones de limpieza manteniendo el ambiente laboral agradable y saludable para el personal que labora. Los costos serán representados en la siguiente tabla

| PRESUPUESTO DE UTENSILLOS DE ASEO | | | | |
|--|-------------------|------------------------|--------------------|--------------|
| CUADRO Nro. 81 | | | | |
| GASTOS G. | UNIDAD | PRECIO UNITARIO | CANT. ANUAL | TOTAL |
| Detergente | Fundas 1000 gr | 1.30 | 60 | 78 |
| Escobas | Unidades | 2.50 | 8 | 20 |
| Uniformes | Unidades | 35.00 | 10 | 350 |
| Ambientador | Unidades | 3.00 | 15 | 45 |
| Paquetes de Aspirador | Docenas | 7.00 | 15 | 105 |
| Fundas de Basura | Unidades/ Paquete | 1.50 | 60 | 90 |
| TOTAL | | | | 688 |

FUENTE: Empresa Cleanex

ELABORADO: El Autor

PROYECCIÓN DE UTENSILLOS DE ASEO

| CUADRO Nro.82 | |
|--------------------------------------|--------------|
| PROYECCIÓN UTENSILLOS DE ASEO | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 688 |
| 2014 | 730.10 |
| 2015 | 774.78 |
| 2016 | 822.19 |
| 2017 | 872.50 |

FUENTE: Cuadro Nro.81

ELABORADO : El Autor

SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

| CUADRO Nro. 83 | | | | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| CARGO | SUELDO BASICO | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | VACACIONES | APORTE PATRONAL | APORTE PERSONAL | FONDOS DE RESERVA | LIQUIDO A PAGAR | TOTAL A PAGAR |
| GERENTE | 550.00 | 45.8 | 26.5 | 22.9 | 61.3 | 51.4 | 45.8 | 498.6 | 752.3 |
| SECRETARIA | 318.00 | 26.5 | 26.5 | 13.25 | 36.09 | 29.73 | 26.5 | 288.27 | 446.84 |
| JEFE FINANCIERO | 422.72 | 35.22 | 26.5 | 17.5 | 47.13 | 39.5 | 35.22 | 383.22 | 583.57 |
| BODEGUERO/ CONSERJE | 318.00 | 26.5 | 26.5 | 13.25 | 36.09 | 29.73 | 26.5 | 288.27 | 446.84 |
| TOTAL | | | | | | | | | 2202.55 |

| PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS | | | |
|--|--------------------|--------------------------|------------------------|
| CUADRO Nro. 84 | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1 | GERENTE | 752.3 | 9027.6 |
| 1 | SECRETARIA | 446.84 | 5362.08 |
| 1 | JEFE FINANCIERO | 583.57 | 7002.84 |
| 1 | BODEGUERO | 446.84 | 5362.08 |
| TOTAL | | | 26755 |

PROYECCION DE SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

Para la proyección del primer año tomara en cuenta el valor total restado el porcentaje que incluye los fondos de reserva, puesto que el mismo se lo incluye a partir del segundo año, para este se sumara los fondos de reserva con el 8,9% que es porcentaje de relación incremento PAIS por año a las remuneraciones.

| CUADRO Nro. 85 | | | |
|----------------------------------|------|-------------|--|
| PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS | | | |
| PORCENTAJE DE INCREMENTO 8.9% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | VALOR ANUAL | OPERACIÓN |
| 1 | 2013 | 25146.3 | 1 año= 26755 - \sum FR = 26755- 1608.7 = 25146.3 |
| 2 | 2014 | 27384.3 | |
| 3 | 2015 | 28821.5 | |
| 4 | 2016 | 31475.6 | 2año=11625+ \sum FR*%i |
| 5 | 2017 | 34276.9 | |

FUENTE: Cuadro Nro. 84

ELABORADO : El Autor

GASTOS EN VENTAS

PUBLICIDAD Y PROMOCION

Sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un publico especifico , mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión , la radio el internet.

La publicidad que utilizaremos para dar a conocer nuestro producto en el mercado será por medio de la televisión, los medios escritos la radio y el internet. A continuación se detallan los rubro y especificaciones.

| PRESUPUESTO – PUBLICIDAD | | | | |
|---------------------------------|---------------|-----------------|---------------|--------------|
| CUADRO Nro. 86 | | | | |
| PUBLICIDAD | FACTOR | CANTIDAD | PRECIO | TOTAL |
| Radio | Avisos | 182 | 2.50.00 | 455.00 |
| Medios Escritos | Pagina | 52 | 5.00.00 | 260.00 |
| Medios Televisivos | Segundos | 15600 | 0.20.00 | 3120.00 |
| Internet | Bloq. | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | Pagina | 1 | 500.00 | 500.00 |
| | anuncios | 10 | 15.00 | 150.00 |
| | Horas | Plan permanente | 25.34.00 | 304.08 |
| TOTAL | | | | 4839 |

FUENTE: Empresa Publisharte

ELABORADO: El Autor

| CUADRO Nro. 87 | |
|---------------------------------|--------------|
| PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD | |
| TASA DE INFLACIÓN 6.12 % | |
| AÑOS | TOTAL |
| 2013 | 4830.00 |
| 2014 | 4886.82 |
| 2015 | 5185.19 |
| 2016 | 5507.19 |
| 2017 | 5844.22 |

FUENTE: Cuadro Nro.86

ELABORADO: El Autor

COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

Para cuantificar este rubro es necesario conocer el recorrido que hará la camioneta en la acción de distribución del producto a los diferentes puntos

de venta dentro de la ciudad . para lo cual se ha hecho una aproximación referencial de 200Km al establecer la cantidad de recorrido mensual tenemos que será de 4000km lo cual genera un costo de cambio de aceite y filtro de 30 dólares mensuales . El consumo de la gasolina se lo ha presupuesto respecto al costo por galón que es de 1.48 dólares.

| PRESUPUESTO DE GASOLINA Y LUBRICANTES | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 88 | | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 50 Galones | GASOLINA | 1,48 | 74,00 | 888,00 |
| | ACEITES Y LUBRICANTES | 30,00 | 30,00 | 360,00 |
| TOTAL | | | 104,00 | 1248,00 |

FUENTE: Gasolinera Avendaño

ELABORADO: El Autor

SOAT Y MATRICULA

| PRESUPUESTO DE SOAT Y MATRICULA | | | | |
|--|--------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro. 89 | | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1 | SOAT | 110.00 | - | 110.00 |
| 1 | Matricula | 90.00 | - | 90.00 |
| TOTAL | | | | 200.00 |

FUENTE: Policía Nacional

ELABORADO: El Autor

PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS EN VENTAS

| ROL DE PAGOS GASTO EN VENTAS | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| CUADRO Nro. 90 | | | | | | | | | | |
| NOMBRE | CARGO | SUELDO BASICO | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | VACACIONES | APORTE PATRONAL | APORTE PERSONAL | FONDOS DE RESERVA | LIQUIDO A PAGAR | TOTAL A PAGAR |
| | JEFE DE COMERCIALIZACION | 422.72 | 35.22 | 26.5 | 17.5 | 47.13 | 39.5 | 35.22 | 383.22 | 583.57 |
| | CHOFER | 318.00 | 26.5 | 26.5 | 13.25 | 36.09 | 29.73 | 26.5 | 288.27 | 446.84 |
| | TOTAL | | | | | | | | | 1030.41 |

FUENTE: SRI tabla de salarios vigentes de acuerdo a las aéreas de acción

ELABORADO: El Autor

| PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
|---|---------------------------------|----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro.91 | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1 | JEFE DE COMERCIALIZACION | 583.57 | 7002.84 |
| 1 | CHOFER | 446.84 | 5362.08 |
| TOTAL | | | 12.365 |

FUENTE: Cuadro Nro.86

ELABORADO: El Autor

PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS EN VENTAS

Para la proyección del primer año tomara en cuenta el valor total restado el porcentaje que incluye los fondos de reserva, puesto que el mismo se lo incluye a partir del segundo año, para este se sumara los fondos de reserva con el 8,9% que es porcentaje de relación incremento PAIS por año a las remuneraciones

| CUADRO Nro. 92 | | | |
|--------------------------------|------|-------------|--|
| PROYECCIÓN DEL GASTO EN VENTAS | | | |
| PORCENTAJE DE INCREMENTO 10% | | | |
| PERIODOS | AÑOS | VALOR ANUAL | OPERACIÓN |
| 1 | 2013 | 11525 | $1 \text{ año} = 12365 - \sum FR$ $= 12365 - 740$ $= 11625$ $2 \text{ año} = 11625 + \sum FR * \%i$ |
| 2 | 2014 | 12625 | |
| 3 | 2015 | 13748 | |
| 4 | 2016 | 14971 | |
| 5 | 2017 | 16303 | |

