UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO

"Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de jabón de tocador, con esencia de ruda, en el cantón Paltas, provincia de Loja."

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTOR:

BAYRON BLADIMIR SÁNCHEZ JIMÉNEZ

DIRECTORA

Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva MAE.,

LOJA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

ING. CARMEN ELIZABETH CEVALLOS CUEVA

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo del señor: Bayron Bladimir Sánchez Jiménez, cuyo título es **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE TOCADOR, CON ESENCIA DE RUDA, EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA"**, el mismo que ha culminado de conformidad con el cronograma establecido, cumpliendo con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, 15 de marzo de 2018

Atentamente;

ING. CARMEN ELIZABETH CEVALLOS CUEVA

DIRECTORA DE TESIS

ii

AUTORÍA

Bayron Bladimir Sánchez Jiménez, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja, y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Bayron Bladimir Sánchez Jiménez

Firma: ----------

Cédula: 1105768038

Fecha: Loja, marzo de 2018

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

Yo, Bayron Bladimir Sánchez Jiménez, declaro ser autor de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE TOCADOR, CON ESENCIA DE RUDA, EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA"**, como requisito para optar el grado de: Ingeniero en Administración de Empresas, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintiocho días del mes de junio del dos mil dieciocho, firma el autor.

Firma: .....
Autor: Bayron Bladimir Sánchez Jiménez
Cédula: 1105768038
Dirección: Loja
e-mail: byronsanchez25@gmail.com
Teléfono: 0959673683

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing Rocio de Carmen Toral Tinitana MAE.,

VOCAL: Ing Manuel Enrique Pasaca Mora Mg. Sc.,

VOCAL: Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE.,

DEDICATORIA

Primeramente quiero agradecer a Dios por la oportunidad de vida que me permite llegar a cumplir cada meta propuesta, sé que cada logro esta guiado por su sabiduría y como no agradecer por tanto amor y fe que ha sembrado en mi para llegar a ser una persona conforme a su corazón.

A mi madre Deicy Jiménez, quien siempre estuvo a mi lado apoyándome y nunca me ha dejado solo, además a mi padre Porfirio Sánchez, quien siempre me ha cuidado, y juntos me ha apoyado y me han impulsado a ser un hombre de bien, no podría olvidar a mis hermanos quienes han estado a mi lado compartiendo cada uno de mis logros y tropiezos y mis sobrinas que son símbolo de inspiración y gran fuente de apoyo fundamental para desarrollarla a plenitud, y de esta forma culminar mis estudios superiores, constituyéndose en uno de los más importantes logros de mi vida. Mi tesis para ellos.

Bayron Bladimir Sánchez Jiménez

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a su personal docente y administrativo de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, por la formación profesional a mí brindada.

A la Ing. Carmen Cevallos Cueva, Directora de Tesis, quien me ha guiado durante este arduo proceso, para asesorarme con sus conocimientos en todo el proceso de desarrollo del presente trabajo de investigación hasta su culminación. Además quiero hacer un especial reconocimiento al Ing. Manuel Pasaca Mora, quien en el Ciclo de Titulación por su ayuda invaluable, ya que con sus conocimientos impartidos fue posible la realización de la presente investigación

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE TOCADOR, CON ESENCIA DE RUDA, EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El desarrollo de la presente investigación tiene como objetivo la creación de una empresa de producción y comercialización de jabones de tocador con esencia de ruda, en el cantón Paltas provincia de Loja.

Para un adecuado desarrollo de la tesis se utilizaron varios métodos y técnicas científicas que permitieron cumplir con la normativa exigida para este tipo de trabajos, entre los principales destacan los métodos: deductivo el cual permitió recopilar información general, para tener una mejor idea sobre el desarrollo de las diferentes fases del proyecto de inversión, como son: estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional, y el método Inductivo que sirvió para en base a los resultados obtenidos en la investigación de campo, establecer generalizaciones que corroboren la necesidad de una empresa productora y comercializadora de jabones de tocador con esencia de ruda en el cantón Paltas provincia de Loja. Entre las técnicas utilizadas está la técnica documental la cual me permitió afianzarlos conceptos y conocimientos acerca del tema en estudio, por medio de libros y de la tecnología como es el internet; la técnica de la encuesta que fue aplicada tanto a demandantes como a oferentes mismo que permitió conocer y establecer la actual demanda y oferta del producto.

En primera instancia para recopilar la información se aplicaron 362 encuestas a las familias del cantón Paltas, información que permitió determinar, la demanda real 39% y la demanda efectiva 90%, y con estos resultados se estableció la demanda insatisfecha.

Así mismo se determinó la capacidad de producción del componente tecnológico y de acuerdo al tamaño de la empresa que es de 80 jabones diarios de 100 gr de jabones a base de ruda, lo que significa que la maquinaria está en capacidad de procesar 41.600

paquetes en 260 días, durante 8 horas diarias. Mientras que en la ingeniería del proyecto se desarrolló los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Por otra parte en el estudio administrativo se determinó a la empresa como una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos legislativa, ejecutiva, nivel asesor, nivel auxiliar de apoyo, nivel operativo, así como los organigramas y manuales de funciones; que servirán de pauta para implementar una buena organización. La inversión del proyecto es de $ 13.344,26 y se financiará con un aporte propio de 25,06%y mientras que el 74.94% se financiara con un crédito en Ban Ecuador a 5 años plazo al 15% de interés anual.

El costo del producto para el primer año es de $ 1,89 lo que determina que el proyecto es factible con respecto al precio de la competencia que es de $ 2.25; al costo de producción se le sumo un margen de utilidad del 0,10% lo que determina el precio de venta al público de $2,10.

La evaluación financiera refleja resultados positivos como el VAN de $22.959,62, TIR de 50.75%, la Relación Beneficio Costo indica que por cada dólar invertidos se obtendrá 0,10 ctvs de ganancia, mientras que la Recuperación de Capital se la obtendrá en 2 años, 7 meses y 20 días. los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en un 5,05% y disminuidos en un 4,57%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Finalmente toda esta información permitió el planteamiento de conclusiones y recomendaciones donde se determinó que la empresa de producción y comercialización de jabones de tocador a base de esencia de rusa es un proyecto viable desde el punto de vista de análisis de los estudios de mercado, técnico, legal-organizacional y financiero.

ABSTRACT

He development of the present investigation has like objective the creation of a company of production and commercialization of toilets of toilet with essence of rue, in the county Paltas province of Loja.

For an adequate development of the thesis, several scientific methods and techniques were used that allowed complying with the regulations required for this type of work, among the main ones are the methods: deductive which allowed to collect general information, to have a better idea about the development of the different phases of the investment project, such as: market, technical, financial and organizational study, and the Inductive method that served, based on the results obtained in the field research, to establish generalizations that corroborate the need for a company producer and marketer of toilet soaps with essence of rue in the Paltas canton province of Loja. Among the techniques used is the documentary technique which allowed me to consolidate concepts and knowledge about the subject under study, through books and technology such as the internet; the technique of the survey that was applied to both plaintiffs and bidders that allowed to know and establish the current demand and supply of the product.

In first instance, 362 surveys were applied to the families of the Paltas canton, information that allowed to determine, the real demand 39% and the effective demand 90%, and with these results the unmet demand was established.

Likewise, the production capacity of the technological component was determined, according to the size of the company, which is 80 daily soaps of 100 grams of rue-based

soaps, which means that the machinery is capable of processing 41,600 packages in 260 days, for 8 hours a day. While in the engineering of the project the diagrams of processes were developed, the characteristics of operability and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures.

On the other hand, in the administrative study the company was determined as a Unipersonal Limited Liability Company, and with the functional organic structure at the legislative, executive, advisory level, auxiliary level of support level, operating level, as well as the organizational charts and function manuals; that will serve as a guideline to implement a good organization. The investment of the project is $ 13,344.26 and will be financed with an own contribution of 25.06% and while 74.94% will be financed with a credit in Ban Ecuador for a 5 year term at 15% annual interest.

The cost of the product for the first year is $ 1.89, which determines that the project is feasible with respect to the price of the competition, which is $ 2.25; the production cost is added to a profit margin of 0.10%, which determines the retail price of $ 2.10.

The financial evaluation reflects positive results such as the NPV of $ 22,959.62, IRR of 50.75%, the Cost Benefit Ratio indicates that for every dollar invested 0.10 ctvs of profit will be obtained, while the Capital Recovery will be obtained in 2 years , 7 months and 20 days. The sensitivity values are less than one, therefore the changes in costs and revenues increased by 5.05% and decreased by 4.57%, respectively, ie the project is not sensitive to the project. These changes.

Finally, all this information allowed the presentation of conclusions and recommendations where it was determined that the company of production and marketing of toilet soaps based on essence of Russian is a viable project from the point of view of analysis of market studies, technical, legal-organizational and financial.

c. INTRODUCCIÓN

En los cantones de provincia de Loja son pocas las empresas que se emprenden en base a estudios realizados que posibiliten al o los inversionistas reducir los riesgos de perder su capital. El sector industrial es poco desarrollado en comparación a las demás ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca entre otras, siendo este sector el que más plazas de empleo directo e indirecto generan, y además permite el aprovechamiento óptimo de la producción agrícola y animal del sector mediante la creación de cadenas de valor.

Por lo antes mencionado se presenta un proyecto que va a dar alternativas de solución al desempleo, a la falta de inversión que se da en nuestro cantón y provincia como es el: **"proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de jabón de tocador, con esencia de ruda, en el cantón paltas, provincia de Loja."** con mayores propiedades que ningún otro jabón, buscando identificar oportunidades de negocio y aportar con una herramienta de gestión valiosa en pro del microempresario contribuyendo a la creación de plazas de trabajo y con ello a la disminución de las tasas de desempleo y pobreza.

En primer lugar se presenta el título de la investigación realizada.

En el resumen, se realiza un enunciado sintético de la investigación como antecedente, el objetivo a lograr y los resultados, obtenidos con los datos referenciados delos estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero, para luego llegar a las principales conclusiones.

Se presenta la introducción que en forma sintética expresa la estructura del trabajo investigativo, las limitaciones en el logro de los objetivos planteados y una exposición del contenido de todo el informe final de la investigación.

En materiales y métodos, se describe el método de investigación, las técnicas utilizadas y el procedimiento para el cumplimiento de los objetivos planteados.

En la exposición, se presenta los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta los cuadros estadísticos y las gráficas de la investigación de mercado. En la discusión, se hace el análisis de la demanda y oferta, determinándose una demanda insatisfecha que cubrirá el proyecto y se presenta un plan de comercialización considerando las cuatro P(s). En el estudio técnico se selecciona el tamaño óptimo para el proyecto, la localización más aconsejable, y en la ingeniería se presenta el proceso productivo, la descripción de maquinaria, equipo, requerimientos técnicos y la distribución física de los espacios requeridos para la buena marcha del proyecto. En el estudio administrativo se presenta la organización legal y administrativa con los niveles jerárquicos, organigrama y manual de funciones. En el estudio financiero se hace una síntesis de las inversiones, las fuentes de financiamiento, los presupuestos, distribución de costos, estados financieros y con ello establecer el flujo de caja para proceder a evaluar financieramente el proyecto mediante los indicadores como: el valor actual neto, la relación beneficio costo, el período de recuperación de capital, la tasa interna de retorno, y el análisis de sensibilidad mediante las variables de disminución en los ingresos y el incremento de costos.

En conclusiones, se establecen las soluciones a las que se llegaron en el desarrollo de los cuatro estudios del proyecto de inversión; para posteriormente plantear las recomendaciones que son necesarias.

En la bibliografía, se establece todos los referentes de los autores consultados en las fuentes secundarias tales como: textos, libros, revistas, entre otros de conformidad a las necesidades investigativas. En los anexos, se presenta los formatos de las encuestas aplicadas, la guía de entrevista y el resumen del proyecto de investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 MARCO REFERENCIAL

SEGÚN LA IVESTIGACIÓN SOBRE; FORMULACIÓN, ELABORACIÓN, Y ESTABILIDAD DE UN JABÓN A BASE DE UN EXTRACTO VALORADO DE RUTA- GRAVEOLENS "RUDA" CUYAS AUTORIAS SON DE: APAZA BERNAL MARÍA ALEJANDRA Y CHÁVEZ PINTO MARIELA DEL CARMEN (AÑO 2014).

El objetivo principal del presente trabajo fue formular y elaborar un jabón, que en su contenido presente el glucósido flavonoide llamado Rutina; para ello se realizó un extracto metanólico de la planta Ruta graveolens "Ruda", por el método de percolación, y se evaporó a presión reducida, hasta la eliminación completa del solvente. Para asegurar la presencia del glucósido flavonoide en el extracto, se realizaron diversos análisis, con los cuales se confirmó mediante Cromatografía de Capa Fina la presencia del mismo, comparando el extracto con un estándar de rutina, utilizando una fase móvil compuesta por: acetato de etilo, ácido acético, acido fórmico, agua destilada (100:11:11:26).

Además se analizó el extracto por Cromatografía Líquida de Alta Eficiencia, determinando cuantitativamente la presencia del glucósido flavonoide, estando la proporción de la fase móvil compuesta por: acetonitrilo + H3PO4 al 0.05%enagua ultrapura 18.2 mΩ. Es así, que asegurando cuali y cuantitativamente la presencia del glucósido flavonoide rutina, se formuló y elaboró la forma farmacéutica: barras sólidas de jabón.

Se elaboraron un total de cuatro lotes, tres de ellos con una misma composición, incluido el extracto y un lote denominado blanco, el cual se formuló de la misma manera, pero no presentó en su composición el extracto. Este último sirvió como lote control en los análisis cuantitativos.

Es así, que asegurando cuali y cuantitativamente la presencia del glucósido flavonoide rutina, se formuló y elaboró la forma farmacéutica: barras sólidas de jabón. Se elaboraron un total de cuatro lotes, tres de ellos con una misma composición, incluido el extracto y un lote denominado blanco, el cual se formuló de la misma manera, pero no presentó en su composición el extracto. Este último nos sirvió como lote control en los análisis cuantitativos.

Las barras sólidas de jabón fueron sometidas a un estudio de estabilidad acelerada, por un período de tres meses, bajo las siguientes condiciones: temperatura de 40 °C y una humedad relativa de 75%, que corresponden a la zona climática IV, a la cual pertenecemos.

Se fueron separando 3 muestras por lote cada 15 días, las cuales se sometieron a análisis físico-químicos y organolépticos. Esto nos brindó un total de 7 resultados por lote, elaborando con estos datos, una curva que nos indica el comportamiento del glucósido flavonoide en las barras sólidas de jabón.

Los resultados finales obtenidos fueron comparados con las especificaciones del fabricante, nos indican que la forma farmacéutica elaborada aprueba satisfactoriamente el estudio de estabilidad al cual fue sometido.

SEGÚN LA IVESTIGACIÓN SOBRE; EFECTO INSECTICIDA DEL EXTRACTO DE RUDA (RUTA GRAVEOLENS) Y ALBAHACA (OCIMUM BASILICUM) PARA EL CONTROL DE TRIBOLIUM CASTANEUM BAJO CONDICIONES DE LABORATORIO, CUYA AUTORIA ES DE RUIZ ORTIZ JOSE ISRAEL (AÑO 2013).

Debido a los problemas que ocasionan los insecticidas sintéticos tanto en el ambiente como en la salud humana existe un resurgimiento en investigaciones sobre los extractos de origen vegetal para el control de insectos. Los cuales ofrecen una seguridad para el medio ambiente y una eficiente opción agronómica. El uso de extractos vegetales para el control de plagas de importancia agrícola es cada vez más aceptado debido a la necesidad de emplear compuestos eficaces que no provoquen efectos deletéreos a la salud humana. En base a esto se realizó este trabajo con el objetivo de determinar el efecto insecticida de los extractos vegetales de Ruta graveolens y Ocimum basilicum sobre Tribulium castaneum, Se prepararon 8 soluciones con diferentes solventes (Agua y Alcohol) donde se depositó 1 mL de cada solución, teniendo 8 tratamientos, 3 testigos y 3 repeticiones cada uno. Los extractos mostraron un efecto insecticida muy bueno sobre el insecto, matando hasta un 86 % en cada tratamiento en ambos extractos. Cada extracto ha mostrado altos porcentajes de mortalidad a través del tiempo, lo cual demuestra que pueden ser una alternativa para el control de Tribolium castaneum en laboratorio. Se recomienda hacer más pruebas con la finalidad de observar el comportamiento bajo condiciones de almacén para el control de estos insectos, ya que el efecto puede ser modificado por el medio ambiente.

SEGÚN LA IVESTIGACIÓN SOBRE "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN DE TOCADOR ARTESANAL A BASE DE SÁBILA EN LA CIUDAD DE LOJA. EN EL AÑO 2013, CUYA AUTORIA SON DE TATIANA KARINA CORREA IÑIGUEZ Y ELVIA ALEXANDRA GRANDA GRANDA.

El proyecto incluye los análisis de los aspectos de: mercado/comercial, técnicos, administrativos y financieros, concluyendo con una evaluación del negocio en los términos propuestos, mediante la cuantificación de la relación Beneficio-Costo ,TIR,VAN y del análisis de sensibilidad para diferentes opciones. Los contenidos más importantes del proyecto que se toman en cuenta en su estructura son los siguientes: en su primera fase tenemos un estudio de mercado donde constan todos los resultados y tabulaciones de las encuestas obtenidas realizadas tanto para los consumidores como para los propietarios de farmacias, centros naturistas, supermercados donde se expende los productos que constituirán nuestra competencia directa o indirecta. 3 Aquí también se encuentra un plan de comercialización en donde se hace referencia al producto, el precio, la infraestructura de la plaza o lugar de comercialización y aspectos como la estrategia de comunicación y publicidad.

Luego tenemos los aspectos técnicos en donde se muestra el tamaño de la empresa y la capacidad utilizada. En el caso de INJASA CIA.LTDA, pronostica trabajar al 60% para el primer año debido a que es una marca nueva y no conocida aun, para el segundo año se espera trabajar al 70% de la capacidad, para el tercero al 80%, para el cuarto se planifica ya realizarlo al 90% de la capacidad instalada y al 100% al quinto año. Dentro de este estudio también se hace énfasis a la macro localización, la micro localización y

la descripción del a herramienta y equipo. Mientras que, en el estudio administrativo se hace referencia a la estructura empresarial, niveles jerárquicos, base filosófica y el respectivo manual de funciones.

Dentro del estudio financiero se dimensiona los presupuestos, se calcula el Estado de Pérdidas y Ganancias, Punto de Equilibrio, Flujo de Caja, VAN(que es la estimación al valor de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto, en este caso, el VAN del proyectoes289.878,79),relación beneficio-costo(Permite medir el rendimiento que se obtienen por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base a: Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable, el resultado obtenido por el proyecto es superior a 1(1,16),el cual es favorable; también tenemos la TIR (47,62%),periodo de 4 recuperación de capital (el cual permite conocer el tiempo en el que se ha de recuperar la inversión inicial. En el caso del Proyecto el tiempo a recuperar el capital de inversión es de 5años, 10 meses y 6días; y, al final de este estudio se encuentra el análisis de sensibilidad (no es sino el grado de elasticidad de la rentabilidad del proyecto).

1.1.1 LA RUDA

(CASTILLO, 2012) La ruda es una planta conocida mundialmente no sólo por su uso en la cocina, sino también por las aplicaciones que puede tener con beneficio a la salud. La ruda, además actúa como repelente de insectos y este fin es quizás uno de los usos tradicionales más conocidos y en la cocina se le puede apreciar por su sabor amargo, sin embargo, la ruda es una planta tóxica razón por la cual se debe utilizar con precaución y siempre en dosis adecuadas, ya que su exceso puede resultar peligroso. En algunas culturas, existe cierto misticismo alrededor de esta planta, puesto que se le atribuye la propiedad de poder alejar las malas vibraciones y la capacidad de atraer la buena fortuna**,** actualmente esta planta se puede encontrar en muchos hogares siendo su uso ornamental.

Su nombre científico es Ruta graveolens L, es originaria de Europa y suele utilizarse como condimento, pero utilizada con responsabilidad es una planta con muchas propiedades medicinales. Anti-inflamatoria: Se trata de una planta antiinflamatoria natural, que se ha utilizado para calmar la artritis, ayudando a reducir el dolor de articulaciones, pero además, la ruda puede ayudar a relajar los músculos, gracias a este efecto. Por otro lado, la ruda también tiene un efecto antiespasmódico, favoreciendo el alivio de los dolores musculares, incluyendo los cólicos menstruales. Contra las bacterias: La ruda tiene propiedades antibacterianas, por lo que beber una infusión puede ser útil para combatir infecciones gastrointestinales como la salmonelosis. Antimicótica: Esta planta además de combatir las bacterias también puede servir en el tratamiento de ciertos hongos, como los afectan la piel, tales como el pie de atleta. Estimula la menstruación: La ruda ha sido utilizada para favorecer la aparición de la menstruación, sin embargo, debido a que puede ser abortiva, se recomienda que su uso

se evite en mujeres con posibilidad de embarazo. **Antiespasmódico: l**a Ruda tiene efectos calmantes y relajantes así puede ser utilizada como remedio para dolores musculares y calambres menstruales. **Calmante:** La ruda puede ayudarnos a relajarnos ya que tiene un efecto calmante del sistema nervioso, de tal forma que se puede utilizar en casos de ansiedad, mejorando incluso la calidad de vida. **Contra toxinas:** se trata de un remedio popular contra ciertos tipos de toxinas, siendo también eficaz para las neurotoxinas y tradicionalmente se puede llegar a utilizar también para tratar mordeduras de serpientes, ayudando a bloquear el **veneno**, y actuando como antídoto, sin embargo, debemos tener en cuenta que aunque puede ser útil se debe tener un amplio conocimiento del tipo de toxina y de la cantidad de ruda que se debe utilizar con este fin. **Útil contra insectos:** Es una de sus propiedades más conocidas, y se utiliza como ingrediente en productos insecticidas como vaporizadores, las varitas, etc. No sólo puede ayudar a alejar las plagas sino también combatirlas.