FUENTE: Cuadro Nro. 91

ELABORADO: El Autor

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

COSTO DE PRODUCCIÓN

Dentro del costo de producción para el año 1 se integraron los siguientes rubros:

- ✓ **Materia Prima Directa** .- La inversión total en materia Prima Directa es =

MPD(jabon de tocadador) + MPD(shampoo)

MPD Total = 26395 + 38.123

MPD Total = **64218**

- ✓ **Materia Prima Indirecta**.- La inversión total en materia Prima Indirecta es =

MPI(jabon de tocadador) + MPI(shampoo)

MPI Total = 9590 + 21335

MPI Total = **30925**

- ✓ **Mano de obra directa**.- La inversión total en Mano de Obra Directa es =

MOD = 15211

- ✓ **Mano de obra indirecta**.-La inversión total en Mano de Obra Indirecta =

MOI = 6580.12

- ✓ **Servicios básicos para la producción**.- La inversión en S. B. para la producción es =

SB (agua) + SB (electricidad)

SB total = 2400 + 2400

SB Total = 4800

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos lo integran las siguientes cuentas :

- ✓ **Teléfono** .- El valor de consumo anual en teléfono será:

Teléfono = 672.00

- ✓ **Suministro de Oficina.**- El valor en Suministros de oficina será:

Suministro de Oficina = 664.00

- ✓ **Utensilios de Aseo.**- El valor en Utensilios de aseo será:

Utensilios de aseo = 688.00

- ✓ **Servicios Básicos – Administrativo.**- El valor en S. B.-administrativo será:

S.B(agua) + SB. (electricidad)

SB Total = 240 +260

SB Total = 500.00

- ✓ **Sueldos y Salarios Administrativos** .- El valor en Sueldos y Salarios administrativos para el primer año será:

Sueldos Y Salarios Ad. = **25146.00**

GASTOS EN VENTAS

Los gastos en ventas lo integran las siguientes cuentas :

- ✓ **Publicidad.**- El costo de la publicidad será:

Publicidad = 4839.00

- ✓ **Combustible y lubricantes.**- El costo del combustible y lubricantes será:

Combustible y lubricantes = 1248.00

- ✓ **Soat y Matricula** .- El costo del Soat y la matricula será

Soat y matricual = 200.00

- ✓ **Sueldos y salarios en ventas.**- El valor de lo sueldos y salarios será:

Sueldos y salarios ventas = 11525.00

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

| CUADRO Nro. 93 | | |
|------------------------|-----------------|---------------|
| ELEMENTOS | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
| Costo de Producción | 10144.51 | 121734.12 |
| Gastos administrativos | 2305.83 | 27670.00 |
| Gastos de Ventas | 1484.00 | 17812 |
| TOTAL | 13934.00 | 167216 |

FUENTE: Cuadro Nro. 59 hasta 92

ELABORADO: El Autor

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

| CUADRO Nro.94 | |
|-----------------------------------|--------------------|
| ACTIVOS FIJOS | |
| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
| TERRENO | 50000.00 |
| CONSTRUCCIÓN | 82500.00 |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 11150.00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 691.00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 2100.00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 1600.00 |
| VEHICULO | 13000.00 |
| TOTAL DE ACTIVOS FIJOS | 161041.00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | |
| ESTUDIOS PRELIMINARES | 1000.00 |
| PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO | 120.00 |
| CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA | 300.00 |
| IMPREVISTOS 5% | 71.00 |
| TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS | 1491.00 |
| ACTIVO CORRIENTE | |
| CAPITAL DE TRABAJO | |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 64218.00 |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 30925.00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 15211.00 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 6580.11 |
| ENERGIA ELECTRICA | 2400.00 |
| AGUA POTABLE | 2400.00 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 121734.12 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 27670.00 |
| GASTOS VENTAS | 17812.00 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 167216.12 |
| TOTAL DE INVERSIONES | 329748.12 |

Fuente: Cuadro Nro. 44 a 91

Elaborado : El Autor

FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son recursos económicos financiado que se complementan con recursos propios.

Para el presente proyecto el financiamiento se lo hará de acuerdo al calculo de 465 amortización con cuota fija , la misma que se la realizo para diez periodos semestrales que abarcan los cinco años de financiamiento.

Los datos de la tasa de interés corresponden al BANCO Populorun Progressi. Entidad Reguional de convenio con Unasur -Ecuador para el desarrollo de iniciativas de negocio. Financiera la inversión . otorgándonos un plazo de cinco años con cuota fija al 11.50% anual

Se lo analiza de la siguiente manera:

CALCULO DE AMORTIZACIÓN CON CUOTA FIJA

Total de Inversión 329748.12

Capital propio : 129748.12

Plazo: 10 años

Interés: 11.5% anual.

CALCULO DEL FINANCIAMIENTO

Financiamiento: Total de inversión – Capital propio

Financiamiento: **329748 -129748 = 200000**

Porcentaje de capital propio = 39.4%

Porcentaje de financiamiento = 60.6%

| CUADRO Nro. 95 | | |
|---------------------------------|------------|------------------|
| FINANCIAMIENTO | PORCENTAJE | TOTAL |
| CAPITAL PROPIO | 39.4% | 129748.12 |
| CAPITAL FINANCIADO | 60.6% | 200000.00 |
| TOTAL DE LAS INVERSIONES | | 329748.12 |

FUENTE: Cuadro Nro.94

ELABORADO: El Autor

CALCULO DE LA AMORTIZACIÓN CON CUOTA FIJA

Total de Inversiones = \$329748.12

Capital Propio = \$120748

Plazo = 5 años

Interés = 11.50% anual / 2 = 5.75 semestral

Interés = 200000 * 5.75%

Interes = \$ 11500

CALCULO DEL DIVIDENDO

$$\text{Dividendo} = \frac{C * i (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

$$\text{Dividendo} = \frac{200000 * 5.75\% (1 + 5.75\%)^{10}}{(1 + 5.75\%)^{10} - 1}$$

$$\text{Dividendo} = \frac{11500 (1 + 0.0575)^{10}}{(1 + 0.0575) - 1}$$

$$\text{Dividendo} = \frac{11500 (1,749056)}{1,7449056 - 1}$$

$$\text{Dividendo} = \frac{20114}{0.749056}$$

$$\text{Dividendo} = 26852.46$$

CALCULO DE AMORTIZACION

Amortización = Dividendo – Intereses

Amortización = 26852 - 11500

Amortización = 15352

AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL

| CUADRO Nro. 96 | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|--------------------|
| Periodos | Saldo Anterior | Interes (SA* i) | Amortización (D-i) | Dividendos | Saldo Final |
| 0 | | | | | 200000 |
| 1 | 200000 | 11500. | 15352 | 26852 | 184648 |
| 2 | 184648 | 10617 | 16235 | 26852 | 168413 |
| 3 | 168413 | 9683 | 17169 | 26852 | 151244 |
| 4 | 151244 | 8696 | 18156 | 26852 | 133088 |
| 5 | 133088 | 7652 | 19200 | 26852 | 113888 |
| 6 | 113088 | 6549 | 20303 | 26852 | 92785 |
| 7 | 92785 | 5335 | 21517 | 26852 | 71268 |
| 8 | 71268 | 4098 | 22754 | 26852 | 48514 |
| 9 | 48514 | 2790 | 24062 | 26852 | 24452 |
| 10 | 24452 | 1406 | 24452 | 26852 | 0.00 |

FUENTE: Cuadro Nro.95

ELABORADO: El Autor

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS

Para elaborar la tabla de presupuestos preformados o proyectados se **SUMARAN** los valores del **JABON DE TOCADOR** como **DEL SHAMPOO** Dentro de las tabla de presupuestos preformados se detallan las siguiente cuentas .

a) COSTOS PRIMOS

Son los materiales directos , la mano de obra directa y los costos directamente relacionados con la producción .

b) COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Corresponde a todos aquellos gastos que por su naturaleza o inciden directamente sobre el proceso de fabricación y están formados por materias primas y mano de obra que redundan en la producción general y no sobre un producto en especial , como también por aquellos gastos que podríamos llamar generales como energía eléctrica , combustibles . etc

c) GASTOS DE OPERACIÓN

Están constituidos por los gastos variables de operación y los costos fijos de operación. Dentro de los gastos de operación para el proyecto de inversión se analizarán los gastos de administración, gastos de ventas y gastos financieros

d) GASTOS ADMINISTRACION

Representan los gastos generales de ventas , los mismos que se individualizan o se controlan por cuentas separadas

Los gastos de administración del proyecto son: calculo de Sueldos , y Salarios , calculo de energía , calculo de consumo telefónico , calculo de agua , calculo de Útiles de oficina , calculo de u tencillos de aseo , calculo de depreciación de muebles y enseres , calculo de depreciación de equipo de

computo , calculo de depreciación de equipo de oficina , calculo de depreciación de construcciones , amortización de activos diferidos

e) GASTOS DE VENTAS

Son los gastos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para las ventas, gastos de repartos, otros.

Para los estados financieros suelen separarse cada uno de estos gastos y se registran en cuotas individuales, pero que son de igual modo registro avalados con su respectivos montos y certificados con los mismos.

f) GASTOS FINANCIEROS

Son los gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y bonos emitidos por la empresa.

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS

| PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS | | | | | |
|--|---------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
| CUADRO Nro. 96 | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| COSTO PRIMO | | | | | |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 64518 | 68463 | 72653 | 77099 | 81818 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 15211 | 17516 | 19074 | 20771 | 22620 |
| COSTO DE FABRICACIÓN | | | | | |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 30925 | 32786 | 34757 | 36793 | 39043 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 6580.12 | 7626.09 | 8304.8 | 9043.9 | 9848.8 |
| ENERGIA ELECTRICA (producción) | 2400 | 2400 | 2400 | 2400 | 2400 |
| CONSUMO DE AGUA (Producción) | 2400 | 2546 | 2701 | 2866 | 3041 |
| DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA | 1115 | 1115 | 1115 | 1115 | 1115 |
| TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN | 123149 | 132452 | 141004 | 150087 | 159885.8 |
| COSTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 25146.3 | 27384.3 | 28821.5 | 31475.6 | 34276.9 |
| TELEFONO | 672 | 672 | 672 | 672 | 672 |
| UTILES DE OFICINA | 664.7 | 705.37 | 748.53 | 794.34 | 842.95 |
| UTENSILLOS DE ASEO | 688 | 730.10 | 774.78 | 822.19 | 872.50 |
| DEP. DE MUEBLES Y ENSERES | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 |
| DEP. DE EQUIPOS DE COMPUTO | 693 | 693 | 693 | 735.41 | 735.41 |
| DEP. DE EQUIPOS DE OFICINA | 69,1 | 69.1 | 69.1 | 69.1 | 69.1 |
| DEP. DE CONSTRUCCIONES | 4125 | 4125 | 4125 | 4125 | 4125 |
| SUMINISTRO DE AGUA | 240 | 254.6 | 270.18 | 286.71 | 304.25 |
| SUMINISTRO DE LUZ | 260 | 260 | 260 | 260 | 260 |
| TOTAL G. DE ADMINISTRACIÓN | 32718 | 35053.47 | 36594 | 39400.3 | 42318.1 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 11525 | 12625 | 13748 | 14971 | 16303 |
| PUBLICIDAD | 4830 | 4886.8 | 5185.1 | 5507.1 | 5944.2 |
| COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES | 1248 | 1324.3 | 1405.3 | 1491.3 | 1582.5 |
| DEPRECIACION DE VEHICULO | 2600 | 2600 | 2600 | 2600 | 2600 |
| SOAT Y MATRICULA | 200 | 212.24 | 225.22 | 239.0 | 254.0 |
| TOTAL DE GASTOS EN VENTAS | 20403 | 21648.3 | 23163.6 | 24808.4 | 26683.7 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | |
| INTERES POR PRESTAMO / TOTAL | 22117 | 18379 | 14201 | 9453 | 4198 |

| OTROS GASTOS | | | | | |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO | 284 | 284 | 284 | 284 | 284 |
| TOTAL DE OTROS GASTOS | 284 | 284 | 284 | 284 | 284 |

| | | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| TOTAL COSTO DE OPERACIÓN | 75522 | 75328 | 74242 | 73946 | 73483.8 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | 198671 | 207780 | 215246 | 224033 | 233369.6 |

FUENTE: Cuadro Nro.94

ELABORADO: El Autor

4.1.7 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para el costo de unitario de producción se tomara en cuenta los valores por separado de la MATERIA PRIMA DIRECTA Y MATERIA PRIMA INDIRECTA para el JABON DE TOCADOR y SHAMPOO sumada a las demás cuentas , restando la MPD y MPI y dividiéndolas para dos de la siguiente manera:

JABON DE TOCADOR

| Cuadro Nro.97 | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 26395.00 | 28010.37 | 29724.60 | 31543.74 | 33474.21 |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 9590.00 | 10146 | 10732 | 11388 | 12084 |
| GASTOS PARCIALES DE FABRICACIÓN | 13856.00 | 15601.5 | 16797 | 18097 | 19512 |
| GASTOS TOTALES DE FABRICACION | 49841.00 | 53757,8 | 57253 | 61028 | 65070 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 16359.00 | 17527 | 18297 | 19700 | 21159 |
| GASTOS EN VENTAS | 10201.00 | 10824 | 11582 | 12404 | 13342 |
| GASTOS FINANCIEROS | 11051.00 | 9190 | 7101 | 4726 | 2099 |
| OTROS GASTOS / A. Ac Dif | 142.00 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN | 87594 | 91449 | 94375 | 98000 | 101812 |

$$\text{Costo unitario de Producción} = \frac{\text{Costo unitario de producción}}{\text{\# de Unidades a producir}}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{87594}{86372}$$

Costo Unitario de Producción = \$ 1.01

| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN JABON DE TOCADOR | | | |
|--|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| CUADRO Nro. 98 | | | |
| AÑOS | COSTO TOTAL DE PRODUCCION | # DE UNIDADES PRODUCIDAS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN |
| 1 | 87594 | 86372 | 1.00 |
| 2 | 91449 | 100500 | 0.90 |
| 3 | 94375 | 114857 | 0.82 |
| 4 | 98000 | 129214 | 0.75 |
| 5 | 101812 | 143572 | 0.70 |

FUENTE: Cuadro Nro. 96, 38,

ELABORADO: El Autor

SHAMPOO

| CUADRO Nro. 99 | | | | | |
|--------------------------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 38123 | 40453 | 42929 | 45556 | 48344 |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 21335 | 22640 | 24025 | 25405 | 26959 |
| GASTOS PARCIALES DE FABRICACIÓN | 13856 | 15601.5 | 16797 | 18097 | 19512 |
| GASTOS TOTALES DE FABRICACION | 73314 | 78694.5 | 83751 | 89058 | 94815 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 16359 | 17527 | 18297 | 19700 | 21159 |
| GASTOS EN VENTAS | 10201 | 10824 | 11582 | 12404 | 13342 |
| GASTOS FINANCIEROS | 11051 | 9190 | 7101 | 4726 | 2099 |
| OTROS GASTOS / A. Ac Dif | 142 | 142 | 142 | 142 | 142 |
| COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN | 111067 | 116377 | 120873 | 126030 | 131557 |

$$\text{Costo unitario de Producción} = \frac{\text{Costo unitario de producción}}{\# \text{ de Unidades a producir}}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{111067}{40000}$$

Costo Unitario de Producción = \$ 2.77

| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN SHAMPOO | | | |
|---|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| CUADRO Nro. 100 | | | |
| AÑOS | COSTO TOTAL DE PRODUCCION | # DE UNIDADES PRODUCIDAS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN |
| 1 | 111067 | 40000 | 2.77 |
| 2 | 116377 | 50200 | 2.32 |
| 3 | 120873 | 60240 | 2.00 |
| 4 | 126030 | 70280 | 1.79 |
| 5 | 131557 | 80320 | 1.63 |