1.1.1.1 BENEFICIOS DE LA RUDA

(CASTILLO, 2012) La ruda mejora la circulación sanguínea y el funcionamiento del corazón, evitando las palpitaciones y la arteriosclerosis. En otros casos, se utiliza para el dolor y la tos producida por la inflamación alrededor de los pulmones. Si es aplicada de forma tópica, ayuda a mejorar los síntomas de artritis, luxaciones y esguinces, lesiones en la médula, piel inflamada, dolores de oído y muelas, verrugas y también como un repelente de insectos efectivo. La ruda en tiempos antiguos también se utilizaba para los dolores de cabeza, ansiedad, espasmos musculares y esclerosis múltiple también se pueden tratar con esta planta. La fiebre, hepatitis, hemorragias, retención de líquidos, gusanos en el intestino y cáncer de boca también pueden aprovechar los beneficios de la ruda. También se utiliza a menudo para matar hongos y bacterias, bajar la menstruación y causar un aborto.

En el mundo esotérico y de la energía, el aceite de ruda es una planta imprescindible sobre todo para los procesos de limpieza y renovación de un hogar, en el trabajo o también en una persona; a continuación te doy a conocer las principales propiedades:

- El aceite esencial de ruda es antihelmíntico (veneno neurológico para los parásitos).
- Si se frota sobre zonas dolorosas en músculos y articulaciones actúa como analgésico.
- Mezclado con otros aceites esenciales como salvia, eucalipto, romero y manzanilla, funciona como antiespasmódico digestivo.
- También es considerado regulador de la menstruación ya que provoca también

contracciones en el útero, de la misma manera hemorragias uterinas.

- Es un buen aliado del sistema circulatorio y también linfático ya que ayuda a reforzar las paredes venosas, tonificar el corazón y también ayuda mucho en la arterioesclerosis.
- El aceite de ruda también es muy bueno para combatir dolores reumáticos y nefríticos, se debe frotar sobre la zona afectada y se cubre con una venda.

1.1.1.2 JABONES NATURALES

El uso de alternativas naturales en el aseo personal ha sido una de las prácticas más antiguas del mundo, desde el inicio las personas se valían de los elementos presentes en la naturaleza para su cuidado personal.

Según Paul M. Reynolds; en su estudio manifiesta que los jabones artesanales se elaboran a partir de aceites o grasas de origen animal o vegetal, o con barras de glicerina natural. Durante su proceso de elaboración se le agregan extractos de plantas como aloe vera o flores, que le otorgan distintas propiedades.

Lo fundamental de este tipo de jabones es que no dañan la piel porque son completamente naturales, desde su color, aroma y hasta su textura.

Entre los distintos tipos de jabones naturales que puedes aprender a hacer (o comprar en una tienda ecológica), se encuentran:

- **Jabones dermatológicos**. Especialmente diseñados para la piel con problemas de acné o puntos negros. Sus ingredientes aportan suavidad y ayudan a cerrar los poros y a cicatrizar lesiones. De esta manera evitan también que la piel se descame.

- **Jabones terapéuticos**. En este caso, los ingredientes tienen partes naturales con fines medicinales para tratar enfermedades como la psoriasis y otras patologías ocasionadas por hongos. También son utilizados con frecuencia para limpiar el cutis a mayor profundidad.
- **Jabones humectantes**. A base de aceites y cremas para humectar la piel a profundidad. Sus ingredientes naturales casi siempre son el aceite de oliva, el aceite de almendras o las avellanas, entre otros. También suelen elaborarse con glicerina, especiales para la piel quebradiza.
- **Jabones líquidos**. Sus ingredientes se emplean de manera líquida para formar una loción limpiadora que brinda muchos más beneficios que la barra de jabón normal.
- **Jabones neutros**. No suelen tener la acción humectante en la piel. Son a base de glicerina y contrarrestan eficazmente la piel grasa.
- **Jabones aromáticos**. Se usan para la relajación y los ingredientes usados suelen ser aceites y esencias florales o frutales.

Beneficios: Los jabones naturales ofrecen numerosos beneficios a la piel, ayudan a tratar el eczema y reducen la intensidad de picor en la piel. También ayudan en el tratamiento de enfermedades cutáneas. Sus fragancias son naturales y su espuma es escasa, lo que indica que no contienen sustancias químicas dañinas para la salud de la piel y que, a largo plazo, la envejecen y la lesionan.

1.2 MARCO TEORICO

1.2.1 LA EMPRESA

(BACA G. , 1997); "La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y Humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman."

Es una organización económica con fines de lucro que puede de diversa naturaleza jurídica y de objetivos de muy variada especie es de carácter individual si pertenece a un solo dueño y se constituye como una sociedad cuando su patrimonio es propiedad común de dos o más personas.

1.2.1.1 TIPOS DE EMPRESAS

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

a. Según el Sector de Actividad:

- **Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca

actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

b. Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un

determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

c. Según la Propiedad del Capital: Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

d. Según el ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.

- **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

e. Según el Destino de los Beneficios: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- **Empresas con ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc...
- **Empresas sin ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

f. Según la Forma Jurídica: En ese sentido, las empresas se clasifican en:

- **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de la Ley.

La persona natural a quien pertenece una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada se llama "gerente-propietario? y no ?titular? como lo propusimos nosotros (Artículo 4 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada). En este aspecto la Ley exige en el constituyente dos calidades: El ser el empresario y el ser el administrador y representante legal de la Empresa como lo establece, con claridad, el artículo 38. La proposición en nuestro Proyecto de Ley era que el titular o constituyente podía ser el representante legal de la Empresa pero podía también entregar esa

representación a un tercero. Esto nos parece más conveniente.

- **Sociedad Colectiva**: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad. de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- **Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

1.2.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.

I. **Empresas del sector primario.**

A. Industriales. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

Las industrias, a su vez, se clasifican en:

- **Extractivas**. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

B. Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

- **De consumo final.** Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc.
- **De producción.** Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

II. **Empresas del sector secundario.**

A. Comerciales. Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- **Mayoristas:** Venden a gran escala o a grandes rasgos.
- **Minoristas (detallistas):** Venden al por menor.
- **Comisionistas:** Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

III. **Empresas del sector terciario.**

A. Servicio. Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se Clasifican en:

- Transporte
- Turismo
- Instituciones financieras
- Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación
- Finanzas
- Salud

1.2.1.3 EL SECTOR DE TOCADOR, COSMÉTICOS Y PERFUMERÍA

Se caracteriza por producir y/o comercializar bienes de consumo final que, pese a presentar una demanda sensible al ingreso de los individuos, han ido ocupando un espacio cada vez mayor en la vida cotidiana, al punto tal que muchos de ellos son considerados hoy al menos por amplias franjas de la población como casi imprescindibles. Asimismo, la diversificación y ampliación de la oferta productiva ha jugado un rol central en este rubro, permitiendo que muchos productos adquirieran un uso generalizado, al tiempo que otros atienden demandas más puntuales. Como ocurre con muchos productos de consumo, en este mercado la oferta dedica ingentes esfuerzos por recrear y expandir continuamente su demanda, generando nuevas y mayores necesidades mediante el uso de distintas estrategias: lanzamiento de nuevos productos para nuevas aplicaciones, cambios de imagen de los artículos, gastos en

campaña publicitaria, etc.

El Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) La mayoría de ventas locales del sector cosmético corresponde a perfumes, aguas de colonia, jabones, maquillaje, cremas solares, bronceadoras y preparadas para manicura y pedicura. Y el Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (Casic), el continente es considerado como el de mayor crecimiento (17%) con amplio potencial de desarrollo y avances en investigación e innovación.

Según información del Ministerio de Industrias, la producción de cosméticos en el 2014 alcanzó los USD 54 millones y para el año pasado la proyección era llegar a los USD 65 millones. La razón del incremento calculado fue el convenio que firmó el gremio con el Ministerio para desarrollar mecanismos que permitan sustituir importaciones e incrementar la exportación. Sin embargo, desde el 2013 las ventas del sector se han ido derrumbando. Las exportaciones del año pasado alcanzaron USD 13,7 milllones, lo que representa una caída de 21% con relación al 2014 y de 53,5% frente al 2013. En cuanto a la producción, aunque no hay un dato general que detalle la situación del mercado, las empresas sí revelan una caída en la elaboración y venta de estos productos. Danilo Castro, propietario de Laboratorios Mollie, habla de una reducción de la producción del 7%.

1.2.2 EL PROYECTO.

Un proyecto (VELEZ, 2013) es un esfuerzo temporal que en forma gradual permite un resultado único o entregable único. Temporal quiere decir que el proyecto tiene un punto de iniciación y otra terminación o cierre. Es decir, tiene una duración limitada: horas, días, meses o año. La ejecución de algunos proyectos puede tomar varios años.

1.2.2.1 OBJETIVOS E IMPORTANCIA DEL PROYECTO.

a) **Objetivos**: (VELEZ, 2013)Identificar la necesidad y luego definir el bien o servicio que satisface dicha necesidad y buscar una idea de bien o servicio y luego determinar la magnitud de la necesidad.

b) **Importancia.**(ROSARIO, 2015)Los proyectos son importantes porque se emprenden para satisfacer necesidades individuales y colectivas necesidades de quienes desean tener un negocio propio, orientadas a fin mercantil. Y así mismo un proyecto es importante porque busca aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser corto, mediano y largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta de operación normal.

1.2.2.2 CIASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS

Según German Arboleda Vélez (pág. 8-11) Los proyectos se clasifican en :

- De acuerdo con carácter del proyecto: sociales y financieros.
- De acuerdo con el sector de la economía al cual están dirigidos: Proyectos agropecuarios, de infraestructura social, industriales, infraestructura económica, de servicios.
- De acuerdo con el objetivo del proyecto: Proyectos de producción de bienes, de prestación de servicios, de investigación.
- De acuerdo con su ejecutor: Proyectos públicos, privados y mixtos.
- De acuerdo con su área de influencia: proyectos locales, regionales, nacionales y multinacionales.

- De acuerdo de acuerdo con su tamaño: proyectos pequeños, medianos, grandes o macro proyectos, también denominados megaproyectos

1.2.3 ASPECTOS GENERALES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

1.2.3.1 PROYECTO DE INVERSIÓN

(PASACA MORA, 2017)"Es un conjunto de informalidades que permite tomar decisiones adecuadas para la asignación de recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que se asegure una rentabilidad mayor que: la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o el costo de Capital (CK), todo esto en el marco del respeto a la sociedad, la naturaleza y el ser humano". Manuel Pasaca Mora.

TIO: Mejor tasa de interés a que se pueda colocar el capital.

COI: Tasa de rendimiento que ofrece una inversión alternativa.

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

A. El ciclo de los proyectos

(PASACA MORA, 2017) Al hablar del ciclo del proyecto se presentan algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades.

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y, en ella debe estar involucrado todo el equipo proyectista, la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza, sino en una lógica de progresión.

B. Etapa de pre inversión.

Consiste en un proceso RETROALIMENTADOR de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc. Tiene por objeto definir y optimizar los

aspectos de mercado, técnicos y financieros con los que se presenta especificar los planes de inversión y montaje del proyecto, destacando la necesidad de insumos estimación de costos necesidad de entrenamiento, etc.

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

- Identificación de idea.
- Perfil.
- Pre factibilidad.
- Factibilidad.

C. Etapa de inversión

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

D. Etapa de operación.

En esta etapa del proyecto, cuando se ha desarrollado la obra física diseñada en la etapa de pre inversión y ejecutada durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante el pre inversión.

E. Los contenidos y la planificación

Si nos ubicamos dentro del contexto del desarrollo de un país, región, provincia, o de cualquier organización, podemos determinar fácilmente que el mismo no se lograra si no se parte de una adecuada planificación, la cual consiste en seleccionar y ordenar una serie de actividades a realizar, así como determinar los recurso a utilizar en el cumplimiento de metas que posibilitan alcanzar un objetivo determinado.

1.2.4 ESTUDIO DE MERCADO

1.2.4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según (Philip, 1994), “Es el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa"

1.2.4.2 SEGMENTACION DE MERCADO*:*

Es el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento". (Farber, 2003) Este autor hace referencia a lo explicado a continuación:

1.2.4.3 TIPOS DE SEGMENTACION:

Se han propuesto diversos tipos de segmentación o clasificación de los potenciales clientes en función de diferentes tipos de variables. Una segmentación común consiste en usar los siguientes cinco tipos de variables:

- **Geográfica:** Se divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
- **Demográfica:** Se dividen por edad, etapa del ciclo de vida y por género.
- **Psicográfica:** Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- **Socioeconómicos:** Se divide por el nivel de ingresos, el estilo de vida.
- **Conductual:** Se divide de acuerdo a las conductas, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

1.2.4.4 MERCADO:

Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. (Philip, Kotler; Gary, Armstrong; Dionisio, Cámara; e Ignacio Cruz, 2001). A continuación también hacen referencia:

a. Clases de mercado

Según, dice que los mercados están construidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas Baca (2006), También este autor menciona la clasificación de las siguientes:

- **Mercado Total.-** Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- **Mercado Potencial.-** Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.
- **Mercado Meta.-** Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- **Mercado Real.-** Representa el cercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

1.2.4.5 DEMANDA Y OFERTA

a. Demanda:

Según Baca (2010) “es la cantidad de bienes y servicios o factores que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios”. Este autor hace referencia lo mencionado a continuación:

b. Oferta:

“Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios”.

También se puede definir la oferta considerando: la capacidad de vender o producir, el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.

1.2.4.6 COMERCIALIZACION:

La Comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en el mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacerlo ni las estrategias adecuadas, la empresa irá en quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, esta actividad debe conferirle a los productos los beneficios de tiempo y lugar, es decir una buena comercialización es la que coloca el producto en el lugar y momento adecuad, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

Dentro del Plan de Comercialización es fundamental el estudio de la competencia por varias razones, por ejemplo la estrategia comercial que se defina para el proyecto no

puede ser indiferente a ella. Según Baca (2010), es preciso conocer las estrategias que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas.

1.2.4.7 MARKETING MIX

Según, (Carmenza, 1996)**, "**Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura". Este autor también hace referencia a lo que a continuación se explica.

1.2.4.8 PRODUCTO:

El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia también conocido como el marketing mix, el caso más común de la misma es también conocido como "Las cuatro P" de la mercadotecnia, junto al Precio, Plaza y Promoción.

a. Precio:

Los dos determinantes principales del precio son los costos generales del servicio y la competencia. La política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.

b. Plaza:

Es el camino que se sigue para distribuir el producto o servicio desde su lugar de origen hasta el consumidor final.

c. Promoción:

Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.

1.2.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, tomando en cuenta el estudio de mercado.

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones para brindar un servicio de calidad, (NASSIR, SAPAG, CHAIN, 2003).

También este autor dice que este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos

1.2.5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. (NASSIR, 2006), este autor hace referencia lo siguiente:

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, alternativas tecnológicas, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto.

1.2.5.2 CAPACIDAD INSTALADA:

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

1.2.5.3 CAPACIDAD UTILIZADA:

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

1.2.5.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización ordenada de la empresa que se crearía con la factibilidad del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la disposición acerca de dónde ubicar el proyecto obedece no sólo a criterios económicos, sino también a juicios estratégicos, institucionales, políticos, ambientales, e incluso de distinciones emocionales. (BACA G. , 1997). También el autor hace mención:

El objetivo que sigue a la ubicación de un proyecto es lograr una situación de competencia basada en menores precios, mejor capacidad de transporte y rapidez en el servicio. Esta parte es elemental y de resultados a largo plazo, ya que una vez creada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio:

a.- Macro localización.

"En este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo."

b.- Micro localización.

En este nivel se llega a definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural. La micro localización incidirán en las decisiones, aspectos más detallados como los de ingeniería, costos de terreno, etc., que en última instancia estarán dimensionando el monto de la inversión requerida en el proyecto.

c. Factores de localizador

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

1.2.5.5 LA INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa.

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y

equipo necesario. (NASSIR, SAPAG, CHAIN, 2003). A continuación este autor nos explica los componentes necesarios para la ingeniería del proyecto.

a. Componente tecnológico.

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

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

b. Infraestructura física.

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

c. Distribución de la planta.

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

- Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
- Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
- Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.
- Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.

d. Proceso de producción.

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases de proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

1.2.5.6 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.).Los distintos tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo o del tipo de producto, teniendo cada caso efectos distintos sobre el

flujo de caja del proyecto, (AQUILANO, 2005), este autor también menciona a continuación:

1.2.5.7 DISEÑO DEL PRODUCTO

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación,
- Unidad de medida,
- Tiempo de vida, etc.

1.2.5.8 FLUJO GRAMA DE PROCESO

El flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo-gramas de proceso difieren elocuentemente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede permitir un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del creador y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica. (PASACA MORA, 2017)

CUADRO Nº 1

SÍMBOLOS UTILIZADOS EN UN FLUJO GRAMA DE PROCESO.

	INSPECCIÓN		DEMORA
	OPERACIÓN		DECISIÓN
	TRANSPORTE		ALMACENAMIENTO

Fuente: Pasaca Mora Manuel

Elaborado: La Autor

1.2.5.9 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

I. Base legal.

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la (Ley de Compañias, 2011), entre ellos tenemos:

a. Acta constitutiva.

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

b. La razón social o denominación.

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

c. 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.

d. Objeto de la sociedad.

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

e. Capital social.

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

f. Tiempo de duración de la sociedad.

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resudados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

g. Administradores.

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

1.2.5.10 ORGANIZACIÓN LEGAL

- **Estructura empresarial:**

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma". Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado

eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad. (GAVILANES, 2012), este autor hace referencia a continuación:

- **Niveles jerárquicos de autoridad:**

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

a. Nivel legislativo-directivo.

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

b. Nivel ejecutivo.

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

c. Nivel asesor.

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Habitualmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se

descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

d. Nivel de apoyo.

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

e. Nivel operativo.

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

1.2.5.11 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

a. Organigrama: Según**,** (Franklin, 2014)**, "**es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la componen".

Este autor nos explica lo que es un organigrama y también nos habla sobre las clases de organigramas: Organigrama Estructural, Funcional, Posicionall.

b. Manual de funciones.

El manual presenta sistemas y técnicas específicas, numera la forma a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo. (KELLOG, 1962), este autor también menciona a continuación:

Los manuales son un medio de comunicación muy especializado y requieren habilidades de comunicación especializadas -habilidades que normalmente no se aprenden en la escuela o en el trabajo.

Un manual es un conjunto de documentos que partiendo de los objetivos fijados y las políticas implantadas para lograrlo, señala la secuencia lógica y cronológica de una serie de actividades, traducidas a un procedimiento determinado, indicando quien los realizará, que actividades han de desempeñarse y la justificación de todas y cada una de ellas, en forma tal que constituyen una guía para el personal que ha de realizarlas.

El manual de funciones debe contener la información sobre los siguientes aspectos:

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales.
- Tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.

1.2.5.12 MANUAL DE BIENVENIDA

El manual de bienvenida también conocido como manual de inducción, es un documento creado por las empresas que apoya a la inducción del nuevo trabajador a la empresa, este manual le presenta al trabajador toda la información relevante de la empresa de manera general, desde su historia, dueños, objetivos, misión, visión, que se pretende como objetivo organizacional, y debe dar respuestas a todas las inquietudes laborales del nuevo trabajador, facilitándole la integración como uno más del equipo.

- ✓ El período de inducción junto con el Manual de bienvenida o acogida como también se conoce, se han ido introducido paulatinamente en muchas empresas, con resultados muy favorables, permitiendo:
- ✓ Elevar la imagen de la empresa, ya que transmite a los nuevos colaboradores,
- ✓ signos de seriedad y organización y la creencia de valoración del personal.
- ✓ Hacer sentir al nuevo colaborador más integrado en la empresa.
- ✓ Conocer en profundidad las características legales y especiales de su relación
- ✓ laboral con la empresa.
- ✓ Favorecer la comunicación interna.
- ✓ Favorecer la comunicación social del individuo, al relacionarse correctamente en su entorno laboral.

Un momento importante es el enfoque que debe tener el manual de bienvenida, por eso hay que prestar especial atención a la definición de su contenido y estructura.

A partir de estas definiciones se elabora el índice de contenidos para después iniciar el proceso de redacción, expresando de forma clara aquellos aspectos que regulan la relación del nuevo empleado con la empresa.

1.2.6 ESTUDIO FINANCIERO

(PASACA MORA, 2017) El Estudio Financiero constituye todas las inversiones y financiamientos que deberán enfrentar los inversionistas para poder poner en marcha el proyecto. En el presente estudio se determina los presupuestos fundamentales para el análisis financiero, pudiendo determinar si existe o no rentabilidad. (Baca Urbina, 2006), Este autor también menciona a continuación:

1.2.6.1 LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

Un proyecto de inversión como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

1.2.6.2 INVERSIONES:

Según (PEUMANS, 1967), "la inversión es todo aquel desembolso de recursos financieros que se realizan con el objetivo de adquirir bienes durables o instrumentos de producción (equipo y maquinaria), que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objetivo", este autor a continuación menciona:

1.2.6.3 ACTIVOS FIJOS:

Se compone por los bienes de propiedad de la empresa, que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que les son indispensables para el desarrollo normal de las actividades de la empresa y que no están destinadas a la venta. Estos bienes son: edificio, maquinaria equipo mobiliario, herramientas y otros.

1.2.6.4 ACTIVOS DIFERIDOS:

Constituyen aquellos gastos sobre activos constituidos para los servicios, derechos o privilegios especiales que son necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

1.2.6.5 ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO:

Es la designación a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posibles laborar normalmente durante un periodo determinado permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas.

Aquí se detallan los siguientes rubros:

- Materia Prima Directa e Indirecta.
- Mano de obra Directa e Indirecta.
- Gastos de administración.