FUENTE: Cuadro Nro .96, 39

ELABORADO: El Autor

PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO

Para determinar el precio de venta al publico se propuso un margen de utilidad del acuerdo al precio que se pretende mantener en 5 años en el caso del Jabón de Tocador será de \$1.50 y para el shampoo 3.50% , debido a la inversión se pretende mantener el precio aunque la productividad aumente y los costos disminuyan .

| PRECIO DE VENTA AL PUBLICO JABON DE TOCADOR | | | |
|---|------------------------------|--------------------|----------------------------|
| CUADRO Nro. 101 | | | |
| AÑOS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | MARGEN DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA AL PUBLICO |
| 1 | 1.00 | 50% | 1.50 |
| 2 | 0.90 | 66% | 1.50 |
| 3 | 0.82 | 82% | 1.50 |
| 4 | 0.75 | 100% | 1.50 |
| 5 | 0.70 | 113% | 1.50 |

FUENTE: Empresa Jabonarte, Cuadro Nro.98

ELABORADO: El Autor

| PRECIO DE VENTA AL PUBLICO SHAMPOO | | | |
|------------------------------------|------------------------------|--------------------|----------------------------|
| CUADRO Nro. 102 | | | |
| AÑOS | COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | MARGEN DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA AL PUBLICO |
| 1 | 2.77 | 23% | 3.50 |
| 2 | 2.32 | 50% | 3.50 |
| 3 | 2.00 | 75% | 3.50 |
| 4 | 1.79 | 95% | 3.50 |
| 5 | 1.63 | 113% | 3.50 |

FUENTE: Empresa Jabonarte, Nro. 99

ELABORADO: El Autor

INGRESOS POR VENTAS

Es la cantidad de dinero que obtiene la empresa de la venta de bienes y servicios en un periodo determinado, por ejemplo un año. Estos se determinan con el numero de unidades a producir y el precio de venta al publico como a continuación se detalla.

$$\text{Ingresos} = \# \text{ de unidades de producción} * \text{pvp}$$

| INGRESOS POR VENTA JABON DE TOCADOR | | | |
|--|------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| CUADRO. 103 | | | |
| AÑOS | # UNIDADES PRODUCIDAS | PRECIO DE VENTA AL PUBLICO | INGRESOS POR VENTAS |
| 1 | 86372 | 1.50 | 129558 |
| 2 | 100500 | 1.50 | 150750 |
| 3 | 114857 | 1.50 | 172285 |
| 4 | 129214 | 1.50 | 193821 |
| 5 | 143572 | 1.50 | 215358 |

FUENTE: Empresa Jabonarte, Nro. 99

ELABORADO: El Autor

| INGRESOS POR VENTA SHAMPOO | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| CUADRO.104 | | | |
| AÑOS | # UNIDADES PRODUCIDAS | PRECIO DE VENTA AL PUBLICO | INGRESOS POR VENTAS |
| 1 | 40000 | 3.50 | 140000 |
| 2 | 50200 | 3.50 | 175700 |
| 3 | 60240 | 3.50 | 210840 |
| 4 | 70280 | 3.50 | 245980 |
| 5 | 80320 | 3.50 | 281120 |

FUENTE: Empresa Jabonarte, Nro. 100

ELABORADO: El Autor

| CUADRO Nro. 105 | |
|------------------------|-------------------------|
| AÑOS | INGRESOS TOTALES |
| 1 | 269558 |
| 2 | 326450 |
| 3 | 383125 |
| 4 | 439801 |
| 5 | 496478 |

FUENTE: Cuadro Nro. 103, 104

ELABORADO: El Autor

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de perdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o perdida de ejercicio. Para nuestro proyecto lo tenemos detallado para los 5 años de vida útil del proyecto como se muestra a continuación.

| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS | | | | | |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|
| CUADRO Nro. 106 | | | | | |
| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 1. INGRESOS | | | | | |
| VENTAS | 269558 | 326450 | 383125 | 439801 | 496478 |
| TOTAL INGRESOS | 269558 | 326450 | 383125 | 439801 | 496478 |
| 2. EGRESOS | | | | | |
| COSTO DE OPERACIÓN | 75522 | 75328 | 74242 | 73946 | 73483.8 |
| COSTO DE FABRICACION | 123149 | 132452 | 141004 | 150087 | 159885.8 |
| TOTAL EGRESOS | 198671 | 207780 | 215246 | 224033 | 233369.6 |
| (1-2) GANANCIAS GRAVABLES | 70887 | 118670 | 173212 | 211576 | 263108 |
| (-) 15% TRABAJADORES | 10633. | 17800 | 25982 | 31736 | 39466 |
| (=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 60254 | 100870 | 147230 | 179840 | 223642 |
| (-) 25% IMPUESTO A LA RENTA | 15063 | 25217 | 36807 | 44960 | 55910 |
| (=) UTILIDAD ANTES DE RESER. LEGAL | 45191 | 75653 | 110423 | 134880 | 167732 |
| (-) 10% RESERVA | 4519.1 | 7565.3 | 11042.3 | 13488 | 16773 |
| (=) UTILIDAD LIQUIDA | 40671.9 | 68087.7 | 99380.7 | 121292 | 150959 |

FUENTE: Cuadro Nro. 105, 94

ELABORADO: El Autor

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que mantienen su importe constante, independientemente del nivel de actividad de la empresa

COSTOS VARIABLES

Son los que están directamente involucrados con la producción y venta de los artículos, por lo que tienden a variar de acuerdo con la volumen de producción. Para la elaboración de las tablas se ha tomado como referencia el primer y ultimo año.

| CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 1 | | | |
|--|------------------|-------------------|-----------------------|
| CUADRO Nro. 106 | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE |
| COSTO PRIMO | | | |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 64518.00 | | 64518.00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 15211.00 | 15211.00 | |
| COSTO DE FABRICACION | | | |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 30925.00 | | 30925.00 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 6580.00 | 6580.12 | |
| DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA | 1115.00 | 1115.00 | |
| CONSUMO DE AGUA (producción) | 2400.00 | | 2400.00 |
| ENERGIA ELECTRICA (producción) | 2400.00 | | |
| TOTAL DE GASTOS DE FABRICACIÓN | 123149. | | 2400.00 |
| COSTOS DE OPERACIÓN | | | |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 25146.30 | 25146.30 | |
| TELEFONO | 672.00 | | 672.00 |
| UTILES DE OFICINA | 664.70 | | 664.70 |
| UTENSILLOS DE ASEO | 688.00 | | 688.00 |
| DEP. DE MUEBLES Y ENSERES | 160.00 | 160.00 | |
| DEP. DE EQUIPOS DE COMPUTO | 693.00 | 693.00 | |
| DEP. DE EQUIPOS DE OFICINA | 69,10 | 69,1.00 | |
| DEP. DE CONSTRUCCIONES | 4125.00 | 4125.00 | |
| SUMINISTRO DE LUZ | 240.00 | | 240.00 |
| SUMINISTRO DE AGUA | 260.00 | | 260.00 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 32718 | | |
| GASTOS DE VENTAS | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 11525.00 | 11525.00 | |
| PUBLICIDAD | 4830.00 | 4830.00 | |
| COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES | 1248.00 | | 1248.00 |
| DEPRECIACION DE VEHICULO | 2600.00 | 2600 | |
| SOAT Y MATRICULA | 200.00 | 200.00 | |
| TOTAL GASTOS EN VENTAS | 20403.00 | | |
| GASTOS FINANCIEROS | | | |
| INTERES POR PRESTAMO/TOTAL | 22117.00 | 22117.00 | |
| OTROS GASTOS | | | |
| AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO | 284.00 | 284,00 | |
| TOTAL | 198671.00 | 94455.41 | 104015.77 |

FUENTE: Presupuestos Projectados

ELABORADO: El Autor

| CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 5 | | | |
|--|------------------|-------------------|-----------------------|
| CUADRO Nro. 107 | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 05 | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE |
| COSTO PRIMO | | | |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 81818.00 | | 81818.00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 22620.00 | 22620.0 | |
| COSTO DE FABRICACIÓN | | | |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | 39043.00 | | 39043.00 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | 9848.80 | 9848.80 | |
| CONSUMO DE AGUA (producción) | 3041.00 | | 3041.00 |
| ENERGIA ELECTRICA (producción) | 2400.00 | | 2400.00 |
| DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA | 1115.00 | | 1115.00 |
| TOTAL DE GASTOS DE FABRICACIÓN | 159885.80 | | |
| COSTOS DE OPERACIÓN | | | |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 34276.90 | 34276.90 | |
| TELEFONO | 672.00 | | 672.00 |
| UTILES DE OFICINA | 842.95 | | 842.95 |
| UTENSILLOS DE ASEO | 872.50 | | 872.50 |
| DEP. DE MUEBLES Y ENSERES | 160.00 | 160.00 | |
| DEP. DE EQUIPOS DE COMPUTO | 735.41 | 735.41 | |
| DEP. DE EQUIPOS DE OFICINA | 69.10 | 69.10 | |
| DEP. DE CONSTRUCCIONES | 4125.00 | 4125.00 | |
| SUMINISTRO DE LUZ | 304.25 | | 304.25 |
| SUMINISTRO DE AGUA | 260.00 | | 260.00 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 42318.1 | | |
| GASTOS DE VENTAS | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 16303.00 | 16303.00 | |
| PUBLICIDAD | 5944.20 | | 5944.20 |
| COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES | 1582.50 | | 1582.50 |
| DEPRECIACION DE VEHICULO | 2600.00 | 2600.00 | |
| SOAT Y MATRICULA | 254.00 | 254.00 | |
| TOTAL GASTOS EN VENTAS | 26683.70 | | |
| GASTOS FINANCIEROS | | | |
| INTERES POR PRESTAMO/TOTAL | 4198.00 | 4198.00 | |
| OTROS GASTOS | | | |
| AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO | 284.00 | 284.00 | |
| TOTAL | 233369.60 | 95474.20 | 137895.40 |

FUENTE: Presupuestos proyectados

ELABORADO: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar. Para nuestro proyecto se lo realizara en función de las ventas y de las capacidad instalada y se utilizan las siguientes formulas:

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO # 01

- En función de las ventas Año 1

$$PE = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}} \right)}$$

$$PE = \frac{94455.4}{1 - \left(\frac{104015.7}{269568} \right)}$$

$$PE = \frac{94455.4}{1 - (0.3858)}$$

$$PE = \frac{94455.4}{0.614139}$$

$$PE = \$ 153801.33$$

Para que la empresa no tenga ni perdidas ni ganancias debe vender en el año 2013 **153801.33** dólares.

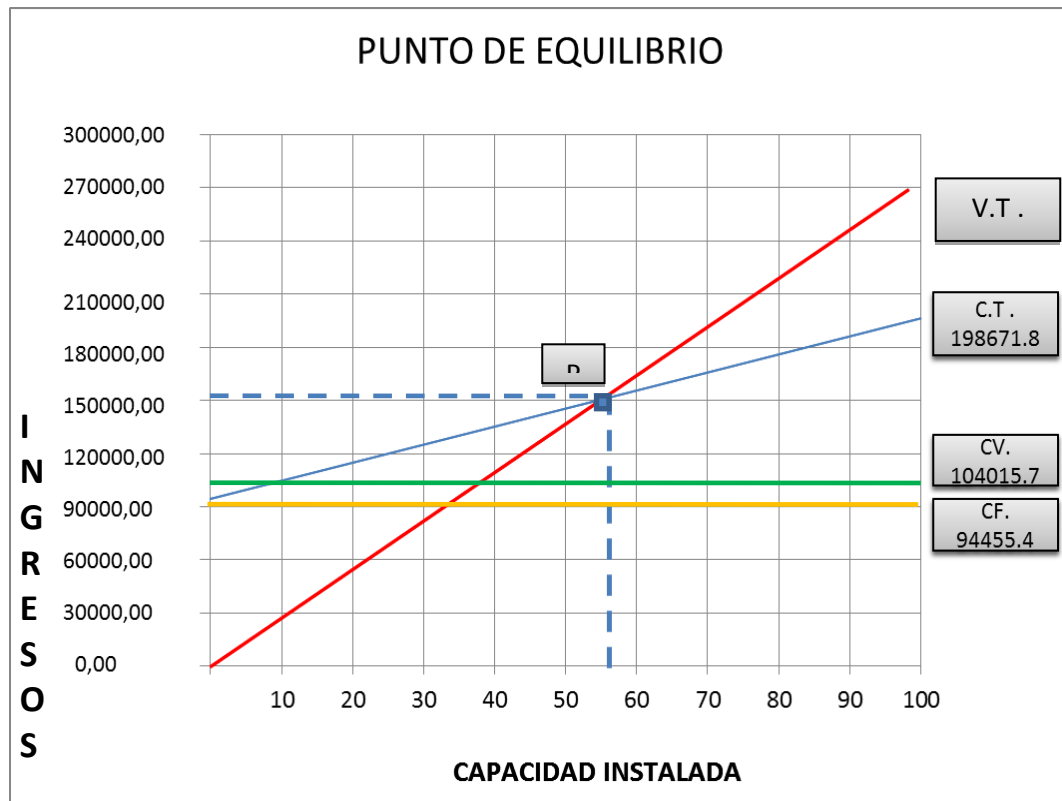
- En función de la Capacidad Instalada Año 1.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{954774.2}{269568 - 104015.7} * 100$$

$$PE = 57\%$$

El porcentaje de la capacidad instalada que se debe utilizar para que la empresa encuentre un punto de equilibrio es 57%



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 05.

- En Función de las Ventas Año 05

$$PE = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}} \right)}$$

$$PE = \frac{954774.2}{1 - \left(\frac{137895.4}{496478} \right)}$$

$$PE = \frac{95474.2}{1 - (0.27774)}$$

$$PE = \frac{95474.2}{0.72225}$$

$$PE = 132189.9$$

Para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias debe vender en el año 2017 **132189.9** Dólares.

- En Función de la Capacidad Instalada Año 05

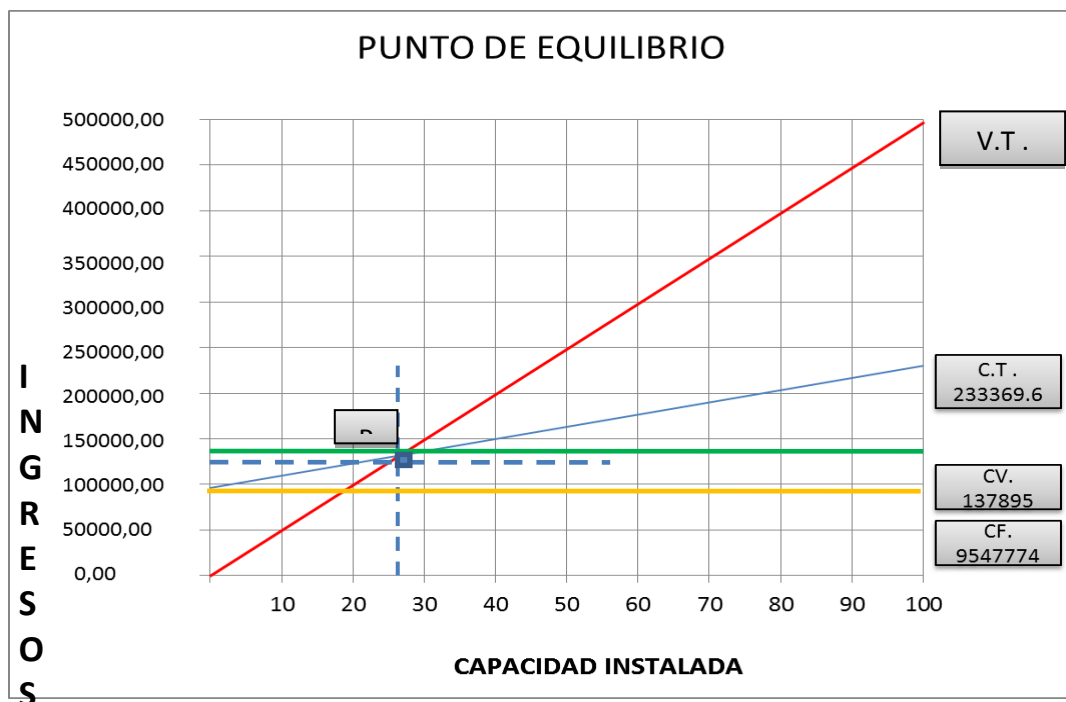
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{954774.2}{496478 - 137895.4} * 100$$

$$PE = \frac{95477.2}{358582.6} * 100$$

$$PE = 27\%$$

El porcentaje de la capacidad instalada que se debe utilizar para que la empresa encuentre un punto de equilibrio es de el 27%



EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La evaluación de proyectos es un proceso por el cual se determina los cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el previsto en su planificación

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja se refiere al análisis de las entradas y salidas de dinero que se producen en una empresa, y tiene en cuenta el importe de esos movimientos, y también el momento en el que se producen.

| CUADRO Nro.108 | | | | | |
|----------------------------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|
| FLIJO DE CAJA | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 1. INGRESOS | | | | | |
| VENTAS | 269558 | 326450 | 383125 | 439801 | 496478 |
| VALOR RESIDUAL | - | - | - | - | 77399 |
| TOTAL DE INGRESOS | 269558 | 326450 | 383125 | 439801 | 573877 |
| 2. EGRESOS | | | | | |
| COSTO DE PRODUCCIÓN | 123149 | 132452 | 141004 | 150087 | 159885.8 |
| COSTO DE OPERACIÓN | 75522 | 75328 | 74242 | 73946 | 73483.8 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | |
| INTERES DEL PRESTAMO | 22117 | 18379 | 14201 | 9425 | 4196 |
| TOTAL DE EGRESOS | 220788 | 226159 | 229447 | 233458 | 237564 |
| (1-2) GANANCIAS GRAVABLES | 48770 | 100291 | 153678 | 206343 | 336313 |
| 15% DE TRABAJADORES | 7315.5 | 15043.6 | 23051.7 | 30951 | 50446.9 |
| UTILI ANTESD E IMPUESTOS | 41454.5 | 85247.3 | 130626 | 175391.5 | 285866 |
| 25% DE IMPUESTO A LA RENTA | 10363.62 | 21311.8 | 32656 | 4347.88 | 71466 |
| Flujo de caja | 31090.8 | 63936 | 97969 | 171043.7 | 214399 |
| (+) AMOR. ACTIVO DIFERIDO | 284 | 284 | 284 | 284 | 284 |
| (+) AMOR DE ACTIVO FIJO | 8762 | 8762 | 8762 | 8762 | 8762 |
| FLUJO NETO DE CAJA | 40136 | 72981 | 107015 | 161183 | 246330 |

FUENTE: Cuadro Nro. 106, 107

ELABORADO: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

El Valor actual neto (VAN) es una medida de los exesos o perdidas en los flujos de caja , todo llevado al valor presente.

Inversión = 329748.12

Capital Externo = 200000 = 60.6%

Capital Propio = 129748.12 = 39.4%

Tasa de Interés Activa = 11.5%

Tasa de Interés Pasiva = 4.53%

Inflación (F) = 6.12%

Riesgo País = 858 = 0.858%

PREMIO AL RIESGO

I = Tasa de Interés Activa + Riesgo País

I = 11, 50% + 0.858%

I = 12.36%

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

$TMAR = I + F + (I * F)$

$TMAR = 12.36\% + 6.12\% + (12.36\% * 6.12\%)$

$TMAR = 19.23$

COSTO DE OPORTUNIDAD

$i = C. \text{ Propio (T MAR)} + \% C \text{ Externo (Tasa Activa)}$

$i = 39.4\% (19.23\%) + 60.6\% (11.50)$

$i = 0.39 * (0.1923) + 0.60 * (0.1150)$

$i = 0.0757 + 0.069$

$i = 14.53\%$

$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$

$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1+0.1453)^1}$

$\text{Factor de Actualización} = 0.8733$

| VALOR ACTUAL NETO | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| CUADRO Nro. 109 | | | |
| AÑO | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS |
| 1 | 40136 | .0.87 | 34918.32 |
| 2 | 72981 | 0.76 | 55465.56 |
| 3 | 107015 | 0.66 | 70629.98 |
| 4 | 161183 | 0.58 | 93486.27 |
| 5 | 246330 | 0.51 | 125628.3 |
| TOTAL | | | 380128.34 |

FUENTE: Cuadro Nro. 108

ELABORADO: El Autor

$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$

$VAN = 380128 - 329748.12$

$VAN = 50.380,34$

Una vez realizado el calculo del Valor Actual Neto, se pudo constatar que el presente proyecto puede ser puesto en marcha, dado que el resultado de VAN es mayor a 1, lo cual permite saber que el proyecto se acepta debido a que se ha determinado su rentabilidad es decir el valor de la empresa aumentara

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Por su facilidad de calculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

CUADRO Nro.110

| | INVERSIÓN | FLUJO NETO | FACTOR DESCUENTO | VALOR ACTUAL |
|---|-----------|------------|------------------|------------------|
| | | | | |
| 1 | 329748.12 | 40136 | .0.87 | 34918.32 |
| 2 | | 72981 | 0.76 | 55465.56 |
| 3 | | 107015 | 0.66 | 70629.98 |
| 4 | | 161183 | 0.58 | 93486.27 |
| 5 | | 246330 | 0.51 | 125628.3 |
| | | | | 380128.34 |

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los primeros flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inv.}}$$

$$\text{PRC} = 5 + \frac{329748.12 - 380128.34}{125628.34}$$

$$\text{PRC} = 5 + \frac{-50380}{125628}$$

$$\text{PRC} = 5 + (-0.40117)$$

$$\text{PRC} = 4.59$$

$$\text{PRC} = 4 \text{ Años , 7 meses, 24 días}$$

El periodo de recuperación de capital en el presente proyecto será de 4 años , 6 meses y 28 días esto determinado por el numero de meses que tiene el año calendario y 30 días que posee el mes calendario .

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado del resultado , para determinar cuales son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

| RELACIÓN FENEFICIO COSTO | | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|
| CUADRO Nro.111 | | | | | |
| AÑOS | INGRESOS ORIGINALES | EGRESOS ORIGINALES | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESO ACTUALIZADO |
| 1 | 269558 | 220788 | .0.87 | 234515.46 | 192085 |
| 2 | 326450 | 226159 | 0.76 | 248102.00 | 171880 |
| 3 | 383125 | 229447 | 0.66 | 252862.50 | 151435 |
| 4 | 439801 | 233458 | 0.58 | 255084.58 | 135405 |
| 5 | 573877 | 237564 | 0.51 | 292377.27 | 121157 |
| TOTAL | | | | 1282941.81 | 771962 |

FUENTE: Cuadro Nro.112

ELABORADO: El Autor

Aplicamos la siguiente formula para determinar la relación.

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingre Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1282941.81}{771962}$$

$$RBC = \$1.66$$

Este cálculo nos permitió determinar que los beneficios que se obtendrán con el presente proyecto son mayores a los costos , puesto que el resultado es mayor que 1.00

Se determino entonces que se obtendrá un beneficio de 0.66 centavos por cada dólar invertido.

TASA INTERNA DE RETORNO

Se define la Tasa de Retorno como el valor de descuento que se da al proyecto, un valor actual neto de los flujos, en otras palabras es aquella que se iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial. Para el cálculo del TIR se debe proceder a interpolar hasta encontrar el interés más apropiado y que estos se igualen o se aproximen.

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | | |
|-------------------------|------------|-------------------------|----------------|-------------------------|------------|
| CUADRO. Nro 112 | | | | | |
| AÑO | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | VAN MENOR | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | VAN MAYOR |
| | | 19% | | 20% | |
| | | | | | |
| 1 | 40136 | 0.84 | 33714.2 | 0.83 | 33312.45 |
| 2 | 72981 | 0.71 | 52546 | 0.69 | 50352.89 |
| 3 | 107015 | 0.60 | 64209 | 0.58 | 62068.7 |
| 4 | 161183 | 0.50 | 80591.5 | 0.48 | 77367.84 |
| 5 | 246330 | 0.42 | 103458.6 | 0.40 | 98532.00 |
| TOTAL | | | 334520.15 | | 321633.88 |
| | | | 329748.12 | | 329748.12 |
| | | | <u>4772.03</u> | | = -8114.24 |

FUENTE: Cuadro Nro. 110

ELABORADO: El Autor

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_m}{VAN_m - VAN_M} \right)$$

$$TIR = 19 + 1 \left(\frac{4772.03}{12886.27} \right)$$

$$TIR = 19 + 1(0.3703)$$

$$TIR = 19.3 \%$$

Realizado el cálculo se ha determinado que el proyecto es factible puesto que la tasa interna de retorno es mayor al costo de oportunidad.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad , facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo . Las variables propensas a cambios son los costos y los ingresos, esto se da debido a la cambiante situación económica de nuestro país. El calculo de sensibilidad del Proyecto se lo hizo en base al siguiente procedimiento.