1.2.6.6 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN:

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento para ello se obtiene dos:

- Fuente Interna.- Constituida por el aporte de los socios.
- Fuente externa.- Constituida normalmente por las instituciones financieras estatales y privadas.

1.2.6.7 PRESUPUESTOS

Es un Plan que permite predecir el futuro de las organizaciones en términos cuantitativos ya sean en unidades de ventas, unidades de producción y número de empleados.

1.2.6.8 DEPRECIACIONES:

Según (Baca, 2001), “Depreciación es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo”. Este autor también hace referencia a continuación:

Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio.

Para los contables o contadores, la depreciación es una manera de asignar el costo de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial.

1.2.6.9 CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS:

Para ello se relaciona el costo total para el número de unidades producidas, durante un periodo, en este caso:

Costos totales de Producción = Costo Unitario de Producción

De unidades producidas.

1.2.6.10 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

- **Costos fijos:**

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, también se puede decir que son aquellos que permanecen constantes en un periodo de tiempo determinado y no guardan relación con los niveles de producción.

- **Costos variables:**

Son aquellos valores que incurren a la empresa, en función a su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa se puede decir que son los que incrementan o excrementan proporcionalmente conforme aumente o disminuye el volumen de producción.

1.2.6.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de Equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. El punto de Equilibrio se puede calcular mediante dos métodos:

• Matemáticamente. (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta);

• Gráficamente.

Fórmulas:

a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

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

b. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

1.2.6.12 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

1.2.7 EVUALUACIÓN FINANCIERA

(PASACA MORA, 2017) La evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas, a fin de obtener ciertos indicadores financieros, se basa en los flujos de los ingresos y egresos formulados con pecios de mercado sobre los que puede aplicare factores de corrección para constatar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados como son:

1.2.7.1 FLUJO DE CAJA

Representa las diferencias entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas.

Para su cálculo no se incluyen ingresos, depreciaciones ni amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa, el flujo de caja es la fase fundamental para la evaluación del proyecto, Baca (2010), También este autor menciona lo siguiente:

1.2.7.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Fórmula para calcular el VAN:

V.A.N.= Sumatoria Flujo Neto- Inversión Inicial

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el Van es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.

- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión, ya que ello significa que perderá su inversión en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de valor adquisitivo.

1.2.7.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno, constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generadas por el proyecto a través de su vida económica. Para que estos se igualen con la inversión utilizamos la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, (Baca, 2001).

Formula:

TIR= Tm+DT (VAN Tm / VAN TM)

Dónde:

- VAN= Valor actual Neto
- Tm= Tasa menor
- TM= Tasa mayor
- DT= Diferencias de tasas
- TIR= Tasa interna de retorno

Los criterios de decisión basados en la TIR son:

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

1.2.7.4 RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida y decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

Fórmula:

$$\textbf{RBC} = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

- Si la Relación Ingresos / Egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente.
- Si la Relación Ingresos / Egresos es mayor a 1 el proyecto es rentable.
- Si la Relación Ingresos / Egresos es menor a 1 el proyecto no es rentable.

1.2.7.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial. Para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Formula: $\text{PRC} = \frac{\text{Inversion} - \text{£ primeros flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversion}}$

1.2.7.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La finalidad del análisis de Sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variable permanezca constante (LAWRENCE, 1983).

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anula la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual que 1 no hay efecto sobre el proyecto.

Fórmula:

a. **Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

$$\mathbf{TIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\mathrm{VAN\ Tm}}{\mathrm{VAN\ Tm} - \mathrm{VAN\ TM}}\right)$$

b. **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

$$\mathrm{TIR.R} = \mathrm{TIR.O} - \mathrm{N.TIR}$$

c. **Se calcula el porcentaje de variación.**

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

d. **Se calcula el Valor de Sensibilidad.**

$$\mathrm{S} = \%\mathrm{V}/\mathrm{N.TIR}$$

1.3 MARCO CONCEPTUAL

Segmentación: se conoce como segmentación al acto y consecuencia de segmentar(es decir, de dividir o formar segmentos o porciones). El concepto, según se desprende de la práctica, posee múltiples usos de acuerdo a cada contexto.

Rentabilidad: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

Reingeniería: es establecer secuencias en interacciones nuevas en procesos administrativos y regulatorios. Es un análisis y rediseño radical de la economía y de la concepción de los negocios para lograr mejoras significativas en medidas como en costos, calidad, servicio y rapidez.

Cronología: De la fecha o del momento en que sucede un hecho.

Desembolso: Acción de pagar o entregar una cantidad de dinero, generalmente en efectivo y al contado.

Computar: Contar o calcular una cosa por números.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1.1. MATERIALES

a) Equipo de cómputo.

b) Cuadernos.

c) Papel Bond.

d) Libros, revistas.

e) Esferos.

f) Mochila.

g) Escritorio.

1.2. MÉTODOS:

- **Método inductivo.-** Contribuyo en la determinación de la bibliografía necesaria para la realización del trabajo investigativo. Además permitió la descripción de antecedentes generales del producto que se pretende ofrecer y el mercado al que se va a cubrir, de igual forma permite determinar la problemática y necesidad de implementación de la empresa de jabones de tocador con esencia de ruda para el cantón Paltas.
- **Método deductivo.-** Es un proceso que parte de un principio general para inferir sobre las consecuencias particulares, mediante este método primeramente se realizó un análisis sobre las conceptualizaciones generales del proyecto de inversión, luego llegar a cumplir los objetivos como son el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero, los mismos que sirvió de guía para el desarrollo del presente proyecto. También se lo utilizó para obtener el tamaño de la muestra, y determinar el número de encuestas que serán aplicadas en la investigación.

1.4 TECNICAS:

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó algunas técnicas de investigación como:

- **La entrevista.**

  Esta técnica fue utilizada para dialogar con los oferentes de jabón de ruda en el cantón, y por ende sirvió para la obtención de información necesaria para el desarrollo del proyecto. La técnica de la entrevista se la realizó a los oferentes, es decir a los dueños de las tiendas, farmacias y centro de productos naturales quienes se encargan de comercializar estos productos en el cantón Paltas.

- **Encuesta.**

  Esta técnica se la aprovechó para la formulación de preguntas, las mismas que serán aplicadas a las familias del cantón Paltas, mediante preguntas abiertas y cerradas con el fin de poder determinar si nuestros productos a lanzar al mercado tendrán la respectiva acogida por parte de los futuros consumidores. Ver anexo N°4

- **Revisión bibliográfica.**

  La revisión bibliográfica permitió recolectar toda la información referente a proyectos de factibilidad y de esa manera poder vincularla con la práctica que se desarrollará más adelante.

- **La observación.**

  Se aplicó para recopilar información relacionada con el producto y de esta manera conocer los materiales y herramientas necesarias para la elaboración de la misma.

También se aplicó para conocer aspectos relacionados con la competencia y comercialización; así como los aspectos con lo que a ventas se refiere, en los que intervienen publicidad, distribución y presentación del producto en el mercado.

1.5 PROCEDIMIENTO.

Para la investigación se procedió a realizar un muestreo debido a que la población es grande, en este caso se determinó el tamaño de la muestra, para ello una de las fórmulas más utilizadas y conveniente para las investigaciones sociales es la siguiente:

Para poder proyectar la población a los años de vida útil de propuesta de inversión, tenemos como referencia según el INEC del censo 2010 que el cantón paltas cuenta con 23.801 habitantes donde se considera 4 miembros por familia; en este caso 10 años a partir del año 0 aplicando el 0.58% de tasa de crecimiento. Para proyectar la población tenemos la siguiente fórmula:

$$PF = PI\ (1+ i)^n$$

$$P2017 = P2010\ (1+0{,}0103)^7$$

$$P2017 = 23.801\ (1{,}0103)^7$$

$$P2017 = 25.570$$

	AÑO	POBLACION TOTAL 0.58%	POBLACION DE FAMILIAS
0	2017	25570	6393
1	2018	25718	6430
2	2019	25867	6467
3	2020	26018	6504
4	2021	26168	6542
5	2022	26320	6580
6	2023	26473	6618
7	2024	26626	6657
8	2025	26781	6695
9	2026	26936	6734
10	2027	27092	6773

Elaboración: el autor

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Una vez conocido el mercado objetivo y su composición real del número de demandantes, se determina exactamente la demanda para el producto que originara en de proyecto de inversión. Para conocer esta información en necesario recoger información del mercado objetivo y concretamente de la unidad investigativa determinado para el efecto (familias). Esto se realizara mediante la aplicación de técnicas de recolección de información que puede ser encuesta, entrevista, constatación física, observación, etc.

Para la presente investigación se procede a realizar un muestreo debido a que la población es grande, en este caso se determinara el tamaño de la muestra, para ello una de las fórmulas más utilizadas y conveniente para las investigaciones sociales es la siguiente:

$$n= \frac{z^2 *N*P*Q}{e^2(N-1) +Z^2*P*Q}$$

En donde:

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso, e = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

En dicha fórmula para las investigaciones sociales se considera un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y cuando no se conoce la participación en el mercado se asume 50% como probabilidad de éxitos y 50% para probabilidad de fracaso.

Para conocer la probabilidad de éxito y fracaso debe hacerse un muestreo polieatetico (varias etapas) misma que a su vez permite validar los instrumentos de investigación.

El valor de Z para el valor de confianza.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 6393 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (6393-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 6393 * 0,25}{(0,0025)(6392) + 3,8416 * 0,25}$$

$$N \quad \frac{6139.84}{15.98 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6139.84}{16.94}$$

$$n = 362.43$$

f. RESULTADOS

Los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación se presentan a continuación:

1.- ¿Cuál es el ingreso familiar?

CUADRO N° 1

INGRESO FAMILIAR

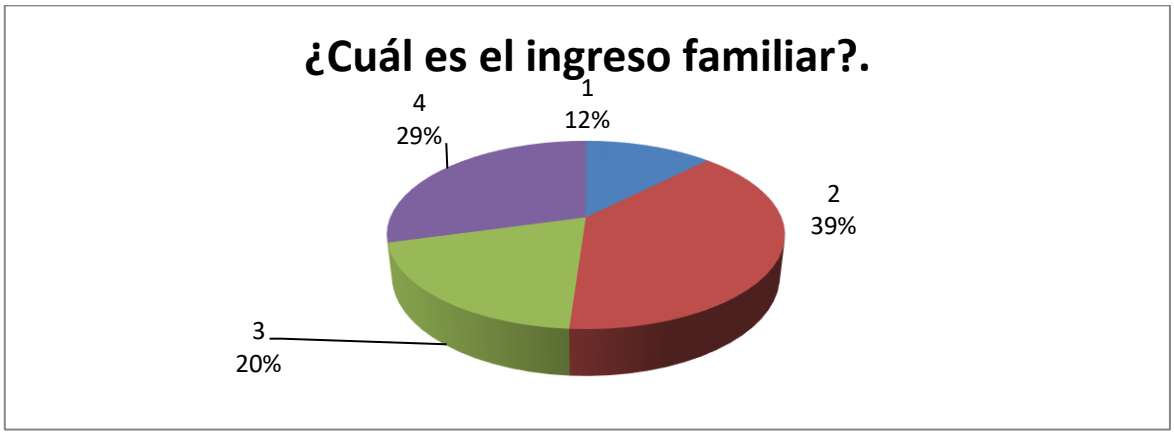
ALTERNATIVAS	XM	FRECUENCIA	Xm.f	PORCENTAJE
1- 300	150	106	15.900	12.43%
301-600	450	140	63.000	38.67%
601 – 900	750	71	53.250	19.61%
901 o mas	900	45	40.500	29.28%
	1750	**362**	**172.650**	**100%**

X: $\frac{£xm*f}{n}$

X= $\frac{172.650}{362}$

X= 477

GRÁFICO N° 1



Fuente: Las Encuestas.
Elaboración: El autor.

ANALISIS E INTERPRETACIÓN: Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que el ingreso promedio familiar es de $458.00 mensual en el rango de $301-$600 y que representa el 38.67%. Mientras que de $1-$300 equivale a un

porcentaje de 12.43%, de $601-$900 que tiene un porcentaje del 19.61% y con un porcentaje de 29.00% que ganan más de $900 en adelante.

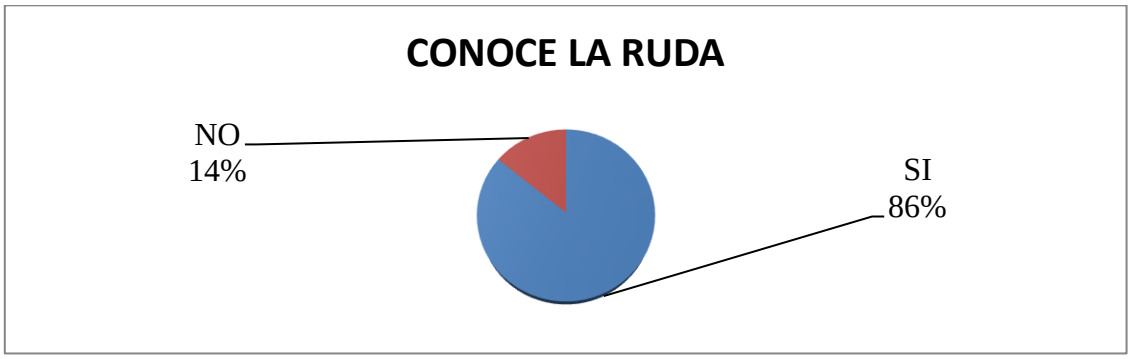
2.- ¿Conocen en su familia la ruda?

CUADRO N°2
CONOCE LA RUDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	311	86%
NO	51	14%
TOTAL	**362**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.
Elaboración: El autor.

GRÁFICO N°2



Análisis e interpretación: Según la población investigada en un 86%, manifiesta conocer la ruda, mientras que el 14% afirma no conocer la planta medicinal, ese dato será de fundamental importancia para la investigación.

3.- ¿Utiliza la ruda en su familia?

CUADRO N°3

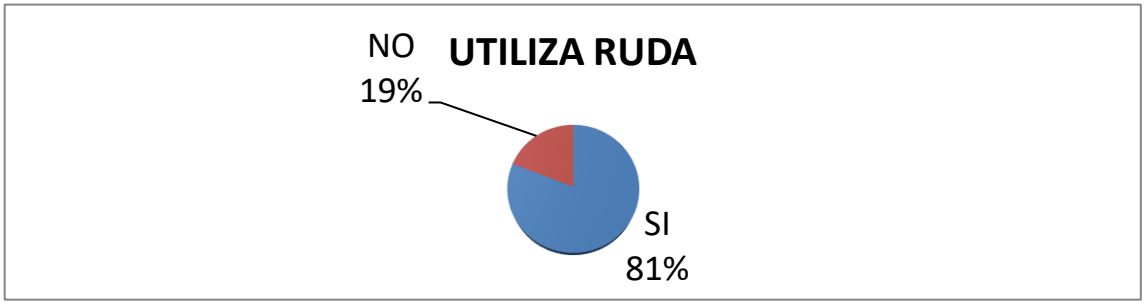
UTILIZA RUDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	293	81%
NO	69	19%
TOTAL	**362**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 3



Análisis e Interpretación: De acuerdo a la población investiga del cantón Paltas, en un 81% manifiesta acceder el uso de dicha planta, mientras que el 19% manifiesta no acceder a la ruda. Dando a conocer que la mayoría si consume dicha planta,

4.- ¿Utiliza jabón de ruda en su familia?

CUADRO N°4

UTILIZA RUDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	140	39%
NO	222	61%
TOTAL	**362**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 4

Análisis e Interpretación.- Mediante los datos del cuadro anterior se logran determinar que la población investigada utiliza jabón de ruda en un 39%, lo que nos brinda un mercado no muy grande para la comercialización del producto. Mientas que el 61% manifiesta no utilizar el jabón.

5.-¿Qué cantidad utiliza semanalmente?

CUADRO N°5

CANTIDAD SEMANALMENTE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	(X.F)
1	60	60
2	76	152
3	4	12
4	0	0
Total	**140**	**224**

Fuente: Las Encuestas.

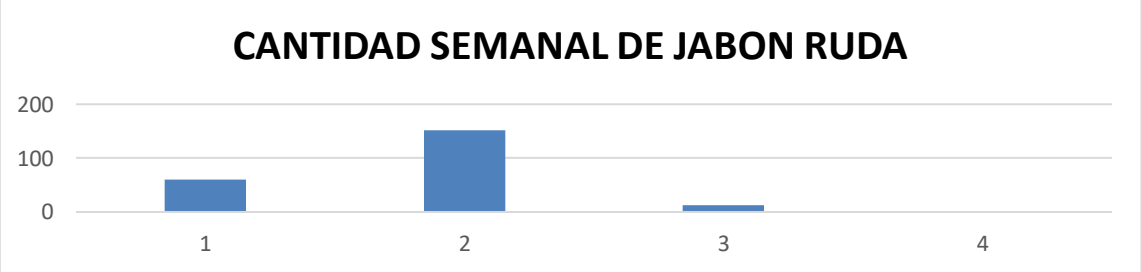
Elaboración: El autor.

X: $\frac{£xm*f}{n}$

$X = \frac{224}{140}$

X= 1.6

GRÁFICO N° 5



Análisis e interpretación.- Como se observa en el cuadro anterior, existe una tendencia fuerte de utilización de jabón de ruda con un promedio de 1.6 que utilizan las familias y esto nos proporciona que cada familia consume un promedio de 2 jabones semanales.

6.- ¿A qué precio adquiere el jabón de ruda de 100 gramos.

CUADRO N°6

PRECIO QUE ADQUIERE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	(X.F)
1.5	8	12
1.75	48	84
2	78	156
2.25	6	13.5
total	**140**	**265.5**

Fuente: Las Encuestas.

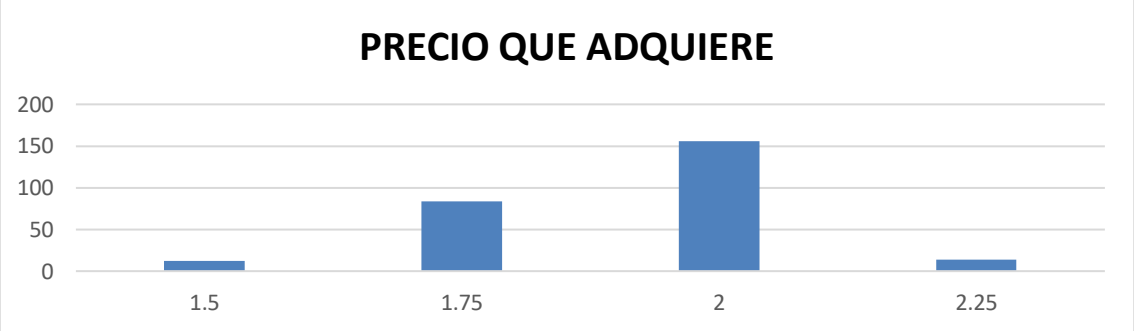
Elaboración: El autor.

X: $\frac{£xm*f}{n}$

$X = \frac{265.5}{140}$

X= 2

GRÁFICO N° 6



Análisis e Interpretación.- de acuerdo al cuadro anterior el precio al cual acceden es de es un promedio de 2.00 sin embargo hay clientes que pagan más por el producto y esto significa que el precio promedio es accesible para la consumo del jabón.

7.- ¿En qué lugar adquiere el producto?

CUADRO N°7

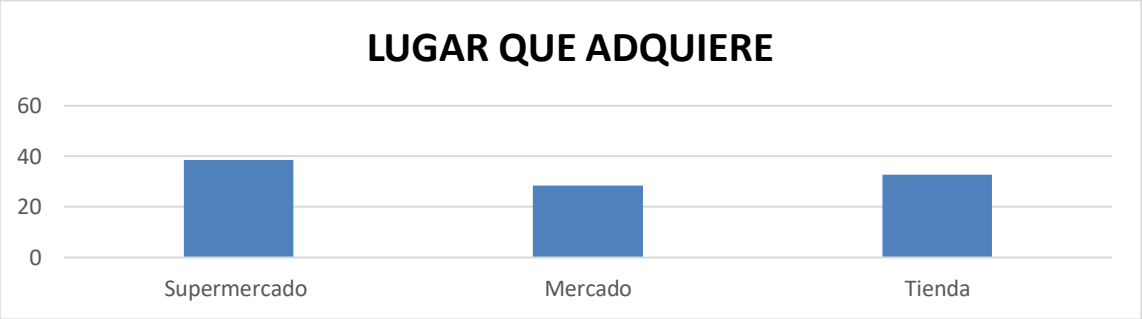
LUGAR QUE ADQUIERE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	54	39%
Mercado	40	29%
Tienda	46	33%
total	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 7



Análisis e interpretación.- En el cuadro se puede ver que el canal o lugar donde se adquiere el producto y de mayor frecuencia del consumidor final es el supermercado con el 39% y la sigue la tienda con el 33% y por último el mercado con el 29%, sin embargo se puede tener en cuenta que para el estudio se aplica al consumidor final, no a la intermediaria.

8.- ¿Qué marca tiene el producto que utiliza?

CUADRO N°8

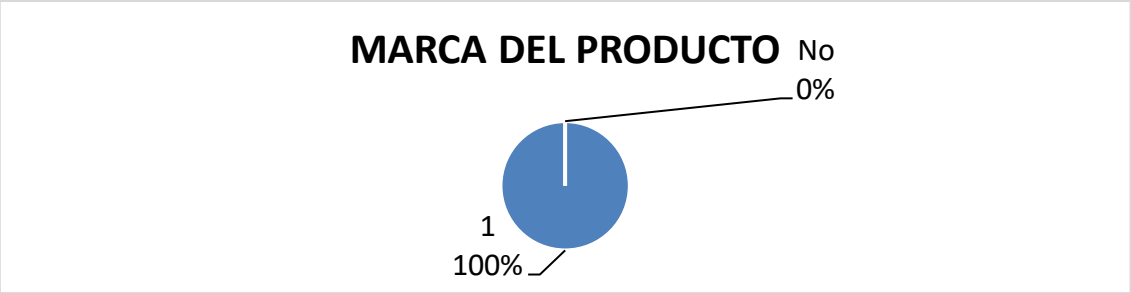
MARCA DEL PRODCUTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	140	100%
total	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 8



Análisis e Interpretación.- Debido a que el jabón adquirido para los consumidores no está legalmente posicionado, ni distribuido por los productores, esto da como resultado que ninguno conoce marca alguna y con ello ayudara que nuestro producto se establezca cualquier marca para introducirlo al mercado.