CALCULO DEL GRADO DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 17% EN LOS COSTOS

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------|------------------------------------|------------------|------------------------------------|------------------|
| CUADRO Nro. 113 | | | | | | | | |
| AÑOS | COSTO ORIGINAL | COSTO ORIGINAL TOTAL | INGRESOS TOTALES | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 16% | VAN MENOR | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 17% | VAN MAYOR |
| 0 | | | | | | | | |
| 1 | 220788 | 257114.08 | 269558 | 12443.92 | 0.86 | 10577.3 | 0.85 | 10328.45 |
| 2 | 226159 | 263344.44 | 326450 | 63105.5 | 0.74 | 46067.01 | 0.73 | 44804.55 |
| 3 | 229447 | 268395.75 | 383125 | 114729.2 | 0.63 | 71132.1 | 0.62 | 68837.5 |
| 4 | 233458 | 272978.57 | 439801 | 166822.4 | 0.54 | 86747.6 | 0.53 | 83411.2 |
| 5 | 237564 | 277762.06 | 573877 | 296115.0 | 0.45 | 128328 | 0.44 | 121407 |
| | | | | | | 341852 | | 328787.85 |
| | | | | | | .12 | | 329748.12 |
| | | | | | | = 12104 | | = - 960 |

FUENTE: Cuadro Nro. 111, 112
 ELABORADO: El Autor

$$TIR = Tm + Dt (VAN Tm / VANTm - VANTM)$$

$$TIR = 16 + 1 (12104/12104 - (-960))$$

$$TIR = 16 + 1 (12104/13064)$$

$$TIR = 16 + 1 (0.92651)$$

$$TIR = 16.9$$

DIFERENCIA DE TASAS

$$\text{TIR. R} = \text{TIR A} - \text{NTIR}$$

$$\text{TIR .R} = 19.39 - 16.91$$

$$\text{TIR. R} = 2.48 \%$$

c) Se calcula el Porcentaje de Variación

$$\%V = (\text{TIR R} / \text{TIR A}) * 100$$

$$\%V = (2.48 / 19.3) * 100$$

$$\%V = 12.84 \%$$

d) Se Calcula el valor de la sensibilidad

$$S = (\%V / \text{NTIR})$$

$$S = (12.44\% / 16.9\%)$$

$$S = 0.77 = 0.8$$

ANALISIS:

De acuerdo al resultado del coeficiente de sensibilidad que es =0.8 podemos deducir que el incremento en los costos es indiferente al proyecto.

CALCULO DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 11% EN LOS INGRESOS

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------|------------------------------------|------------------|------------------------------------|------------------|
| CUADRO | | | | | | | | |
| AÑOS | COSTO ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL TOTAL | INGRESOS TOTALES | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 17% | VAN MENOR | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 18% | VAN MAYOR |
| 0 | | | | | | | | |
| 1 | 220788 | 269558 | 239906.62 | 19118.62 | 0.85 | 16250.87 | 0.84 | 16059.64 |
| 2 | 226159 | 326450 | 290540.5 | 64381 | 0.73 | 46998.13 | 0.71 | 45710.5 |
| 3 | 229447 | 383125 | 340981.25 | 111534.2 | 0.62 | 69151.20 | 0.60 | 66920.55 |
| 4 | 233458 | 439801 | 391422.89 | 157964.8 | 0.53 | 83721.34 | .0.51 | 80562.09 |
| 5 | 237564 | 573877 | 510750.5 | 273186.53 | 0.44 | 122933.93 | 0.43 | 117470.87 |
| | | | | | | 339055.4 | | 326721 |
| | | | | | | 329748.12 | | 329748.12 |
| | | | | | | = 9037 | | = - 3026 |

FUENTE: Cuadro Nro. 111, 112

ELABORADO: El Autor

$$TIR = Tm + Dt (VAN Tm / VANTm - VANTM)$$

$$TIR = 17 + 1 (9037 / 9037 - (- 3026)$$

$$TIR = 17 + 1 (9037 / 12063)$$

$$TIR = 17.1 (0.749159)$$

$$TIR = 17.7$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante

$$\text{TIR R} = \text{TIR 0} - \text{NTIR}$$

$$\text{TIR R} = 19.39 - 17.7$$

$$\text{TIR R} = 1.69$$

Se calcula el Porcentaje de Variación

$$\%V = (\text{TIR R} / \text{TIR A}) * 100$$

$$\%V = (1.69 / 19.39) * 100$$

$$\%V = 8.71\%$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad

$$S = (\%V / \text{NTIR})$$

$$S = (8.71\% / 17.7\%)$$

$$S = 0.50$$

ANALISIS:

De acuerdo al resultado del coeficiente de sensibilidad que es = 0.50 podemos deducir que el incremento en los costos es indiferente al proyecto.

h. CONCLUSIONES

Al final del desarrollo de la investigación, se pudo determinar las siguientes conclusiones.

- ❏ Una vez realizado el estudio de mercado en la ciudad de Loja se demostró que existe una demanda insatisfecha de 119148 unidades para el jabón de tocador y para el shampoo de 104400 en el primer año, de este total la empresa cubrirá el 72% para el primer producto Y para el segundo producto 38%.

- ❏ De acuerdo al estudio técnico se pudo establecer de que la empresa posee una capacidad instalada de 287144 unidades de jabones de tocador, con una capacidad utilizada de 30%, para el shampoo la capacidad instalada es de 200800 con una capacidad utilizada de 22.92% para el primer año .

- ❏ El proceso de producción está diseñado de acuerdo a las características de la maquina , la tecnología implementada y la naturaleza del producto

✚ Para la implementación de la empresa se requiere una inversión de 329748.12 de los cuales el 39.4% que son 129748 Corresponderá a inversión financiada por las aportaciones de los accionistas. Y el restante 60% que son 200000 Dólares serán financiados por el Fondo Populorun Progressi.

✚ Jabonarte “Cia Ltda”. En el primer año tendrá que utilizar un mínimo del 57% de su capacidad instalada obteniendo un ingreso mínimo de 153801.33 dólares para que la empresa no tenga ni perdidas ni ganancias

✚ Según la evaluación financiera existe la factibilidad de la creación del proyecto debido a los siguientes medidores :

➤ El valor actual neto representa una cantidad positiva de 50380,24

➤ La tasa interna de retorno es igual a 19,3% esto es lo máximo que la empresa puede pagar de interés por un préstamo ya que es mayor, al costo de oportunidad que es de 14.53%

- La relación beneficio costo es de 1,66, valor que indica que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 66 centavos de dólar.

- Por último el análisis de sensibilidad indica que nuestro proyecto soporta un incremento del 17% en los costos y una disminución del 11% en los ingresos.

- ✚ La creación de la empresa JABONARTE Cia Ltda. Será una unidad productiva eficiente que incentivara el desarrollo económico de la localidad posibilitando nuevas fuentes de ingreso.

i. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones se puede recomendar lo siguiente:

- Poner en ejecución el presente proyecto de acuerdo a los resultados financieros obtenidos aprovechando los recursos y posicionándose como un propuesta productiva para incentivar el desarrollo económico de la ciudad de Loja.
- Incentivar al micro y pequeño agricultor para que optimise los recursos agrícolas produciendo plantas medicinales cuyos ingresos mejoran la calidad de vida de los habitantes .
- Ampliar la cobertura de mercado promoviendo la campaña primero lo nuestro, significando la suplantación de productos altamente tóxicos por productos medico artesanales.
- Es imprescindible una estrategia de comunicación acertada que de a conocer las bondades del producto o productos , por lo cual se recomienda visibilidad la posibilidad de ventas directas a través de redes comercializadoras.

j. BIBLIOGRAFIA

- ❖ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit. Año 1995 . Pág. 15
- ❖ Y. BERNARD J.C. COLLI, Op. Cit. paginas 30 y 31
- ❖ SELDON, Art., F.G. PENNANCE, Op. cit. Año 1992. Páginas 5
- ❖ GAVA, L.;E. ROPERO: G.SERNA Y A. UBIERNA, Dirección financiera:

Decisiones de inversión, Editorial Delta, 2008.