9.- ¿el producto que consume es local o nacional

CUADRO N°9

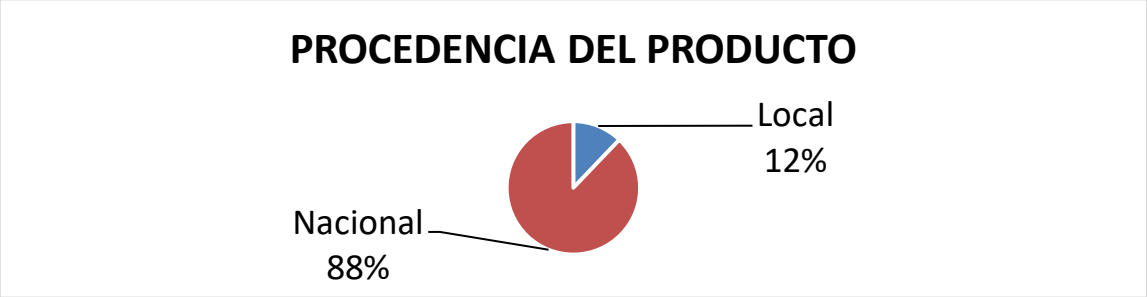
PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	17	12%
Nacional	123	88%
TOTAL	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 9



Análisis e Interpretación.- En el cuadro N° 9 se muestra que el 77% de la producción de machica es local esto se debe a que este es un producto nacional lo cual representa el 88%, mientras que el 12% es local.

10. ¿Le gustaría que en el cantón Paltas se produzca y comercialice el jabón de ruda?

CUADRO N°10

LE GUSTARIA UN NUEVO PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	126	90%
No	14	10%
TOTAL	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 10

Análisis e Interpretación.- A un 90% de la población encuestada les interesa comprar el producto según el cuadro N° 10, un 10% afirmó que no adquiría el producto se espera que a medida que se vaya desarrollando el mercado y se aumenta los hábitos del consumo, la decisión de compra pasara de probablemente a muy probablemente y de allí a definitivamente.

11.- ¿Adquiría usted el jabón de ruda?

CUADRO N° 11

ADQUISICION DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	140	100%
No	0	0%
TOTAL	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRAFICO N°11

Análisis e interpretación.- Como se observa en el cuadro N° 11, los encuestados están d acuerdo en adquirir el producto lo cual tenemos que las familias de esta población es nuestra demanda efectiva.

12.- ¿Elija cuál de las siguientes presentaciones es de su agrado para el jabón de ruda? Marque con una X una sola opción.

CUADRO N° 12

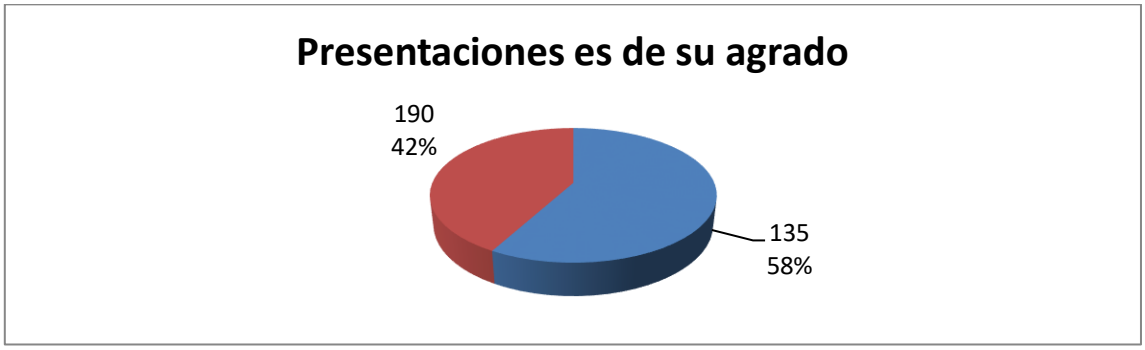
PRESENTACION

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jabón en Barra	82	58%
Jabón liquido	58	42%
Total	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N°12



Análisis e interpretación.- Como lo indica la investigación la población investigada tienen como preferencia comprar el jabón en barra con el 58%, le sigue el jabón líquido con el 42%

13.- ¿Qué cantidad compraría semanalmente?

CUADRO N° 13

CANTIDAD

ALTERNATIVA (X)	FRECUENCIA (F)	XF
1	30	30
2	100	200
3	10	30
Total	**140**	**260**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

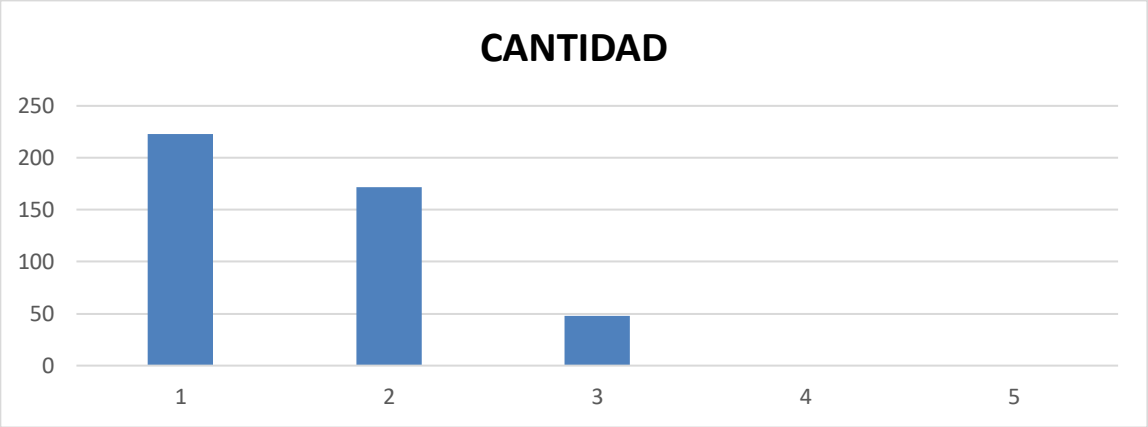
X: 260

140

X: 1.85

=2

Grafico N°13



Análisis e Interpretación.- Como lo indica la investigación, la población tendrían como presupuesto comprar un promedio de 2 jabones por familia semanalmente, para el año cada familia y anualmente compraran el 90% lo cual lo hace un proyecto factible.

14.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

CUADRO N° 14

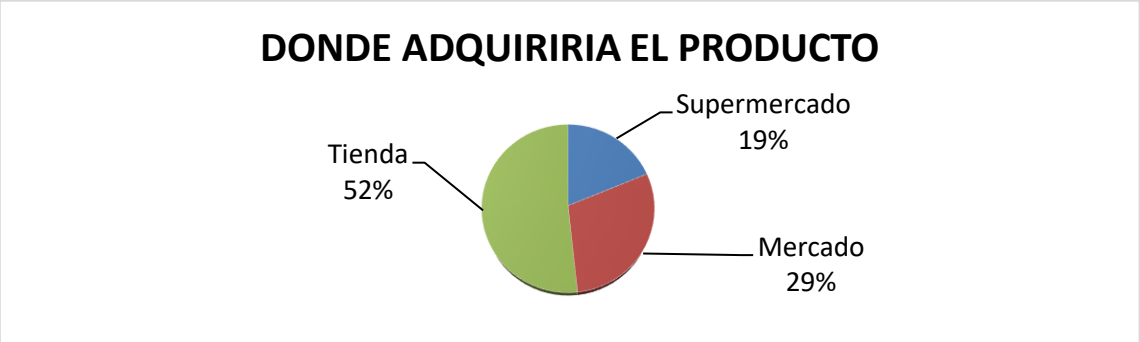
DONDE ADQUIRIRIA EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	27	19%
Mercado	41	30%
Tienda	72	52%
total	**140**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N°14



Análisis e Interpretación.- De acuerdo con el cuadro N° 13 el 52% de los encuestados, requerirá el producto en las tiendas por que la cercanía de estos puntos de ventas a sus domicilios, mientras que el 30% requiere el producto en el mercado porque aquí acuden la familias de clase media y baja y por ultimo un 19% requiere el producto en el supermercado donde habitualmente lo visitan la clase alta.

15. Indique que emisora sintoniza
Cuadro N° 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio Paltas Stereo	124	49%
Catacocha Stereo	110	43%
Otras	21	8%
total	**255**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.
Elaboración: El autor.

GRÁFICO N°15

Análisis e interpretación.- Dentro del mundo empresarial los medios de comunicación son de grande importancia ya que por medio de ellos se da conocer la información y la existencia del producto que el jabón de ruda, la radio es un medio que cada familia tiene acceso. Dentro de la investigación realizada en el cantón Paltas existen diferentes radios como es la Radio Paltas y Catacocha Stereo la cual según la investigación no arroja que la radio Paltas es la de mayor opción con el 49% y Catacocha stereo con 43%.

16.- ¿Indique que periódico lee y con qué frecuencia?

CUADRO N° 16

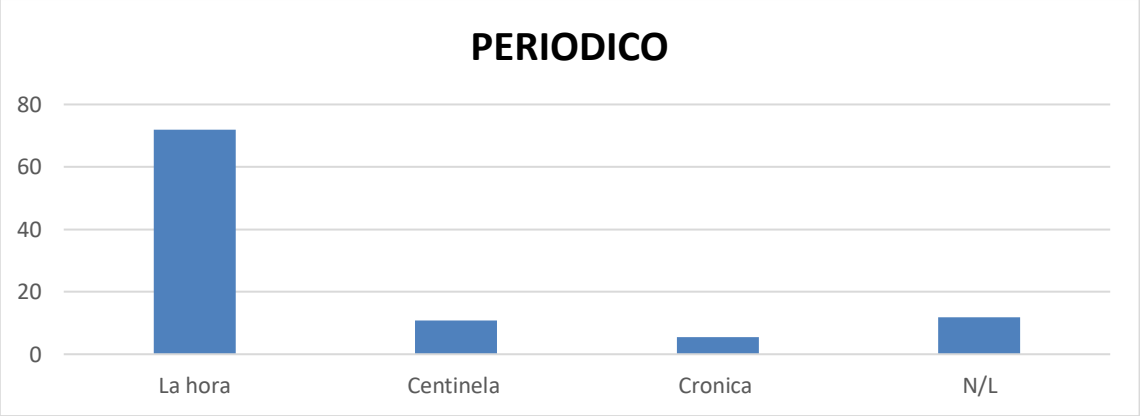
PERIODICO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La hora	220	72%
Centinela	33	11%
Cronica	17	6%
N/L	36	12%
total	**306**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRAFICO N° 16



Análisis e interpretación.- La prensa es fundamental para que por medio de ella sería más fácil de acceder de acuerdo a la investigación realizada el periódico con mayor aceptación en el mercado es la hora con un 72% lo que indica que para poder dar a conocer el producto será por este medio de comunicación.

17.- ¿Indique que características le gustaría en el nuevo producto?

CUADRO N° 17

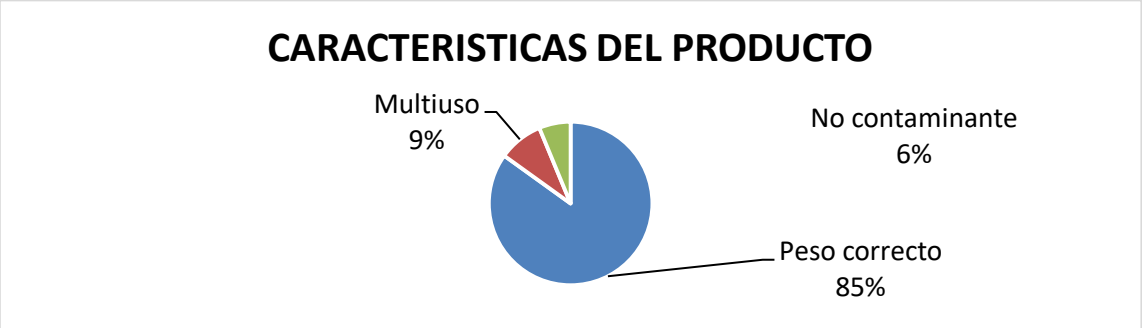
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Peso correcto	231	85%
Buen aroma	24	9%
No contaminante	17	6%
Total	**272**	100%

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 17



Análisis e interpretación.- Las características para la adquisición del jabón de ruda es muy importante para los consumidores; es por eso que según la población investigada el 85% dice que tenga peso correcto, el 9 por ciento desea un buen aroma y el 6% no contaminante.

18.- ¿indique en presentación le gustaría adquirir el producto?

CUADRO N° 18

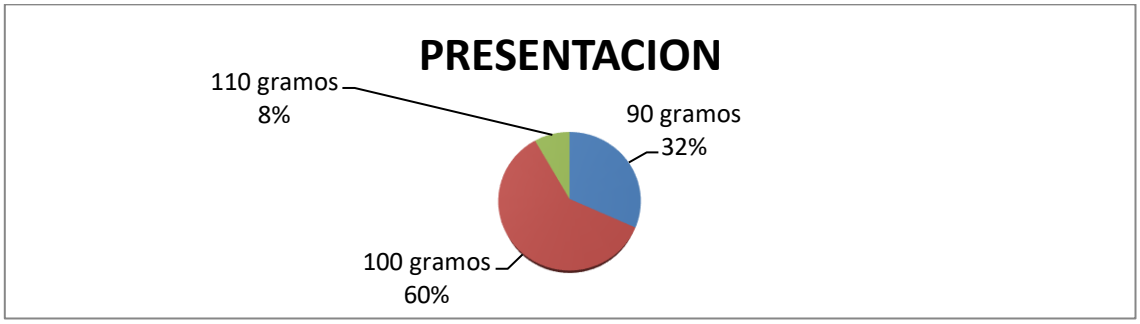
PRESENTACION

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
90 gramos	103	32%
100 gramos	195	60%
110 gramos	27	8%
Total	**325**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N° 18



Análisis e interpretación.- El peso del producto es indispensable para que el cliente es por esto que la población investigada el 60% le agrada el producto de 100 gramos, el 31% de 90 gramos y el 8% de 110 gramos, esto significa que la presentación que más le gusta a las familias es la de 100 gramos y esto hace una presentación agradable.

19.- ¿Sugerencias del producto?

CUADRO N° 19

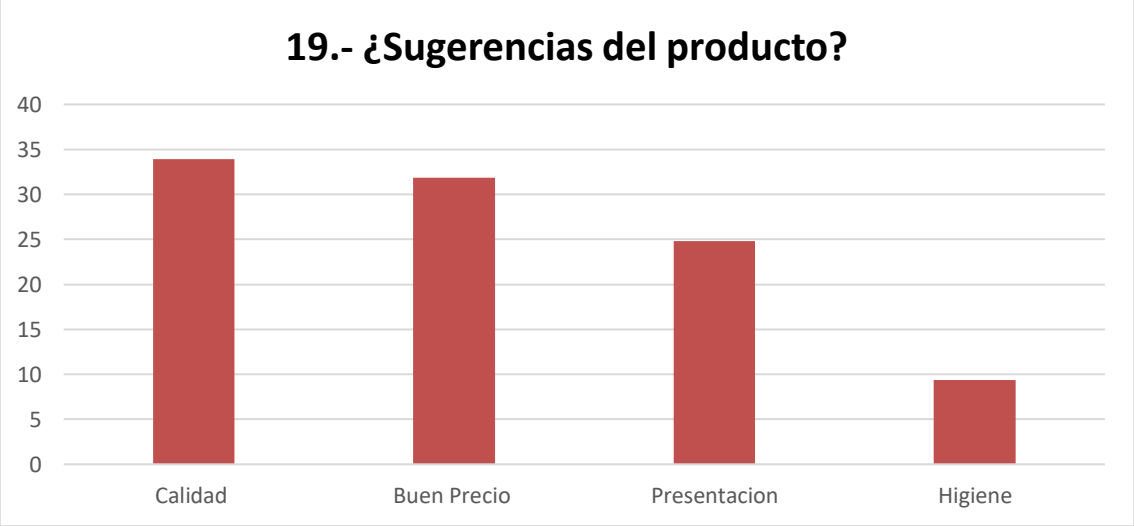
SUGERENCIAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	130	34%
Buen Precio	122	32%
Presentación	95	25%
Higiene	36	9%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Las Encuestas.

Elaboración: El autor.

GRÁFICO N°19



Análisis e interpretación.- Las sugerencias que el cliente solicita para la producción de jabón de ruda es muy importante porque gracias a sus sugerencias se mejoraría el producto, un 34% desea un producto de buena calidad, el 32% un buen precio y mientras que el 25% una buena presentación y el 9% una excelente higiene.

g. DISCUSIÓN

1.1 ESTUDIO ME MERCADO

1.1.1 PRODUCTO PRINCIPAL

Jabón de ruda, el jabón de la buena suerte. Activa la circulación, aliviando piernas cansadas y varices.

La ruda es una planta medicinal con múltiples propiedades que ayudan a activar la circulación, aliviando problemas de piernas cansadas, varices, hemorroides. También ayuda a mitigar la ansiedad y los estados de nervios, gracias a su efecto calmante.

Si bien, la ruda es conocida en mayor medida como la planta mágica de la buena suerte tanto en multitud de civilizaciones, como utilizada en muchas tradiciones mágicas y esotéricas. Su uso estaba extendido entre los romanos para preservarse de las malas energías, y los celtas la utilizaban para sanaciones y bendiciones. Y ese mismo carácter sagrado tuvo para los egipcios, hebreos y caldeos, que afirmaban que la planta de ruda era un don de los dioses.

Su efecto puede ser tanto de protección como de limpieza de las energías negativas. Ayuda a limpiar pensamientos pesimistas y a reforzar la voluntad del espíritu, y a atraer la buena suerte en el dinero, el amor y el trabajo.

1.1.2 PRODUCTO SUSTITUTO

Lo constituye jabones como aloe vera, manzanilla, avena, flores etc. Que son suplemento para el uso de los consumidores aunque sus uso sea diferente para lo cual es originariamente la ruda.

1.1.3 PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Son productos que se pueden utilizar juntos con el jabón de tocador de ruda como son: shampoo naturales, jabones para la piel, cremas para la piel.

1.1.4 DEMANDA POTENCIAL

Está determinada por la totalidad de las familias del cantón Paltas, conforme se demuestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 20

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES (FAMILIAS)	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA POTENCIAL
0	5.950	104	618.826
1	5.985	104	622.415
2	6.019	104	626.025
3	6.054	104	629.656
4	6.090	104	633.308
5	6.125	104	636.981
6	6.160	104	640.676
7	6.196	104	644.392
8	6.232	104	648.129
9	6.268	104	651.888
10	6.305	104	655.669

Fuente: investigación directa.
Elaboración: el autor.

1.1.5 DEMANDA REAL

Está constituida por las familias que actualmente utilizan jabón con esencia de ruda de acuerdo a la información la base es el 39%; la información se presenta en cuadro siguiente:

CUADRO N° 21
DEMANDA REAL

AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES 39%	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA REAL
0	5.950	2.321	104	241.342
1	5.985	2.334	104	242.742
2	6.019	2.348	104	244.150
3	6.054	2.361	104	245.566
4	6.090	2.375	104	246.990
5	6.125	2.389	104	248.423
6	6.160	2.403	104	249.864
7	6.196	2.416	104	251.313
8	6.232	2.430	104	252.770
9	6.268	2.445	104	254.236
10	6.305	2.459	104	255.711

Fuente: investigación directa.
Elaboración: el autor.

1.1.6 DEMANDA EFECTIVA

La constituye los demandantes que manifiestan su deseo para adquirir el producto originario del proyecto en este caso representa el 90% cuya información se presenta en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 22

DEMANDA EFECTIVA

AÑO	**DEMANDANTES POTENCIALES**	**DEMANDANTES REALES 39%**	**DEMANDA EFECTIVA 90%**	**CONSUMO PERCAPITA**	**DEMANDA EFECTIVA**
0	5.950	2.321	2.089	104	217.208
1	5.985	2.334	2.101	104	218.468
2	6.019	2.348	2.113	104	219.735
3	6.054	2.361	2.125	104	221.009
4	6.090	2.375	2.137	104	222.291
5	6.125	2.389	2.150	104	223.580
6	6.160	2.403	2.162	104	224.877
7	6.196	2.416	2.175	104	226.182
8	6.232	2.430	2.187	104	227.493
9	6.268	2.445	2.200	104	228.813
10	6.305	2.459	2.213	104	230.140

Fuente: investigación directa.
Elaboración: el autor.

1.1.7 ANALISIS DE LA OFERTA

En el cantón Paltas actualmente se comercializa el jabón de ruda sin marca registrada de producción local o nacional, este producto se comercializa en bodegas, centros naturistas y micro mercados de la ciudad de Catacocha. Con este referente la información de la oferta se presenta en el cuadro siguiente:

OFERTA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
FARMACIAS	50	600
CENTROS NATURALES	75	900
TIENDAS Y CENTROS COMERCIALES	30	360
TOTAL		**1.860**

Fuente: investigación directa.
Elaboración: el autor.

1.1.8 BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA

Es importante realizar el balance para determinar si existe o no la demanda insatisfecha para el producto puede suceder que al realizar los cálculos no se obtenga demanda insatisfecha en cuanto a la cantidad, sin embargo siempre existirá la oportunidad de mercado que puede ser aprovechada manejando adecuadamente factores como calidad y precio del producto.

CUADRO N° 23

BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA

AÑO	DEMANDA	OFERTA (5%)	DEFICIT (DEMANDA INSATISFECHA)
0	217.208	1.860	215.348
1	218.468	1.953	216.515
2	219.735	2.051	217.684
3	221.009	2.153	218.856
4	222.291	2.261	220.030
5	223.580	2.374	221.207
6	224.877	2.493	222.385
7	226.182	2.617	223.564
8	227.493	2.748	224.745
9	228.813	2.885	225.927
10	230.140	2.885	227.254

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: el autor.

1.1.9 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para la ejecución del proyecto de inversión, sobre el jabón de tocador a base de esencia de ruda, se plantea el presente plan de comercialización, diseñado para los diez años de vida útil; el mismo que permitirá cumplir con la propuesta de implementar esta unidad productiva. El plan contempla las partes fundamentales de la planificación que son la parte filosófica y la programática

1.1.9.1 PRODUCTO

El producto se caracterizará por su excelente calidad y por su diferenciación, lo cual es muy valioso y genera valor agregado para el cliente. Como se explicó anteriormente el producto que se va a ofrecer es el jabón de tocador artesanal a base de esencia de ruda, el cual será presentado de manera individual en barra de 100 gramos para el aseo de las familias de la ciudad de Loja. La importancia de emprender este proyecto radica en el papel de satisfacer a las familias que desean adquirir el producto con la finalidad de un mejor aseo en las labores diarias de las familias; además, pretendemos fomentar e incrementar la industrialización y comercialización en el Cantón Paltas.

Es menester indicar que el jabón de tocador artesanal a base de esencia de ruda, se caracteriza por tener componentes naturales que garantizan aparte del aseo inmediato la confianza de utilizar un producto saludable y confiable.

GRÁFICO N° 20
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

GRAFICO N° 21

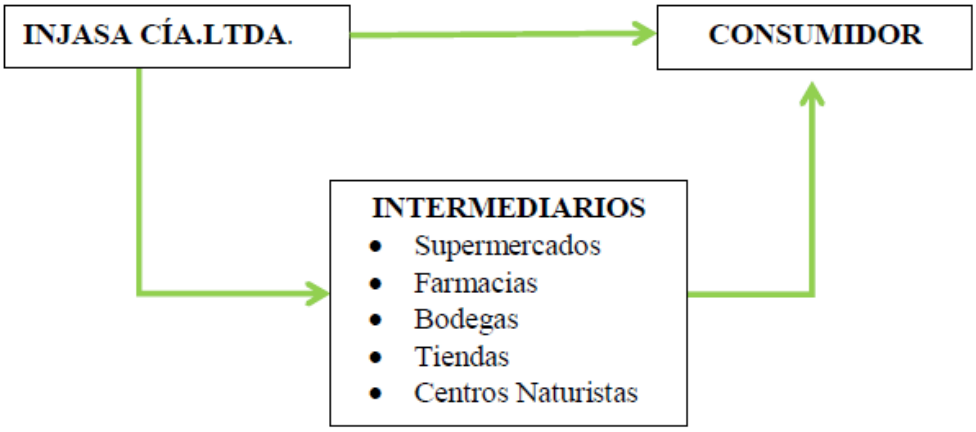
ETIQUETA

1.1.9.2 DISTRIBUCIÓN

Para que sea más atractivo a los clientes se contara con una instalación en el sector del Parque Industrial, donde los intermediarios podrán encontrar el producto "jabón de tocador a base de esencia de ruda" y recibir la asesoría adecuada para la demostración de cómo utilizar el producto. También existirán acuerdos con los intermediarios como se explicó anteriormente.

El sentido fundamental de la comercialización es el intercambio de los bienes y servicios producidos por una empresa con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores. La comercialización del producto a expender, se la hará a través del siguiente canal de comercialización:

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Este canal de distribución se lo emplea, debido a que haremos la distribución a intermediarios (puntos de venta tales como: supermercados, farmacias y tiendas); y, éstos a su vez venderán a los diferentes clientes (usuario final).

1.1.9.3 COMUNICACIÓN

La comunicación del jabón de tocador a base de esencia de ruda, se realizará mediante publicidad en radio de conformidad a los resultados de la encuesta realizada; en los

cuales se dará a conocer, a los clientes potenciales el producto y servicio que ofreceremos; además los beneficios que se obtiene al usar el producto.

1.1.9.3.1 RADIO

Se pasara cuñas en tres emisoras de mayor aceptación local, al igual las cuñas se pasaran en horarios de mayor rating.

1.2 ESTUDIO TÉCNICO

1.2.1 CAPACIDAD INSTALADA

Para determinar la capacidad es necesario realizar un balance de materiales, hay que destacar que el proceso es artesanal y para ello se considera el trabajo de unas personas. Se debe considerar además para determinar esta capacidad, que al ser un proceso manual en donde predomina la mano de obra, el ser humano, para no tener alteraciones en su salud, necesita 8 horas diarias de descanso, a más de ello se utiliza en promedio 4 horas al día para alimentación y aseo.

Para un proceso tenemos necesitamos la siguiente materia prima:

CUADRO N° 24

GLICERINA	30	Kilos
ESENCIA DE RUDA	2500	GRAMOS
HOJAS DE RUDA	30	ONZAS DE H D R

Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor

En el cuadro siguiente tenemos:

CAPACIDAD INSTALADA
CUADRO N° 25

DETALLE	**OPERACIÓN**
PRODUCCION: 30 KILOS DE G.	PRODUCCION DIARIA: 80 X 6
DEMORA POR PROCESO: 4 hor.	TOTAL PRODUCCION DIARIA: 480
HORAS DE TRABAJO:24 HRS.	PRODUCCION ANUAL: 160*365
TOTAL DE PROCESO POR DIA: 80	TOTAL PRODUCCION ANUAL: 175.200

Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor

1.2.1.1 CAPACIDAD UTILIZADA

Para un proceso de jabón de ruda se necesita 30 kilos de glicerina, pero al momento de la cocción (derretir) nos queda la cantidad de 20 litros de glicerina pura para el proceso; la cual se le agregara 2500 gramos de esencia de ruda y 30 onzas de hojas de ruda.

Si la jornada laboral obligatoria en el país es de 8 horas diarias, lo que se puede ejecutar en la planta es un proceso productivo, y cada proceso productivo demora 4 horas, con ello la capacidad instalada de la planta ser:

CUADRO N° 26
CAPACIDAD UTILIZADA

DETALLE	**OPERACIÓN**
PRODUCCION: 30 KILOS DE G.	PRODUCCION DIARIA: 80 X 2
HORAS TRAB. DIARIAS: 8	TOTAL PRODUCCION DIARIA: 160
DIAS DE TRABAJO:5	PRODUCCION ANUAL: 160*260
TOTAL DE PROCESOS: 2	TOTAL PRODUCCION ANUAL: 41.600
TOTAL DE DIAS ANUALES: 260	

Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor

1.2.2 MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN

1.2.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

Pero el presente proyecto, la empresa estará ubicada de la siguiente manera:

País: Ecuador

Provincia: Loja

Cantón: Paltas

Grafico N° 21 MACROLOCALIZACION DE LA EMPRESA

EMPRESA "

NATURE SANCHES**"**

MAPA DEL ECUADOR

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

MAPA DEL CANTON PALTAS

1.2.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

La empresa se ubicara en la calles Manual Vivanco y Domingo Celi

1.2.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

1.2.3.1 MERCADO.

Puesto que el mercado es en el canton Paltas, la ubicación estretegica es la esta parroquia urbana como es Catacocha que facilita la comercialización ademas con sus caracteristicas productivas no enfrenta impidimento legal.

1.2.3.2 PROVEDORES.

La cercania con los diferentes centros de abastos y las empresas comercializadoras de la materia prima facilita y permite un abastecimiento oportuno a los requerimientos empresariales.

1.2.3.3 SERVICIOS BÁSICOS.

El lugar hace referencia a la micro localizacion cuenta con todos los servicios basicos indispensables: agua, luz y telefonia.

1.2.3.4 INFRAESTRUCTURA SANITARIA.

El sitio cuenta con redes para el desalojo de residuos a traves de alcantarillado sanitario y los vehiculos recolectores de desechos degradables y no degradables.

1.2.3.5 INFRAESTRUCTURA VIAL.

Al estar dentro del area urbana se cuenta con vias de primer orden lo cual facilita el abastecimiento de la empresa y del mercado.

1.2.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

1.2.4.1 COMPONENTE TECNOLOGICO.

Al tratarse de procesos no comprejos no se requiere de tecnologia sofesticada se busca contar con tecnologia que se adapte a los requirimientos actuales de la empresa y del mercado, permitiendo la posibilidad de expanción a futuro, luego de un adecuado proceso de selección se determinará que la operatividad de la empresa se necesite la siguiente maquinaria y herramientas:

1.2.4.1.1 MAQUINARIA

La maquinaria que se utilizará para la microempresa será la siguiente:

CUADRO Nº27
DETALLE CANTIDAD

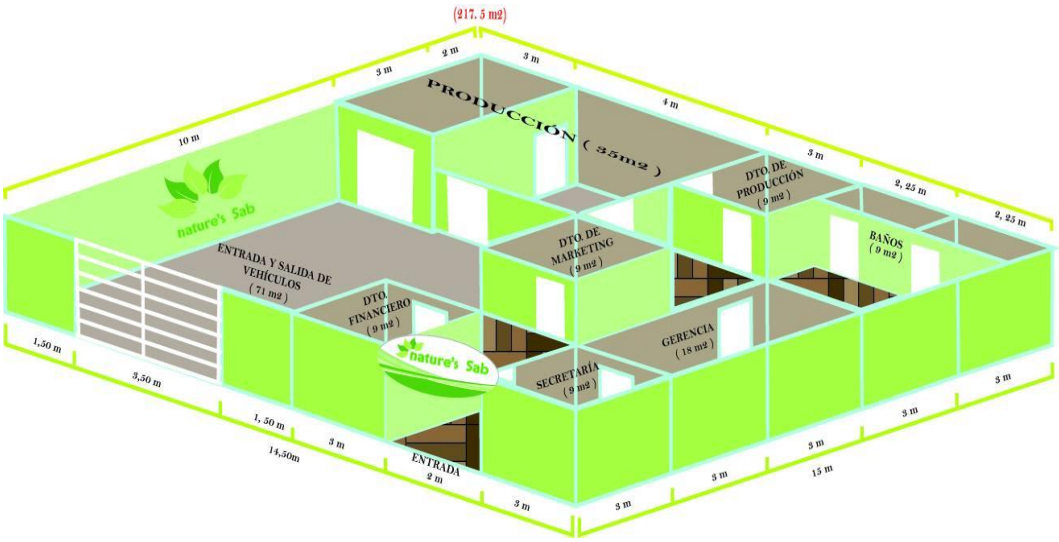
DETALLE	CANTIDAD
OLLA (GRANDE) ACERO INOXIDABLE	2
COCINA INDUSTRIAL	1
RECIPIENTES GRANDES	3
CUCHARONES	5
BALANZA	1
EXTINTORES	2
CILINDROS DE GAS	1
VALVULA REDUCTORA DE GAS	1
MOLDES	40

Fuente: investigación del proyecto.
Elaboración: el autor

1.2.4.2 INFRAESTRUTURA FÍSICA

Para el funcionamiento de la empresa no se recurrirá a la construcción de un conflicto propio, se busca alquilar un espacio de 200 metros de las cuales de adecuará las oficinas y la planta de producción de acuerdo al grafico siguiente:

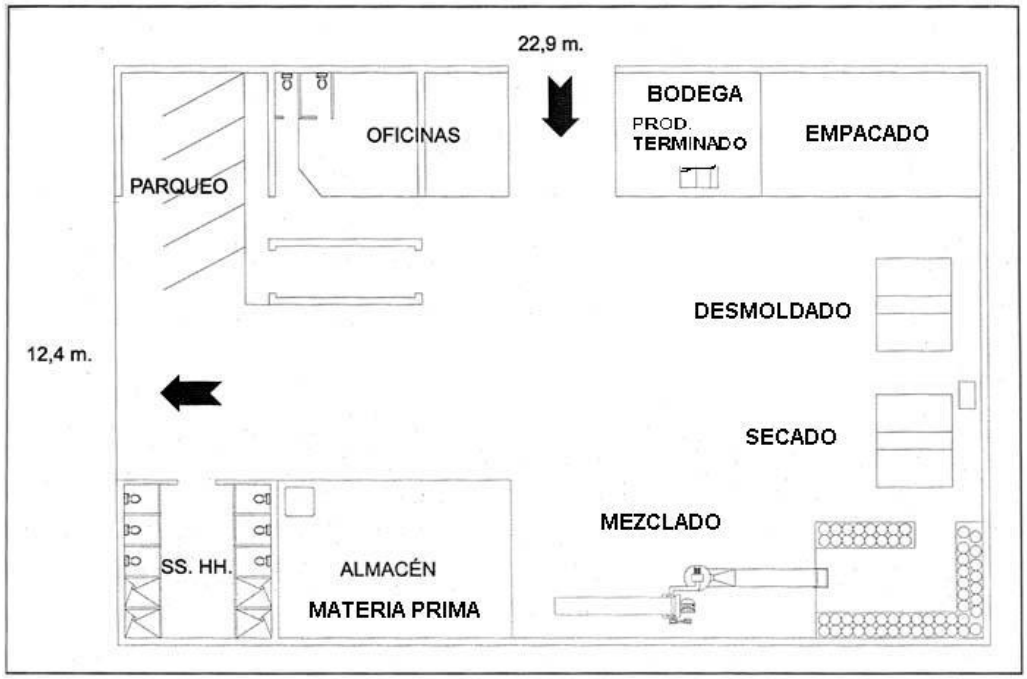
GRÁFICO N° 22



A. Distribución de la planta.

La distribución de la planta es la que permite que el proceso productivo se realice de tal forma que no existan interferencias entre las actividades, esta distribución se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICO N° 23



Elaboración: el autor

1.2.5 PROCESO PRODUCTIVO

1. **NOMBRE DEL PRODUCTO.**

   BEST RUE

2. **PRESENTACIÓN.**

   El producto de comercializará en unidades de 100 gramos.

3. **COMPONENTES.**

   BEST RUE es un producto de jabón en barra que consta de los siguientes componentes: glicerina, esencia de ruda y hojas de ruda.

4. **PROCESO PRODUUCTIVO.**

   Para elaborar el BEST RUE se sigue el siguiente proceso:

   4.1. Selección y clasificación de materia prima.

   Colocar en una olla esmaltada y diluir a fuego mediano.

   Agregar 3000 ml de esencia de ruda.

   Incorporar 30 onzas de ruda.

   Mezclar para integrar.

   Mezclar hasta conseguir una preparación homogénea.

   Pasar a un recipiente.

   Verter en los moldes, dejar solidificar.

   Desmoldar.

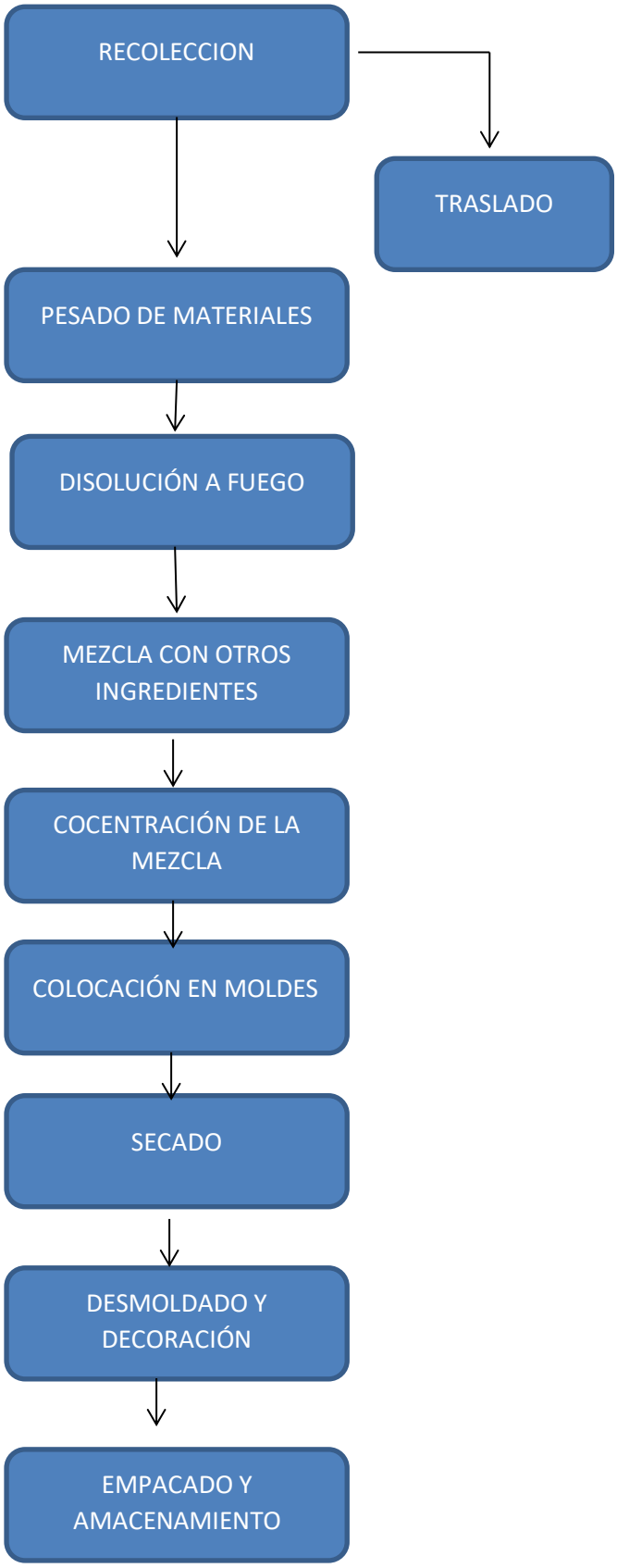
   Terminado el jabón se empaca adecuadamente, para luego llevarlo a su venta.

1.2.6 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El proceso artesanal para la obtención de crema de aloe vera es el siguiente:

1. RECEPCION DE MATERIA PRIMA. Puesto que esta se adquiere diariamente, se debe hacer la recepción y almacenamiento en forma adecuada.
2. LAVADO DE MATERIA PRIMA. Previo a su tratamiento las hojas de ruda necesitan que se quiten las impurezas que generalmente adquieren en la plantación.
3. PESO DE MATERIA PRIMA (PESADO DE GLICERINA). Previo a la colocación de la materia prima a los recipientes se pesa la cantidad necesaria para la producción.
4. COCCIÓN DE GLICERINA. Se coloca en el recipiente la glicerina y se deja derretir a baño maría.
5. MEZCLA DE COMPONENTES. Una vez dosificado los componentes se procede a mezclar en el recipiente la glicerina la esencia de ruda y las hojas de ruda, se procede a batir hasta que se consigue una masa uniforme, con los componentes correctamente distribuidos.
6. SOLIDIFICACION DEL JABÓN EN MOLDES. Una vez mezclado adecuadamente los componentes se deja en reposo por un tiempo prudencial, según la cantidad, la mezcla para que pase a un estado sólido.
7. EMPACADO DE JABON. Una vez en estado sólido se procede a empacar el jabón de ruda para su almacenamiento.
8. ALMACENADO. Las unidades de 100 gramos del jabón se colocan adecuadamente a fin de que no sufran desperfectos antes de su comercialización.

PROCESO DE ELABORACION DE JABÓN DE ESENCIA DE RUDA



Elaboración: el Autor

CUADRO N° 28 FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA 80 JABONES .

	BEST BLUE **Loja- Ecuador**	
Operación: Producción	**Hoja N°** 1	**Resumen:** Flujograma de un proceso de 4 horas.
Producto: Jabón con esencia de ruda	**Diseñado por:** Bayron Sanchez	operación
Departamento: Producción		Transporte
Lote N°: 001		Inspección
Autorizado por: Gerencia	**Fecha:**	Demora
		Almacenamiento

ACTIVIDADES	**T**	**M**
1.Recepción de la materia Prima	30min	
2.Lavado de materia prima	15min	
3. Peso de materia prima (pesado de glicerina).	15 min	
4.Coccion de glicerina	30min	
5.Mezclado de componentes	15 min	
6.Secado del jabón,	30 min	
7.Empacado	60 min	
8.Almacenamiento	45 min	
TOTAL	**240 min**	**4horas**

Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: el Autor

1.2.7 DISEÑO ORGANIZACIONAL

I. **Razón Social.-** La empresa para la elaboración de Pinol tiene como razón social NUTURE.SANCHEZ.UERL.

II. **Tipo de organización Jurídica**.- La empresa adopta la organización unipersonal de responsabilidad limitada por la ventaja que este permite destinar el patrimonio del empresario del patrimonio de la empresa.

III. **Domicilio**.- La empresa queda su domicilio en la ciudad de Catacocha del cantón Paltas, provincia de Loja. Y por tanto se somete a las leyes vigentes en este domicilio

IV. **Duración.-** La empresa tiene un horizonte de duración de 10 años.

V. **Representante.-** El representante legal de la empresa será su gerente propietario.

VI. **Estructura Empresarial.-** La empresa contará con los siguientes niveles jerárquicos

VII. **Nivel Ejecutivo.-** Constituido por la gerencia de la empresa.

VIII. **Nivel Asesor.-** Se contara con asesoría jurídica ocasional para aspectos puntuales que requiere la organización

IX. **Nivel Auxiliar o de apoyo.-** conformado por la secretaria de la empresa, que a su vez es la secretaria de gerencia.