- ❖ MINTZBERG, Henry: "El proceso estratégico: Conceptos, Contextos y casos". Editora Prentice Hall hispanoamericana. 1997
- ❖ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de proyectos. Capitulo 6 "La organización"
- ❖ SAPAG CAHIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, "Preparación y evaluación de proyectos ", Tercera edición, Impreso en Colombia, 1995.
- ❖ Estudio de mercado, 2008, <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- ❖ Análisis de la oferta y demanda, 2008, <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-ofertaydemanda>
- ❖ Canal de distribución, 2010, http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n

- ❖ Promoción, 2012,
http://es.wikipedia.org/wiki/promoci%C3%B3n_de_ventas
- ❖ Estudio técnico, 2009,
- ❖ http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el_estudio_tecnico_el_estudio.html
- ❖ Glosario financiero, 2008
http://hugoalbertoruiz.blogspot.com/2008/03/glosario_financiero.html
- ❖ Estudio técnico, 2008.
- ❖ http://es.scribd.com/doc/6181169/Estudio_tecnico
- ❖ Macro y Micro Localizacion, 2010,
<http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r72105.DOCX>
- ❖ Distribución de la planta, 2011,
<http://www.queeseconomia.com/2011/03/distribución-de-planta-sistema-productivo-de-empresas/>
- ❖ Departamentalización, 2009,
<http://www.know.net/es/cieeconcom/gestion/departamentalización>
- ❖ Organigramas, 2010,
- ❖ www.docs.google.com/organigramas2010eda.pdf
- ❖ Mano de obra, 2011, http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra
- ❖ Estudio económico 2008, <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos-productivos/ingenieria-proyectos-estructura-estudio-economico>
- ❖ Riesgo de país, 2001,

- ❖ <http://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>
- ❖ Premio riesgo, 2000, <http://www.applet-magic.com/countryisksp.htm>
- ❖ Costo de capital, 2009, http://evaluaciondeproyctosapuntes.blogspot.com/2009/03/costo-de-capital-o-tasa.minima_22.html

k. ANEXOS

ANEXO Nro. 1 ENCUESTAS A CONSUMIDORES.

1. ¿Su familia utiliza productos en su aseo personal ?

(SI) (NO)

2. Si su respuesta es (SI) Indique que tipo de producto utiliza su familia para el aseo personal.

| | |
|----------------------------|--|
| Jabón para manos (tocador) | |
| Shampoo | |
| Jabon Negro | |
| Jabon de Lavar | |
| Jabón Liquido | |
| Detergentes | |
| Otros | |

3. ¿De los tipos de productos expuestos a continuación cuales usa ?

JABON DE TOCADOR

| | |
|-------------------------------|--|
| Jabón de limpieza (glicerina) | |
| Jabón Antibacterial | |
| Jabon Medicinal | |

SHAMPOO

| | |
|-----------------------|--|
| Shampoo se Limpieza | |
| Shampo acondicionador | |
| Shampoo Medicinal | |

4.¿ Para que utiliza esta clase de productos?

JABON DE TOCADOR

| | |
|------------------------|--|
| Humectación , limpieza | |
| Hongos | |
| Acné | |
| Alergias | |
| eczemas | |
| Lesione s | |
| Otros | |

SHAMPOO

| | |
|------------------------|--|
| Humectación , limpieza | |
| Perdida de cabello | |
| Soriasis | |
| Caspa | |
| Otros | |
| | |

5. ¿Con que frecuencia utiliza estos productos?

JABONDE TOCADOR

| | |
|------------------|--|
| SEMANAL | |
| QUINCENAL | |
| MENSUAL | |

SHAMPOO(botella 500ml)

| | |
|-----------|----|
| SEMANAL | 10 |
| QUINCENAL | 65 |
| MENSUAL | 75 |

6. ¿Qué características influyen en su decisión, al comprar un producto de aseo familiar?

JABON DE TOCADOR

| | |
|----------------------------|--|
| PRECIO | |
| MARCA | |
| CANTIDAD | |
| PROPIEDADES MEDICINALES | |
| PROMOCIONES | |

SHAMPOO

| | |
|------------------------------------|--|
| PRECIO | |
| MARCA | |
| CANTIDAD | |
| PROPIEDADES MEDICINALES | |
| PROMOCIONES | |

7. ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de jabón de tocador y shampoo a base de 16 plantas medicinales, estaría dispuesto a adquirirlos?

JABON DE TOCADOR

| | |
|-----------|--|
| SI | |
| NO | |

SHAMPOO

| | |
|-----------|--|
| SI | |
| NO | |

8.¿ Cuanto estaría dispuesto a pagar por ellos ?

JABO DE TOCADOR

| | |
|------------------|--|
| 1,00-2,00 | |
| 2,00-3,00 | |
| 3,00-4,00 | |

SHAMPOO

| | |
|------------------|--|
| 1,00-2,00 | |
| 2,00-3,00 | |
| 3,00-4,00 | |

9.¿ Donde le gustaría que se comercialice esta clase de productos ?

| | |
|----------------------------|--|
| TIENDAS | |
| CENTROS COMERCIALES | |
| CENTROS NATURISTAS | |

10. ¿En que medio de comunicación le gustaría que se publicite estos Producto?

| | |
|-------------------|--|
| PRENSA | |
| RADIO | |
| TELEVISIÓN | |
| INTERNET | |

11. ¿Si su respuesta fue la Radio cual es la radio mas sintonizada?

RADIO

| | |
|--------------------|--|
| PODER | |
| CENTINELA | |
| SUPER LASER | |

12. Si su respuesta fue la prensa ¿De la prensa local cual es la de su preferencia ?

| | |
|-------------------|--|
| LA HORA | |
| LA CRONICA | |
| CENTINELA | |

13. Si su respuesta fue la TV, de los canales locales ¿cual es de su mayor preferencia?

| | |
|---------------|--|
| ECOTEL | |
| UV | |

14. ¿ Que tipo de promociones nos sugiere para nuestro producto?

| | |
|-------------------|--|
| DESCUENTOS | |
| 2X1 | |

INDICE

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| CARATULA..... | I |
| CERTIFICACIÓN..... | II |
| AUTORÍA..... | III |
| CARTA DE AUTORIZACION..... | IV |
| DEDICATORIA... .. | V |
| AGRADECIMIENTO..... | VI |
| a. TEMA..... | 1 |
| b. RESUMEN SUMMARY..... | 2 -- 7 |
| c. INTRODUCCIÓN..... | 8 -- 10 |
| d. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 11-- 44 |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS..... | 45 -- 54 |
| f. RESULTADOS..... | 55 -- 77 |
| g. DISCUSIÓN..... | 78 |
| ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... | 78 -- 84 |
| ANÁLISIS DE LA OFERTA | 85 -- 86 |
| DEMANDA INSATISFECHA | 87 |
| ANÁLISIS DEL MARKETING MIX..... | 89 |
| MARCA..... | 90 |
| ETIQUETA..... | 91--93 |
| PRECIO Y PLAZA..... | 94 |
| PUBLICIDAD Y PROMOCIONES..... | 95 -- 97 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... | 98 |
| TAMAÑO DE LA EMPRESA..... | 98 -- 106 |
| INGENIERIA DEL PROYECTO | 107 --116 |

| | |
|--------------------------------|------------|
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL..... | 107 |
| BASE LEGAL | 107--124 |
| ORGANIGRAMAS..... | 127--127 |
| MANUAL DE FUNCIONES..... | 128 -- 148 |
| ESTUDIO FINANCIERO..... | 149 |
| INVERSIONES DEL PROYECTO | 149 -- 207 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA..... | 208 -- 218 |
| h. CONCLUSIONES..... | 219 -- 221 |
| i. RECOMENDACIONES..... | 222 |
| j. BIBLIOGRAFÍA..... | 223 -- 225 |
| k. ANEXOS..... | 226 --231 |
| INDICE | 232 -- 233 |