X. **Nivel Operativo.-** Conformado por los departamentos de finanzas, producción y mercadotecnia.

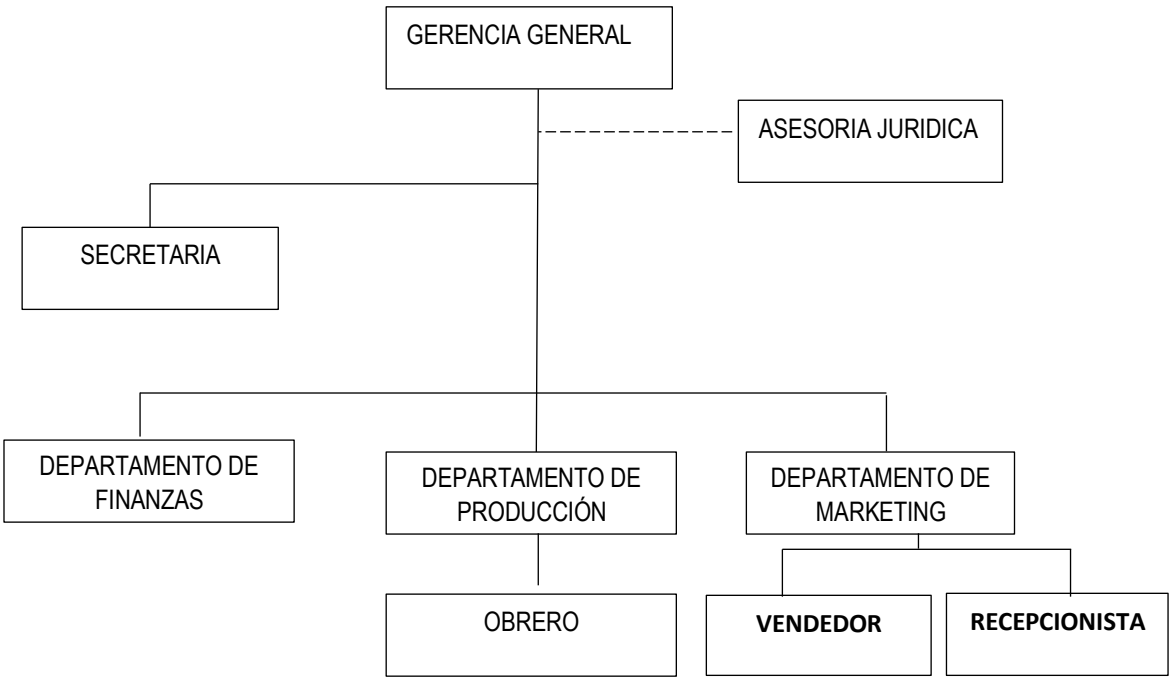
La función de contabilidad corresponde el departamento financiero sin embargo dicha función la asumiría la secretaria que se contrate para el efecto.

El departamento de producción laborará un obrero de los cuales realizara la función de jefe de producción.

La fuerza de ventas será compuesta exclusivamente en la fase inicial por el gerente de la empresa.

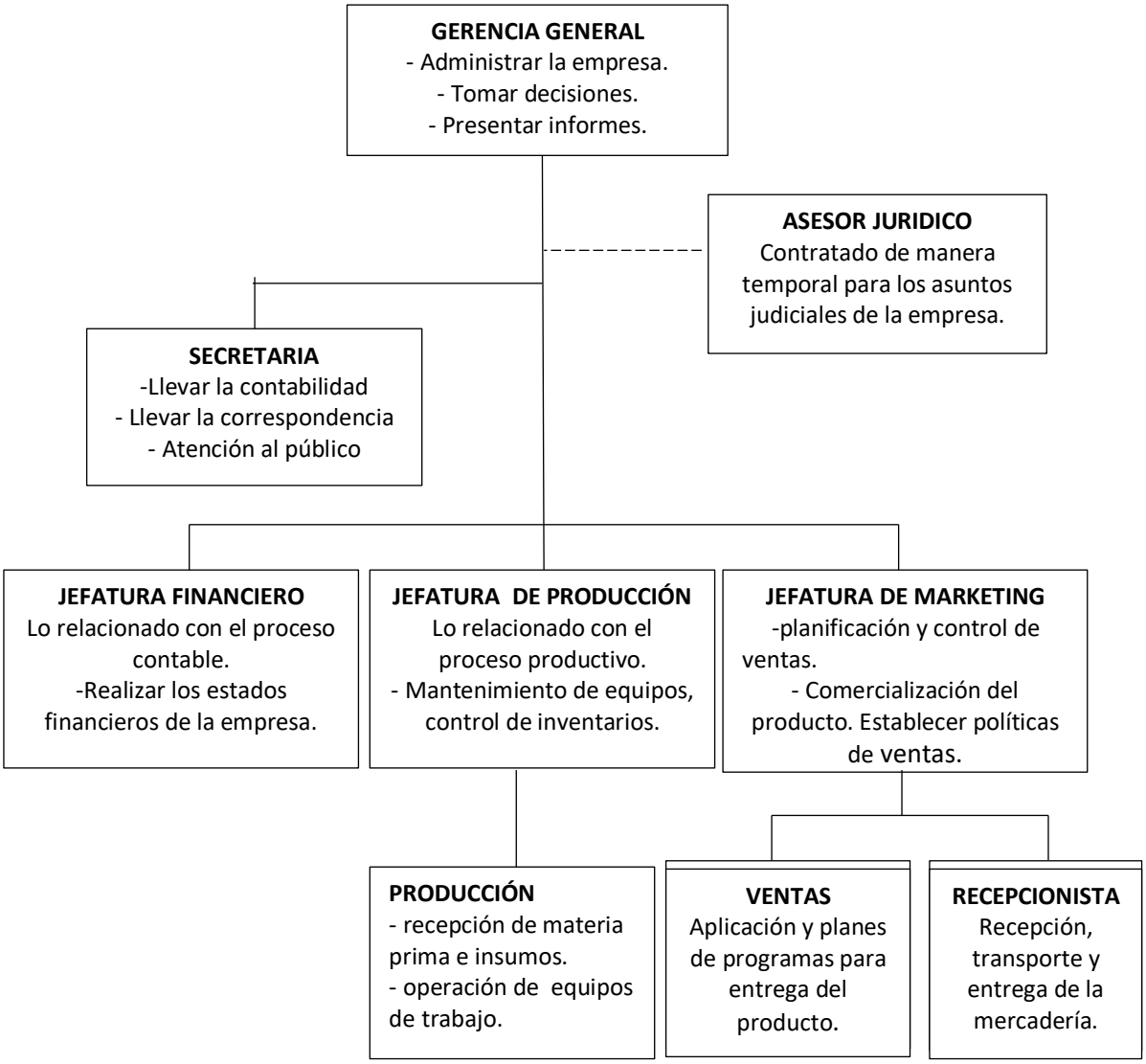
La representación de la empresa se la muestra en el cuadro siguiente:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA NATURE´S SAB EURL.



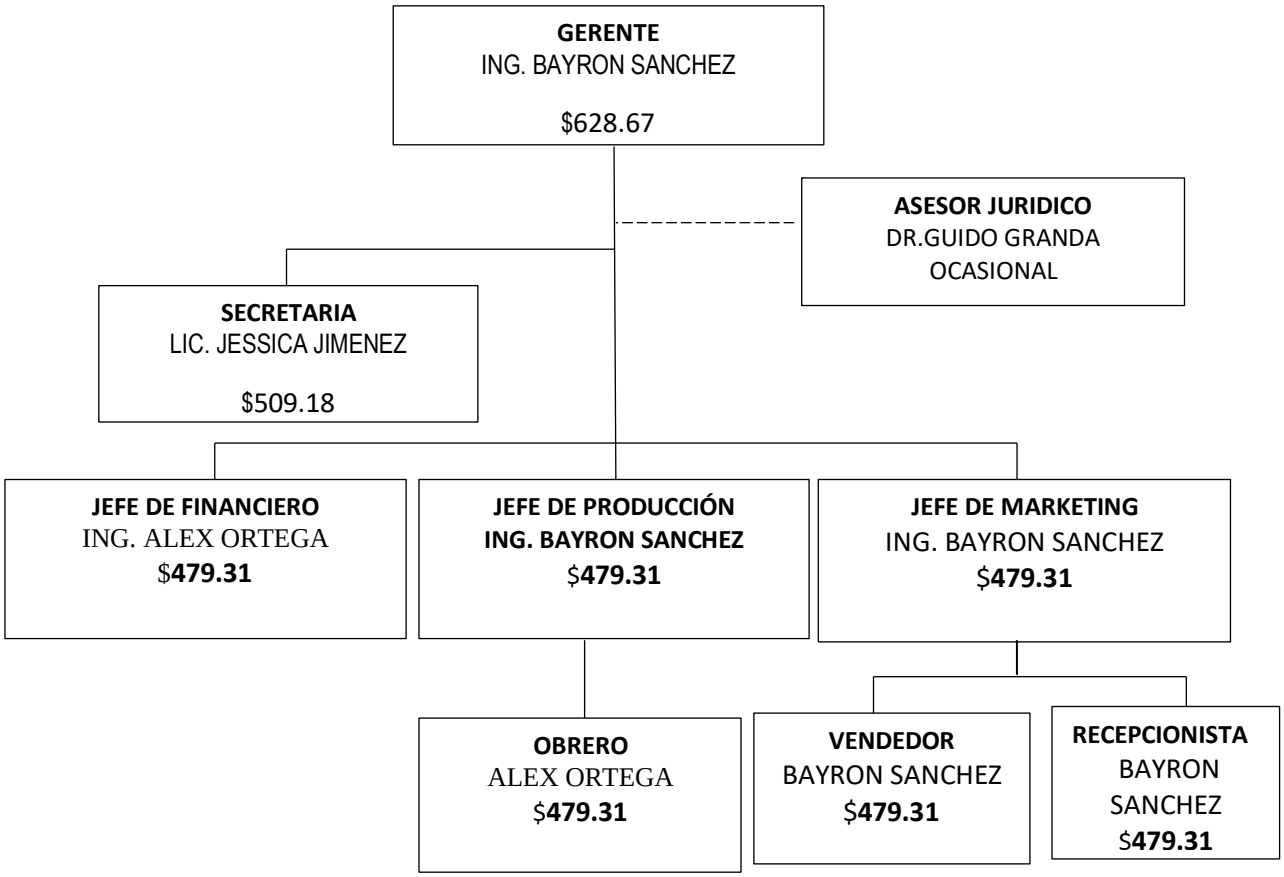
Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA NATURE´S SAB EURL.



Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA NATURE´S SAB EURL.



Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor

1.2.8 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES GERENTE

NATURE SANCHEZ
CÓDIGO: 01 **TÍTULO DEL PUESTO:** Gerente
DEPENDE DE. Directorio
SUPERVISA A: Todo el personal
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa**.**
FUNCIONES: • Planifica lo que va a realizar la empresa. • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas. • Ejecutar la planificación estratégica trazada. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Representar legalmente a la empresa. • Seleccionar al personal idóneo para que trabaje en la empresa. • Hacer cumplir la ley, los estatutos y las resoluciones de la junta general. • Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Ingeniero Comercial Experiencia: Dos años en funciones similares.

MANUAL DE FUNCIONES DE ASESOR JURÍDICO

NATRURE SANCHEZ

CÓDIGO: 02
TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: No aplica

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

FUNCIONES:
Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
Participar en procesos contractuales.
Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal.
Realizar los trámites legales de la empresa.
Preparar informes y dictámenes de tipo legal.
Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:
Responsabilidad en la legalización de documentos

REQUISITOS MÍNIMOS:
Instrucción Formal: Superior
Título: Abogado
Experiencia: Dos años en funciones similares

MANUAL DE FUNCIONES DE SECRETARIA/CONTADORA

NATRURE SANCHEZ.

CÓDIGO: 03
TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria / Contadora

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: No aplica

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

FUNCIONES:

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

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

REQUISITOS MÍNIMOS:
Instrucción Formal: Media
Título: Bachiller en secretariado
Experiencia: Un año en funciones similares

MANUAL DE FUNCIONES DE JEFE FINANCIERO

NATURE SANCHEZ

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe Financiero

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: Personal del departamento

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manejar correctamente el instrumental financiero contable, que le permite una adecuada administración de los recursos financieros en la empresa**.**

Funciones:

Elaboración de reportes financieros, de ventas y producción para la Gerencia General.

Elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa.

Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI.

Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la empresa

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Analítico y de rápida adaptación al cambio como capacidad para negociar y maximizar las utilidades de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Superior

Título: Ingeniero e Banca y Finanzas

Experiencia: Mínimo dos o tres años en funciones similares

Capacitación: Manejo de informática básica.

MANUAL DE FUNCIONES DE JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURE SANCHEZ

CÓDIGO: 05
TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Producción

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: Personal del departamento

NATURALEZA DEL TRABAJO:
Organizar y dar seguimiento a la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción.

Funciones:
Actualizar los sistemas contables de la empresa.
Responsabilidad sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa
Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo.
Controlar inventarios de materias primas e insumos.
Tratar con el Gerente sobre los planes a corto, medio y largo plazo para el progreso del área productiva.
Dar el mantenimiento adecuado a las máquinas supervisando y controlando esta actividad.
Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.
Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:
Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Superior
Título: Tecnólogo en industrias
Experiencia: Un año en labores a fines

MANUAL DE FUNCIONES DE OBRERO

NATURE SANCHEZ

CÓDIGO: 06
TÍTULO DEL PUESTO: Obrero de Producción

DEPENDE DE. Jefe de producción

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO:
Producción del jabón de esencia de ruda.

Funciones:
Ejecutar el cumplimiento del programa de producción.
Responsabilizarse de la herramienta que le sean suministradas para el desarrollo del trabajo.
Mantener maquinaria e instalaciones en óptimas condiciones operativas siguiendo las normas y los procedimientos de la empresa.
Trabajar en equipo con sus pares y colaboradores.
Liderar proyectos de mejoramiento continuo en el proceso productivo.
Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: No aplica

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Media
Título: Bachiller en cualquier especialidad
Experiencia: No indispensable

MANUAL DE FUNCIONES DE JEFE DE MARKETING

NATURE SANCHEZ

CÓDIGO: 07
TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Marketing

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: Personal del departamento

NATURALEZA DEL TRABAJO:
Generar ventas y pedidos para la empresa

Funciones:
Tomar pedidos.
Identificar posibles clientes.
Proporcionar información clara y efectiva.
Negociar condiciones de venta.
Lograr los objetivos y metas de ventas impuestos por la empresa.
Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes.
Otras tareas que le sean asignadas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:
El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración técnica y económica en el manejo de las operaciones comerciales

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Superior
Título: Ingeniero en marketing
Experiencia: Un año en funciones de venta

MANUAL DE FUNCIONES DE VENDEDOR

NATURE SANCHEZ.

CÓDIGO: 07
TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor

DEPENDE DE. Jefe de Marketing

SUPERVISA A: No aplica.

NATURALEZA DEL TRABAJO:
Generar ventas y pedidos para la empresa

Funciones:

Tomar pedidos.
Identificar posibles clientes.
Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes.
Otras tareas que le sean asignadas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:
El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración técnica y económica en el manejo de las operaciones comerciales

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Superior
Título: Ingeniero en marketing
Experiencia: Un año en funciones de venta

1.3 ESTUDIO FINANCIERO

1.3.1 INVERSIONES

Entendiendo por inversión la acción de desembolsar dinero, para adquirir bienes valores o servicios, los mismos que servirán para iniciar una actividad comercial con el fin de obtener una ganancia, se clasifican en activos fijos, diferidos y circulantes o capital de trabajo.

1.3.1.1 ACTIVOS FIJOS

Son bienes tangibles de larga duración que la empresa adquiere para utilizarlos a lo largo de la vida útil de cada bien, no están sujetos a transacciones comerciales pero si a depreciación.

A continuación se presenta en los cuadros los diferentes activos fijos que la Agencia utilizará para llevar a cabo sus actividades.

MAQUINARIA Y EQUIPO

Para la producción de jabon con esencia de Ruda se requiere de una tecnología avanzada misma que se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 29

MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
OLLA (GRANDE) ACERO INOXIDABLE	Unidad	2	102,00	204,00
COCINA INDUSTRIAL	Unidad	1	300,00	300,00
TOTAL				504,00
FUENTE: Almacenes Jaime Vivanco				
ELABORACION: El autor				

HERRAMIENTAS:

Los complementos para la efectiva participación de la maquinaria son los siguientes:

CUADRO N° 30

HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
RECIPIENTES GRANDES	Unidad	3	15,00	45,00
CUCHARONES	Unidad	2	5,00	10,00
BALANZA	Unidad	1	50,00	50,00
CILINDROS DE GAS	Unidad	1	56,00	56,00
MOLDES	Unidad	40	5,00	200,00
TOTAL				**361,00**
Fuente: Almacenes Jaime Vivanco				
Elaboración: El Autor				

MUEBLES Y ENSERES

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas con la función para las que fueron diseñadas.

CUADRO N° 31

MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
ESTANTERIAS	Unidad	1	115,00	115,00
MESAS DE TRABAJO (ACERO INOXIDABLE)	Unidad	1	300,00	300,00
BASUREROS	Unidad	2	12,50	25,00
ESCRITORIOS	Unidad	1	500,00	500,00
SILLAS GIRATORIAS	Unidad	1	42,00	42,00
SILLAS	Unidad	2	20,00	40,00
SILLON 3 ASIENTOS (RECEPCION	Unidad	1	70,00	70,00
ARCHIVADORES	Unidad	1	65,00	65,00
TOTAL				**1157,00**
Fuente: Almacenes Jaime Vivanco				
Elaboración: El Autor				

EQUIPO DE CÓMPUTO

Son los equipos de informática necesarios para llevar a cabo las tareas administrativas.

CUADRO N° 32

EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
COMPUTADORA PENTIUM 4 ICORE5	Unidad	2	475,00	950,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	Unidad	1	250,00	250,00
TOTAL				**1.200,00**
FUENTE: Electrocompu				
ELABORACION: El autor				

EQUIPO DE OFICINA

Son los implementos que se necesitan para la puesta en marcha de las actividades administrativas y operativas de la Agencia de empleos.

CUADRO N° 33

EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICNA				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
COPIADORA	Unidad	1	500,00	500,00
SUMADORA	Unidad	1	45,00	45,00
TOTAL				**545,00**
FUENTE: Electrocompu				
ELABORACION: El autor				

CUADRO N° 34

RESUMEN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	COSTO
MAQUINARIA	504,00
HERRAMIENTAS	361,00
MUEBLES Y ENSERES	1.157,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.200,00
EQUIPO DE OFICINA	545,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**3.767,00**

Fuente: cuadro 29 al 33
Elaboración: El autor.

1.3.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Son valores que en un corto tiempo se transforman en gastos, constituidos por los servicios necesarios para ejecutar el proyecto, son desembolsos que la empresa realiza para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la misma. Entre ellos tenemos los siguientes:

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

CUADRO N° 35

ESTUDIOS PRELIMINARES

ESTUDIOS PRELIMINARES				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
ESTUDIOS PREVIOS	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL				**1.500,00**
FUENTE: Profesionales en administración de empresas				
ELABORACION: El autor				

REGISTRO SANITARIO: Para la distribución del producto es necesario obtener el registro sanitario el cual se detalla a continuación:

CUADRO N° 36
REGISTRO SANITARIO

REGISTRO SANITARIO				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
REGISTRO SANITARIO	Unidad	1	500,00	500,00
TOTAL				**500,00**
FUENTE: Instituto Izquierdo Perez				
ELABORACION: El autor				

REGISTRO DE MARCAS Y PANTENTE DE FUNCIONAMIENTO: Son necesarias para la legalización de la empresa, en la cantón Paltas.

CUADRO N° 37
REGISTRO DE MARCAS Y PANTENTE DE FUNCIONAMIENTO

REGISTRO DE MARCAS Y PANTENTE DE FUNCIONAMIENTO				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
PATENTES	Unidad	1	100,00	100,00
REGISTRO MARCA (IEPI)	Unidad	1	50,00	50,00
TOTAL				**150,00**
FUENTE: IEPI, MUNICIPIO, MINISTERIO DE SALUD				
ELABORACION: El autor				

GASTOS ORGANIZATIVO: Son gastos necesarios para la operación de la empresa y que se detallan a continuación:

CUADRO N° 38
GASTOS ORGANIZATIVOS

GASTOS ORGANIZATIVOS				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
ORGANIZACIÓN DE TRABAJO	Unidad	1	500,00	500,00
TOTAL				**500,00**
FUENTE: Instituto Izquierdo Perez				
ELABORACION: El autor				

CUADRO N° 39

RESUMEN ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS	COSTO
ESTUDIOS PRELIMINARRES	1.500,00
REGISTRO SANITARIO	500,00
REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES	150,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	500,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.650,00**

Fuente: cuadro del 34 al 38

1.3.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

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

MATERIA PRIMA DIRECTA: Constituida por los productos indispensables para la elaboración de jabón con esencia de ruda, la información se presenta el cuadro siguiente:

CUADRO N° 40
MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIA PRIMA DIRECTA				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
GLICERINA	KILO	0.5	1	0,5
ESENCIA DE RUDA	GRAMOS	0.5	1	0,5
HOJAS DE RUDA	ONZAS	0.75	0,05	0,0375
TOTAL				**1,0375**
Fuente: Almacenes Jaime Vivanco				
Elaboración: El Autor				

3.467 CANTIDAD MENSUAL
3.596,67 VALOR MENSUAL

41.600 CANTIDAD ANUAL
43.160 VALOR ANUAL

MATERIA PRIMA DIRECTA: Constituida por los productos complementarios para la elaboración de jabón con esencia de ruda, la información se presenta el cuadro siguiente:

CUADRO N° 41
MATERIA PRIMA INDIRECTA

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
ACTIVO	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
CARTON PARA LA VENTA	UNIDAD	3.500	0,1	350,00
FUNDAS DE 100 GRAMOS	CENTENAS	50	1	50,00
GAS LIQUIADO DE PRETROLEO	UNIDAD	2	2,25	4,50
TOTAL				**404,50**
Fuente: Almacenes Jaime Vivanco				
Elaboración: El Autor				

4.854 V.A

MANO DE OBRA DIRECTA: compuesto por un trabajador, que laborará en la planta, y el cual se detalla continuación:

CUADRO N° 42
MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA	
COMPONENTE	**COSTO**
REMUNERACION BASICA	386,00
DECIMO TERCERO	32,17
DECIMO CUARTO	32,17
APORTE IEES 11.15%	43,04
TOTAL SUELDO MOD	**493,37**

5.920,46

VALORANUAL

Fuente: Ministerio de trabajo.
Elaboración: El autor.
El valor mensual para el obrero es de 493,31 y el valor anual por este concepto es de 5.929,46

AGUA POTABLE:

CUADRO N° 43

AGUA POTABLE

AGUA POTABLE				
DESCRIPCION	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
AGUA POTABLE	M3	20	0,45	9,00
TOTAL				**9,00**
Fuente: GAD PALTAS				**108,00 V. A**
Elaboración: El Autor				

El costo total de agua potable en el área de producción asciende a $9,00 mensuales y el valor anual por este concepto es de 108,00.

CUADRO N° 44

ENERGIA ELECTRICA

ENERGIA ELECTRICA				
DESCRIPCION	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
ENERGIA ELECTRICA	KW/h	120	0,18	21,60
TOTAL				**21,60**
Fuente: GAD PALTAS				**159,20 V.A.**
Elaboración: El Autor				

El costo mensual por energía eléctrica es de $21,60 y el valor anual por este concepto es de $159,20.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, entre estos tenemos:

REMUNERACIONES: Constituye los valores a pagar al personal de apoyo logístico de la empresa sus valores se detallan en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 45
REMUNERACIONES

RUBRO/ PUESTO	GERENTE	SECRETARIA/CONTADORA	ASESOR JURIDICO
REMUNACION BASICA	500,00	400,00	
DECIMO TERCERO	41,67	33,33	
DECIMO CUARTO	31,25	31,25	
APORTE PATR. 11.15%	55,75	44,60	
TOTAL	628,67	509,18	600,00

Fuente: ministerio de Trabajo.
Elaboración: el autor

1.137,85	V. MENSAL
x12	
13.654,20	
600,00	AS. JURID.
14.254,20	V. ANUAL

El valor mensual necesario por remuneraciones asciende a $1.136,85**,** que proyectado al año tenemos un valor de $13.654,20, este valor constituye a las remuneraciones de Gerente y Secretaria-Contadora. Si a esto se le suma el valor de $600,00 presupuestados para el asesor jurídico, se tiene el presupuesto anual para gastos administrativos de $14.254,20.

UTILES DE OFICINA: La empresa tiene que incurrir en estos gastos necesariamente, para su normal funcionamiento en el área administrativa, como son:

CUADRO N° 46

UTILES DE OFICINA

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ESFEROGRAFICO	DOCENA	1	4,80	4,80
PAPEL BOND	RESMAS	2	3,50	7,00
PREFORADORAS	UNIDAD	2	5,00	10,00
CARPETAS	UNIDAD	6	2,00	12,00
GRAPADORA	UNIDAD	2	5,00	10,00
SOBRE MANILA	DOCENA	2	2,00	4,00
FACTURA	CIENTOS	4	5,00	20,00
TINTA	LITROS	2	15,00	30,00
GRAPAS	CAJA	2	1,50	3,00
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	100,80
			VALOR ANUAL TRIM.L	403,20

Fuente: Almacenes Jaime Vivanco
Elaboración: El Autor
El costo anual para útiles de oficina asciende a $403,20.

SUMINISTRO DE OFICINA: Estos gastos son necesarios para mantener la oficina en las inmejorables condiciones de higiene, para ello se adquirirá lo siguiente:

CUADRO N° 47
UTILES DE ASEO Y SEGURIDAD

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DESIFENTANTES	GALON	1	5,60	5,60
ESCOBAS	UNIDAD	2	2,50	5,00
TRAPIADOR	UNIDAD	2	2,95	5,90
FRANELA	UNIDAD	4	2,00	8,00
PAPEL HIGIENICO	PAQUETE	3	1,90	5,70
TOALLAS	UNIDAD	4	3,00	12,00
BOTES PARA BASURA	UNIDAD	2	5,00	10,00
FUNDAS PARA BASURA	PAQUETE	6	1,50	9,00
AMBIENTADOR	UNIDAD	2	1,00	2,00
GUANTES	PARES	2	1,80	3,60
MASCARILLAS	CAJA	1	1,00	1,00
GORROS	CAJA	1	1,50	1,50
RECOGEDORES BASURA	UNIDAD	2	2,00	4,00
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	**73,30**
			VALOR ANUAL	**879,60**

Fuente: Almacenes Jaime Vivanco
Elaboración: El Autor
El valor anual por este concepto asciende a $879,60

AGUA POTABLE
CUADRO N°48
AGUA POTABLE

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AGUA POTABLE	M3	15	0,45	6,75
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	**6,75**
			VALOR ANUAL	**81,00**

Fuente: Gad Paltas
Elaboración: El autor
El valor anual por este concepto asciende a $81,00

CUADRO N° 49
ENERGIA ELECTRICA

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LUZ ELECTRICA	kw/h	144	0,18	25,92
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	**25,92**
			VALOR ANUAL	**311,04**

Fuente: EERSSA
Elaboración: El auto
El valor anual por este concepto asciende a $311,04

CUADRO N° 50
TELEFONO

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TELEFONO	MINUTOS	400	0,10	40,00
TOTAL				**40,00**
			VALOR ANUAL	**480,00**

Fuente: CNT
Elaboración: El autor
El valor anual por este concepto asciende a $480,00

CUADRO N° 51
INTERNET

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INTERNET	MEGAS	1	20,00	20,00
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	**20,00**
			VALOR ANUAL	**240,00**

Fuente: CNT
Elaboración: El autor
El valor anual por este concepto asciende a $240,00

ARRIENDO: la empresa para su funcionamiento arrendará un local ya adecuado para sus operaciones.

CUADRO N° 52
ARRIENDO

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ARRIENDO	UNIDAD	1	200,00	200,00
TOTAL			**VALOR MENSUAL**	**200,00**
			VALOR ANUAL	**2.400,00**

Fuente: Investigación.

Elaboración: El autor

El valor anual por este concepto asciende a $2.400,00

CUADRO N° 53

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.137,85	14.254,20
UTILES DE OFICINA	100,8	403,2
SUMINISTRO DE ASEO DE SEGURIDAD	73,3	879,6
AGUA POTABLE	6,75	81,00
ENERGIA ELECTRICA	25,92	311,04
TELEFONO	40,00	480,00
INTERNET	20,00	240,00
ARRIENDO	200,00	2,400,00
TOTAL GAS. ADM.	**1.604,62**	**19.049,04**

Fuente: cuadros del 43 al 53

Elaboración: El autor

GASTOS DE VENTAS

Constituye los valores a pagar para colocar el producto al mercado.

CUADRO N° 54

MATERIAL DE EMBALAJE

RUBRO	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CARTON	UNIDAD	850	0,10	85,00
FUNDA EMBALAJE	UNIDAD	850	0,25	212,50
TOTAL			**VALOR ANUAL**	**297,50**

Fuente: distribuidora Ecomax

Elaboración: El autor

El valor anual por este concepto asciende a $297,00

CUADRO N° 55

PUBLICIDAD

MATERIAL	U. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PRENSA ESCRITA	**ESPACIOS**	**18**	**25,00**	**450,00**
TRIPTICOS	CIENTO	10	5,00	50,00
TOTAL			**VALOR ANUAL**	**500,00**

Fuente: La Hora

Elaboración: El autor

El valor anual por este concepto asciende a $500,00

CUADRO N° 56
RESUMEN TOTAL DE GASTOS DE VENTAS

DETALLE	COSTO ANUAL
MATERIAL DE RECICLAJE	297,50
PUBLICIDAD	500,00
TOTAL	**797,50**

Fuente: Cuadros 54 y 55
Elaboración: El autor

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro N°57

COSTO DE PRODUCCIÓN	**VALOR**
MATERIA PRIMA DIRECTA	3.596,67
MATERIA PRIMA INDIRECTA	404,50
MANO DE OBRA DIRECTA	493,37
AGUA POTABLE	9,00
ENERGIA ELECTRICA	21,60
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	**4.525,14**
COSTO DE OPERACIÓN	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
REMUNERACIONES	1.137,85
UTILES DE OFICINA	100,80
SUMINISTRO DE OFICINA	73,30
AGUA POTABLE	6,75
ENERGIA ELECTRICA	25,92
SERVICIO DE TELEFONIA	40,00
INTERNET	20,00
ARRIENDO	200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**1.604,62**
GASTOS DE VENTAS	
MATERIAL DE EMBALAJE	297,50
PUBLICIDAD	500,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	**797,50**
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	**4.525,14**
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**1.604,62**
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	**797,50**
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	**6.927,26**
RESUMEN DE LA INVERSION	
RUBRO	VALOR
ACTIVOS FIJOS	3.767,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2.650,00
CAPITAL DE TRABAJO	6.927,26
INVERSION TOTAL	**13.344,26**

Fuente: la Investigación

Elaboración: el autor

1.3.2 FINANCIAMIENTO:

De acuerdo con las posibilidades de inversión la empresa recurrirá al financiamiento interno y externo, el financiamiento externo se lo hará mediante crédito productivo a través de Ban Ecuador con una tasa de interés del 15% con abonos semestrales y con un plazo de 5 años. El monto a financiar es de $10.000, el capital propio es de $ 3.344,26 será aportado por el inversionista, la información se detalla en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 57

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	**MONTO**	**PORCENTAJE**
CAPITAL PROPIO	3.344,26	25,06%
CREDITO BAN ECUADOR	10.000,00	74,94%
TOTAL DE INVERSION	13.344,26	**100%**
FUENTE: BAN ECUADOR		
ELABORACION: AL AUTOR		

ANALISIS DE COSTOS

En esta parte del estudio se realiza un análisis pormenorizado de lo que implica la etapa operativa durante el ejercicio esto implica calcular un detalle del costo de operación.

Costo de Producción**:** se incluye los valores de las cuentas considerando en el capital de trabajo más las correspondientes depreciaciones.

MATERIA PRIMA DIRECTA:

El valor anual para producir 41.600 unidades de jabón, tenemos el valor de $ 43.160,00.

MATERIA PRIMA INDIRECTA:

El valor anual para producir 41.600 unidades de jabón, tenemos el valor de $ 4.854,00.

MANO DE OBRA DIRECTA:

El valor anual por este concepto de este concepto asciende a $ 5.920,47

AGUA POTABLE:

El valor anual por este concepto asciende a $ 108,00

ENERGIA ELECTRICA

El valor anual por este concepto asciende a $ 259,20.

DEPRECIACIONES

DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO

De acuerdo a lo que establece el SRI en la ley de régimen tributario esta clase de activo se deprecia el 10% anual con ello se tiene:

CUADRO N° 58

DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO

ACTIVO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
MAQ. Y EQUIPO	10	10	504,00	50,40	0,00

Fuente: SRI
Elaboración: el autor.
La depreciación anual de maquinaria y equipo es de $ 50,40

DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS.

Este activo tiene el mismo tratamiento que la maquinaria y equipo; se demuestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 59
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

ACTIVO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
HERRAMIENTAS	10	10	361,00	36,10	0,00

Fuente: SRI
Elaboración: el autor.
La depreciación anual de herramientas es de $ 50,40

CUADRO N° 60
RESUMEN COSTO DE OPERACIÓN

RUBRO	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	43.160,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	4.854,00
MANO DE OBRA DIRECTA	5.920,47
AGUA POTABLE	108,00
ENERGIA ELECTRICA	259,20
DEPR. MAQUINARIA Y EQUIPO	50,40
DEPR. HERRAMIENTAS	36,10
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	**54.388,17**

Fuente: Cuadro de activos
Elaboración: el autor.

COSTO DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS

REMUNERACIÓN; El valor anual por este concepto asciende a $ 14.250,20

UTILES DE OFICINA; El valor anual por este concepto asciende a $ 403,20.

SUMINISTRO DE LIMPIEZA; El valor anual por este concepto asciende a $ 879,60

AGUA POTABLE; El valor anual por este concepto asciende a $ 81,00

ENERGIA ELECTRICA; El valor anual por este concepto asciende a $ 311,04.

SERVICIO DE TELEFONIA; El valor anual por este concepto asciende a $ 480,00

SERVICIO DE INTERNET; El valor por este concento asciende a $ 240,00

ARRIENDO; El valor anual por este concepto asciende a $ 2.400,00

DEPRECIAICON DE EQUIPO DE OFICINA

De acuerdo al SRI se deprecia el 10% anual por tanto se tiene:

CUADRO N° 61
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA

ACTIVO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
EQUIPO DE OFICINA	10	10	545,00	54,50	0,00

Fuente: SRI
Elaboración: el autor:
El valor anual de depreciación es de $ 54,50

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

Como en el cuadro anterior el SRI establece una depreciación anual del 10%

CUADRO N° 62
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES

ACTIVO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
MUEBLES Y ENSERES	10	10	1.157,00	115,70	0,00

Fuente: SRI
Elaboración: el autor

El valor anual de depreciación de muebles y enseres es de $ 115,50

DEPRECIAICÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

De acuerdo al SRI este activo tiene como vida útil 3 años.

CUADRO N° 63
DEPRECIACION DE EQUIPO DE CÓMPUTO

ACTIVO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
EQUIPO DE COMPUTO	10	3	1.200,00	400,00	0,00

Fuente: SRI
Elaboración: el autor.
El valor anual por este concepto asciende a $ 400,00

Puesto que este equipo tiene una vida útil inferior al horizonte del proyecto para los años posteriores se debe realizar las reinversiones correspondientes.

REINVERSION

ACTIVO	AÑO 1-3	AÑO 4-6	AÑO 7-10
EQUIPO DE COMPUTO	1.200,00	1.400,00	1.600,00

Fuente: SRI

CUADRO N° 64
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

RUBRO	VALOR ANUAL
REMUNERACIONES	14.254,20
UTILES DE OFICINA	403,20
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	879,60
AGUA POTABLE	81,00
ENERGIA ELECTRICA	311,04
SERVICIO DE TELEFONIA	480,00
INTERNET	240,00
ARRIENDO	2.400,00
DEPREC. EQUIPO DE OFICINA	54,50
DEPREC. MUEBLES Y ENSERES	115.70
DEPREC. EQUIPO DE COMPUTO	400,00
TOTAL COSTO ADMINISTRATIVO	**19.619,24**

Fuete: Cuadros anteriores de gastos administrativos.
Elaboración: el autor.

GASTOS DE VENTAS

Para calcular su valor total se incluye lo correspondiente a depreciaciones.

MATERIAL DE EMBALAJE; El valor anual por este concepto es de $ 297,00

PUBLICIDAD; El valor anual por este concepto es de $ 500,00

CUADRO N° 65
RESUMEN GASTOS DE VENTAS

RUBRO	VALOR ANUAL
MATERIAL DE EMBALAJE	297,50
PUBLICIDAD	500,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**797,50**

Fuentes: material de embalaje y publicidad.
Elaboración: el autor

GASTOS FINANCIEROS

Puesto que la inversión en parte si financia con aporte de terceros esto da origen a los gastos financieros entre ellos los intereses.

INTERESES SOBRE CRÉDITO.

Esto cuando surge en compensación al uso de dinero, los valores anuales son diferentes y dependen del método de cálculo que utilice la institución aportante del dinero en el cuadro siguiente se presenta en la tabla de referencia sobres los valores anuales.

Plazo: 5 años Tasa: 15% Amortización: semestral Monto: 10.000

AÑO	SEMETRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN CAPITAL	INTERESES	PAGO SEMESTRAL	PAGO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	10.000,00	1.000,00	750,00	1.750,00		9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00	675,00	1.675,00	3.425,00	8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	600,00	1.600,00		7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00	525,00	1.525,00	3.125,00	6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	450,00	1.450,00		5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00	375,00	1.375,00	2.825,00	4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	300,00	1.300,00		3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00	225,00	1.225,00	2.525,00	2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	150,00	1.150,00		1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00	75,00	1.075,00	2.225,00	-

Fuente: Ban Ecuador
Elaboración: el autor.
I= K*n*i
I= 10.000*0,5*0,15

I= 750 $n = \frac{T}{100} = \frac{15}{100} = 0{,}15$ $n = \frac{6}{12} = 0{,}5$

El valor a pagar por gasto financiero en el primer año es de $ 1425 los valores de los años restantes se encuentra en la tabla anterior que antecede.

OTROS GASTOS.

Se incluye los valores correspondientes en la amortización.

AMORTIZACIÓN DE CAPITAL.

Conforme se detalla en la tabla de amortización anterior la amortización anual por el crédito es de 2000.

AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO.

De acuerdo con el sistema del SRI este activo se amortiza en un periodo de 5 años, en nuestro caso el plazo de amortización estimado es de 5 años, por lo tanto la amortización es de $530,00

$n = \frac{ACT.DIFER.}{5} = \frac{2{,}650.00}{5} = 530{,}00$

Una vez clasificado las cuentas se calcula el costo total de producción a base de la siguiente formula:

CTP= CP + CO (GA+GV+GF+OG)

CTP= 54.388,17 + (19.619,24 + 797.5+ 1425+ 2.530,00)

CTP= 54.388,17+ 24.371,74

CTP= **78.759,91**

El costo total de producción para el primer año es de $ **78,759.91** con un volumen de producción de 41.600 jabones de ruda.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Permite conocer el costo real por cada unidad producida del producto terminado para ello se realiza la siguiente formula:

$$CVP = \frac{CTP}{\#VP} = \frac{78.759{,}91}{41{,}600} = 1{,}89$$

Costo de producción por cada unidad producida es de 1,89

1.3.3 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Toda la propuesta de inversión dentro del horizonte dentro de su horizonte contempla 3 fuentes de ingresos que son:

1. Ventas.
2. Valor Residual.
3. Otros Ingresos.

Los ingresos por ventas entran en función de las unidades vendidas y el precio de venta.

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

El precio de venta al público responde a las política de la empresa haya determinado, siguiendo los mecanismos usados que son precios sugeridos, precios regulados, utilidad sobre el costo.

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

En este caso la política de la empresa determina que el precio de venta al público se calcula agregando un 10% de utilidad sobre el costo unitario de producción, precio de vena por el primer año se lo obtiene de la siguiente formula:

PVP= CUP+MARGEN DE UTILIDAD

PVP= 1,89 + 10%

PVP= 1,89 + 0,19

PVP= 2,08

1.3.4 PRESUPUESTO

Para valorar la inversión y su rendimiento en necesario proyectar los costos y los ingresos para el horizonte del proyecto tomando en consideración la evolución de variables que marcan los cambios en l+os precios de bienes y servicios, en este caso la inflación.

En esta empresa se estima un incremento anual del 5.01% en los costos y para los ingresos se mantiene la política del 10% como margen de utilidad.

Presupuesto de costos

Como se indica anteriormente este presupuesto contempla el incremento del 5.01% anual a los componentes sujetos a variación de tal forma el presupuesto tal como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 66
PRESUPUESTO

DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCION										
Materia Prima Directa	43.160,00	45.749,60	48.494,58	51.404,25	54.488,51	57.757,82	61.223,28	64.896,68	68.790,48	72.917,91
Materia Prima Indirecta	4.854,00	5.145,24	5.453,95	5.781,19	6.128,06	6.495,75	6.885,49	7.298,62	7.736,54	8.200,73
Mano de Obra Directa	5.920,47	6.275,70	6.652,24	7.051,37	7.474,45	7.922,92	8.398,30	8.902,19	9.436,33	10.002,51
Agua Potable	108,00	114,48	121,35	128,63	136,35	144,53	153,20	162,39	172,14	182,46
Energia Electrica	259,20	274,75	291,24	308,71	327,23	346,87	367,68	389,74	413,13	437,91
Depreciacion Maq. Y Equip	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40
Depreciacion Herramientas	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**54.388,17**	**57.646,27**	**61.099,85**	**64.760,66**	**68.641,10**	**72.754,38**	**77.114,45**	**81.736,13**	**86.635,11**	**91.828,03**
COSTO DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRACION										
Remuneraciones	14.254,20	15.109,45	16.016,02	16.976,98	17.995,60	19.075,34	20.219,86	21.433,05	22.719,03	24.082,17
Utiles de oficina	403,20	427,39	453,04	480,22	509,03	539,57	571,95	606,26	642,64	681,20
Suministro de aseo y seguridad	879,60	932,38	988,32	1.047,62	1.110,47	1.177,10	1.247,73	1.322,59	1.401,95	1.486,07
Agua Potable	81,00	85,86	91,01	96,47	102,26	108,40	114,90	121,79	129,10	136,85
Energia Electrica	311,04	329,70	349,48	370,45	392,68	416,24	441,22	467,69	495,75	525,50
Servicio de Telefonia	480,00	508,80	539,33	571,69	605,99	642,35	680,89	721,74	765,05	810,95
Internet	240,00	254,40	269,66	285,84	302,99	321,17	340,44	360,87	382,52	405,47
Arriendo	2.400,00	2.544,00	2.696,64	2.858,44	3.029,94	3.211,74	3.404,45	3.608,71	3.825,24	4.054,75
Depr. Equipo y Oficina	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50
Depr. Muebles y Enseres	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70
Depr. Equipo de Comp.	400,00	400,00	400,00	466,67	466,67	466,67	533,33	533,33	533,33	600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**19.619,24**	**20.762,18**	**21.973,70**	**23.324,58**	**24.685,84**	**26.128,78**	**27.724,96**	**29.346,25**	**31.064,81**	**32.953,15**
GASTOS DE VENTAS										

Material de Embalaje	297,50	315,35	334,27	354,33	375,59	398,12	422,01	447,33	474,17	502,62
Publicidad	500,00	530,00	561,80	595,51	631,24	669,11	709,26	751,82	796,92	844,74
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**797,50**	**845,35**	**896,07**	**949,84**	**1.006,83**	**1.067,23**	**1.131,27**	**1.199,15**	**1.271,09**	**1.347,36**
GASTOS FINANCIEROS										
INTERESES	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS FINACIEROS	**1.425,00**	**1.125,00**	**825,00**	**525,00**	**225,00**	-	-	-	-	-
OTRO GASTOS										
Amorticacion de Capital	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	-	-	-	-	-
Amortizacion Activos Diferidos	530,00	530,00	530,00	530,00	530,00	-	-	-	-	-
TOTAL OTROS GASTOS	**2.530,00**	**2.530,00**	**2.530,00**	**2.530,00**	**2.530,00**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	**24.371,74**	**25.262,53**	**26.224,77**	**27.329,41**	**28.447,67**	**27.196,01**	**28.856,23**	**30.545,39**	**32.335,90**	**34.300,51**
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	**78.759,91**	**82.908,80**	**87.324,63**	**92.090,07**	**97.088,77**	**99.950,40**	**105.970,68**	**112.281,52**	**118.971,01**	**126.128,54**

Fuente: activos fijos, variables y capital de trabajo.
Elaboración: el autor.

Tomando como referente una producción de 41.600 jabones de esencia de ruda, con una inversión de 13.344,26, con un crédito de $10.000,00 dólares a una tasa de interés del 15% anual con pagos semestrales; se considera un incremento anual del 5.01% en costos, y en cuanto a los ingresos se estima incrementar el precio cada año. La inversión es realizada por un inversionista, de $3.344.26

CUADRO N°67
INGRESOS ANUALES

Costo total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	78.759,91	82.908,80	87.324,63	92.090,07	97.088,77	99.950,40	105.970,68	112.281,52	118.971,01	126.128,54
Costo Unitario	1,89	1,99	2,10	2,21	2,33	2,40	2,55	2,70	2,86	3,03
Margen Utilidad	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25	0,27	0,29	0,30
Precio Venta	2,08	2,19	2,31	2,44	2,57	2,64	2,80	2,97	3,15	3,34
Precio Ajustado	2,10	2,20	2,30	2,45	2,55	2,65	2,80	3,00	3,15	3,30
Cantidad vendida	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00	41.600,00
Ingreso Ventas	87.360,00	91.520,00	95.680,00	101.920,00	106.080,00	110.240,00	116.480,00	124.800,00	131.040,00	137.280,00

Fuente: Investigación del proyecto.
Elaboración: El autor.

1.3.5 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que representa los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa. Para establecer el estado de pérdidas y ganancias se debe considerar el ingreso total anual por concepto de ventas, del que se deduce los costos de producción, operación, el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, la deducción del 25% del pago de impuesto a la renta y 10% reserva legal.

CUADRO N° 68

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

INGRESOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
VENTAS	87.360,00	91.520,00	95.680,00	101.920,00	106.080,00	110.240,00	116.480,00	124.800,00	131.040,00	137.280,00
(+) VALOR RESIDUAL			-	-	-	-	-	-	-	1.200,00
(+) OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESOS	**87.360,00**	**91.520,00**	**95.680,00**	**101.920,00**	**106.080,00**	**110.240,00**	**116.480,00**	**124.800,00**	**131.040,00**	**138.480,00**
EGRESOS										
COSTO DE PRODUCCION	54.388,17	57.646,27	61.099,85	64.760,66	68.641,10	72.754,38	77.114,45	81.736,13	86.635,11	91.828,03
COSTO DE OPERACIÓN	24.371,74	25.262,53	26.224,77	27.329,41	28.447,67	27.196,01	28.856,23	30.545,39	32.335,90	34.300,51
TOTAL DE EGRESOS	**78.759,91**	**82.908,80**	**87.324,63**	**92.090,07**	**97.088,77**	**99.950,40**	**105.970,68**	**112.281,52**	**118.971,01**	**126.128,54**
UTILIDAD BRUTA	**8.600,09**	**8.611,20**	**8.355,37**	**9.829,93**	**8.991,23**	**10.289,60**	**10.509,32**	**12.518,48**	**12.068,99**	**12.351,46**
(-) 15% UTILIDAD TRABAJADORES	1.290,01	1.291,68	1.253,31	1.474,49	1.348,68	1.543,44	1.576,40	1.877,77	1.810,35	1.852,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	**7.310,08**	**7.319,52**	**7.102,07**	**8.355,44**	**7.642,54**	**8.746,16**	**8.932,92**	**10.640,71**	**10.258,64**	**10.498,74**
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	1.827,52	1.829,88	1.775,52	2.088,86	1.910,64	2.186,54	2.233,23	2.660,18	2.564,66	2.624,69
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	**5.482,56**	**5.489,64**	**5.326,55**	**6.266,58**	**5.731,91**	**6.559,62**	**6.699,69**	**7.980,53**	**7.693,98**	**7.874,06**
(-) 10% RESERVA LEGAL	548,26	548,96	532,66	626,66	573,19	655,96	669,97	798,05	769,40	787,41
UTILIDAD LIQUIDA	**4.934,30**	**4.940,68**	**4.793,90**	**5.639,92**	**5.158,72**	**5.903,66**	**6.029,72**	**7.182,48**	**6.924,58**	**7.086,65**

Fuente: Presupuesto.

Elaboración: el autor**.**

1.3.6 CLASIFICACION DE COSTOS

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

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

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

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 10
Materia Prima Directa	43.160,00	72.917,91
Materia Prima Indirecta	4.854,00	8.200,73
Agua Potable	108,00	182,46
Energía Eléctrica	259,20	437,91
TOTAL COSTOS VARIABLES	**48.381,20**	**81.739,02**
COSTOS FIJOS		
Depreciación Maq. Y Equip	50,40	50,40
Depreciación Herramientas	36,10	36,10
Depr. Equipo y Oficina	54,50	54,50
Depr. Muebles y Enseres	115,70	115,70
Depr. Equipo de Comp.	400,00	600,00
Mano de Obra Directa	5.920,47	10.002,51
Remuneraciones	14.254,20	24.082,17
Útiles de oficina	403,20	681,20
Suministro de aseo y seguridad	879,60	1.486,07
Agua Potable	81,00	136,85
Energía Eléctrica	311,04	525,50
Servicio de Telefonía	480,00	810,95
Internet	240,00	405,47
Arriendo	2.400,00	4.054,75
Material de Embalaje	297,50	502,62
Publicidad	500,00	844,74
INTERESES	1.425,00	
Amortización de Capital	2.000,00	
Amortización Activos Diferidos	530,00	-
TOTAL COSTOS FIJOS	**30.378,71**	**44.389,52**
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	78.759,91	126.128,54
INGRESOS		
VENTAS	**87.360,00**	**137.280,00**
TOTAL DE INGRESOS	**87.360,00**	**137.280,00**

Elaboración: El autor.

1.3.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

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

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

CUADRO N° 76

Eje de x	0	100
Costo fijo	**30.378,71**	30.378,71
Costo Variable	**48.381,20**	48.381,20
Costo Total	30.378,71	78.759,91
Ventas Totales		**87.360,00**

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costo\ Fijo}{Ventas - Costo\ Variable}$$

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{30.378,71}{87.360,00 - 48.381,20}$$

$$Punto\ de\ equilibrio = 77,94\%$$

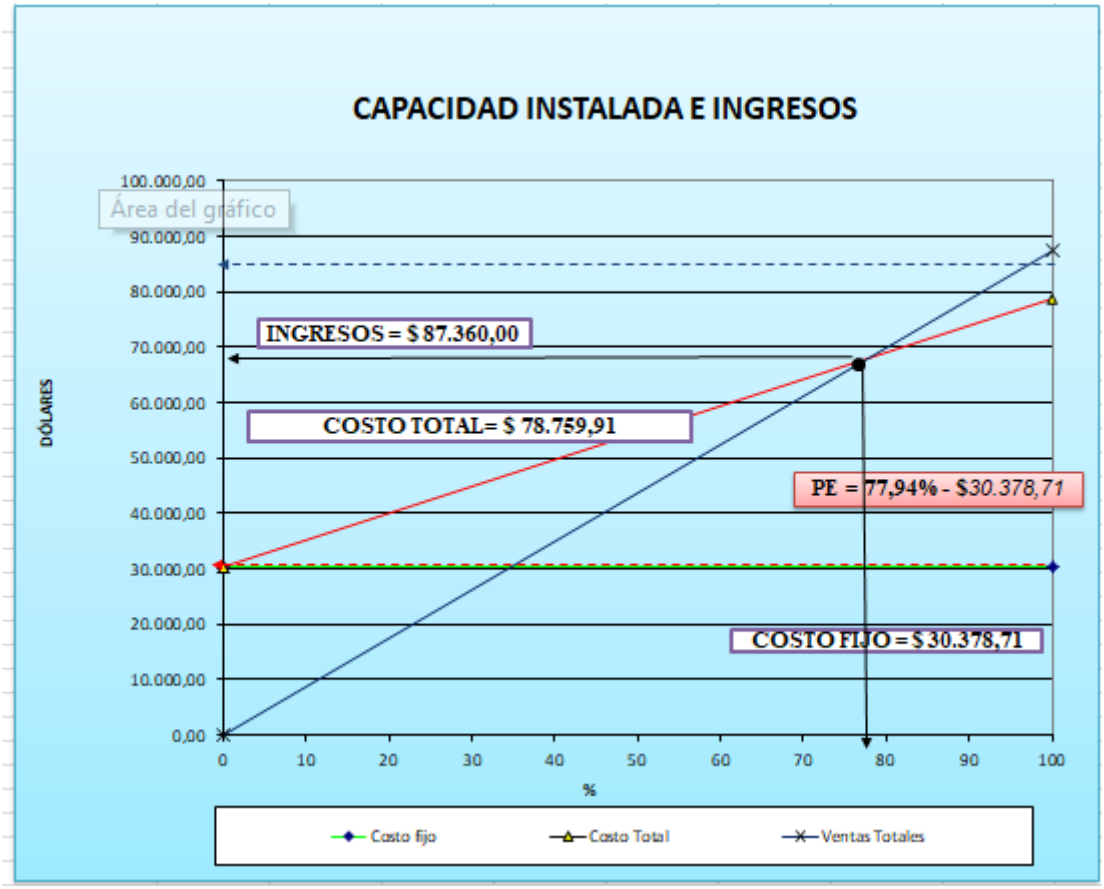
$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = \frac{Costo\ Fijo}{1 - \frac{Costo\ Variable}{Ventas}}$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = \frac{30.378,71}{1 - \frac{48.381,20}{87.380,00}}$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = 30.378,71$$

Análisis: Mediante los resultados obtenidos se puede decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan *30.378,71*, con un 77.94 de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se muestra los resultados graficados.

GRÁFICO N° 24



Elaboración: el Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

CUADRO N° 78

Eje de x	0	100
Costo fijo	44.389,52	44.389,52
Costo Variable	81.739,02	81.739,02
Costo Total	44.389,52	126.128,54
Ventas Totales	0	**137.280,00**

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costo\ Fijo}{Ventas - Costo\ Variable}$$

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{44.389,52}{137.280,00 - 81.739,02}$$

$$Punto\ de\ equilibrio = 78{,}23\%$$

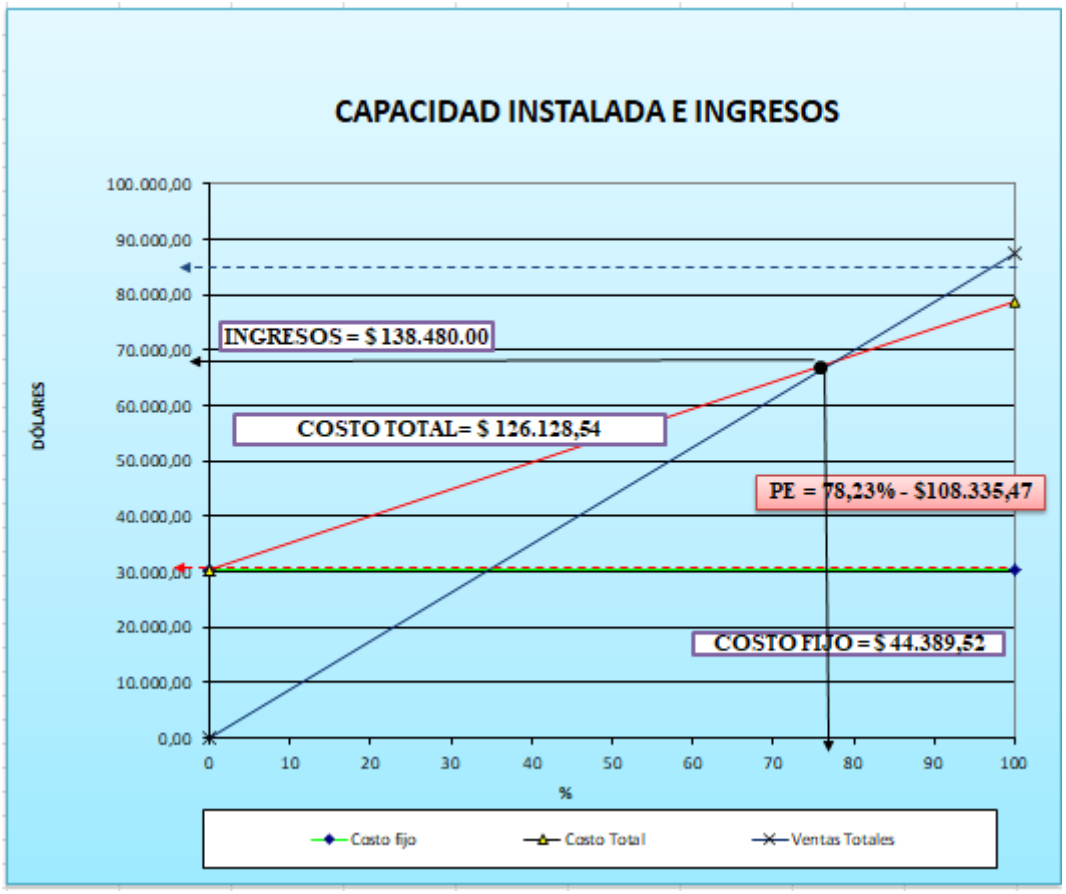
$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = \frac{Costo\ Fijo}{1 - \frac{Costo\ Variable}{Ventas}}$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = \frac{44.389{,}52}{1 - \frac{81.739{,}02}{137.280{,}00}}$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ Ingreso = 108.335{,}47$$

Análisis: Mediante los resultados obtenidos se puede decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan los 108.335,47, con un 78,23% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se muestra los resultados graficados.

GRÁFICO N° 2



Elaboración: el Autor.

1.4 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.

Para evaluar este proyecto en primer lugar se elaboró un flujo de caja proyectado, con el fin de establecer los ingresos y los egresos, para así determinar el flujo neto de caja.

1.4.1 FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

CUADRO N° 69

FLUJO DE CAJA

INGRESOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
VENTAS	87.360,00	91.520,00	95.680,00	101.920,00	106.080,00	110.240,00	116.480,00	124.800,00	131.040,00	137.280,00
(+) VALOR RESIDUAL			-	-	-	-	-	-	-	1.200,00
(+) OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESOS	**87.360,00**	**91.520,00**	**95.680,00**	**101.920,00**	**106.080,00**	**110.240,00**	**116.480,00**	**124.800,00**	**131.040,00**	**138.480,00**
EGRESOS										
COSTO DE PRODUCCION	54.388,17	57.646,27	61.099,85	64.760,66	68.641,10	72.754,38	77.114,45	81.736,13	86.635,11	91.828,03
COSTO DE OPERACIÓN	24.371,74	25.262,53	26.224,77	27.329,41	28.447,67	27.196,01	28.856,23	30.545,39	32.335,90	34.300,51
TOTAL DE EGRESOS	**78.759,91**	**82.908,80**	**87.324,63**	**92.090,07**	**97.088,77**	**99.950,40**	**105.970,68**	**112.281,52**	**118.971,01**	**126.128,54**
UTILIDAD BRUTA	**8.600,09**	**8.611,20**	**8.355,37**	**9.829,93**	**8.991,23**	**10.289,60**	**10.509,32**	**12.518,48**	**12.068,99**	**12.351,46**

(-) 15% UTILIDAD TRABAJADORES	1.290,01	1.291,68	1.253,31	1.474,49	1.348,68	1.543,44	1.576,40	1.877,77	1.810,35	1.852,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	**7.310,08**	**7.319,52**	**7.102,07**	**8.355,44**	**7.642,54**	**8.746,16**	**8.932,92**	**10.640,71**	**10.258,64**	**10.498,74**
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	1.827,52	1.829,88	1.775,52	2.088,86	1.910,64	2.186,54	2.233,23	2.660,18	2.564,66	2.624,69
UTILIDAD LIQUIDA	**5.482,56**	**5.489,64**	**5.326,55**	**6.266,58**	**5.731,91**	**6.559,62**	**6.699,69**	**7.980,53**	**7.693,98**	**7.874,06**
(+) DEPRECIACIONES	656,70	656,70	656,70	723,37	723,37	723,37	790,03	790,03	790,03	856,70
(+) AMORTIZACION DE ACT. DIFERIDO	530,00	530,00	530,00	530,00	530,00	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA	**6.669,26**	**6.676,34**	**6.513,25**	**7.519,95**	**6.985,28**	**7.282,99**	**7.489,72**	**8.770,56**	**8.484,01**	**8.730,76**

D . MAQ	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40
D. HERRAMIENTAS	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10	36,10
D. EQUIPO DE OFICINA	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50	54,50
D. MUEBLES Y ENSERES	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70	115,70
D. EQUIPO DE COMP.	400,00	400,00	400,00	466,67	466,67	466,67	533,33	533,33	533,33	600,00
TOTAL DEPRECIACIONES	**656,70**	**656,70**	**656,70**	**723,37**	**723,37**	**723,37**	**790,03**	**790,03**	**790,03**	**856,70**

Fuente: Presupuesto. **Elaboración:** el autor**.**

1.4.2 VALOR ACTUAL NETO

Representa el valor de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Se deben tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 es conveniente financieramente

- Si el VAN es igual a cero, es indiferente.

- Si el VAN es negativo o menor a 1 no es conveniente financieramente.

El factor de actualización se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + \mathrm{i})\mathrm{n}}$$

En donde:
FA= Factor de actualización.
i= Tasa de interés.
N= Número de años.

$$FA = \frac{1}{(1 + \mathrm{i})\mathrm{n}}$$

CUADRO N° 70
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTOS 15%	VALOR ACTUALIZADO
1	6.669,26	0,86957	5.799,36
2	6.676,34	0,75614	5.048,27
3	6.513,25	0,65752	4.282,57
4	7.519,95	0,57175	4.299,55
5	6.985,28	0,49718	3.472,92
6	7.282,99	0,43233	3.148,64
7	7.489,72	0,37594	2.815,66
8	8.770,56	0,32690	2.867,11
9	8.484,01	0,28426	2.411,69
10	8.730,76	0,24718	2.158,11
		TOTAL	**36.303,88**
		INVERSION	**13.344,26**
		VAN	**22.959,62**

VAN= £VAN- IVERSION
VAN= 36.303,88 – 13.344,42
VAN= 22.959,62
Fuente: Investigación del proyecto **Elaboración:** El autor
Análisis: Al momento de invertir la empresa el dinero a través del tiempo en este caso (10 años) nos a generar el valor de $22.959,62; por lo tanto se observa un VAN positivo, siendo aceptable el proyecto y es conveniente su ejecución.

1.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Se utiliza la tasa que hace la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión. En este caso la TIR es de 50,75%.

CUADRO N° 71
TASA INTERNA DE RETORNO

	TIR				1,5		1,51	
AÑO	**FLUJO NETO**	**FACTOR DE DESCUENTOS 15%**	**VALOR ACTUALIZADO**	**FACTOR DESCUENTO 50%**	**VALOR ACTUALIZADO ™**	**FACTOR DE DESCUENTO 51%**	**VALOR ACTUALIZADO**	
1	6.669,26	0,86957	5.799,36	0,666667	4446,17	0,66225	4416,73	
2	6.676,34	0,75614	5.048,27	0,444444	2967,26	0,43858	2928,09	
3	6.513,25	0,65752	4.282,57	0,296296	1929,85	0,29045	1891,76	
4	7.519,95	0,57175	4.299,55	0,197531	1485,42	0,19235	1446,46	
5	6.985,28	0,49718	3.472,92	0,131687	919,87	0,12738	889,81	
6	7.282,99	0,43233	3.148,64	0,087791	639,38	0,08436	614,40	
7	7.489,72	0,37594	2.815,66	0,058528	438,36	0,05587	418,43	
8	8.770,56	0,32690	2.867,11	0,039018	342,21	0,03700	324,50	
9	8.484,01	0,28426	2.411,69	0,026012	220,69	0,02450	207,88	
10	8.730,76	0,24718	2.158,11	0,017342	151,40	0,01623	141,67	
		TOTAL	36.303,88		**13540,63**		**13279,73**	
				(-)	**13.344,26**		**13.344,26**	
					196,37		**- 64,52**	

$$TIR = Tm + DT\left(\frac{VAN\ Tm}{VAN\ TM - VAN\ TM}\right)$$

$$TIR = 50 + 1\left(\frac{196.37}{196.37 - (-64.52)}\right)$$

TIR:50+1(0.7)

TIR: 50.75

La TIR del presente proyecto ese de 50.75

Fuente: Investigación del proyecto

Elaboración: El autor

1.4.4 RELACION BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido. Para el presente proyecto por cada dólar invertido se obtendrá $0,10 de rentabilidad.

CUADRO N° 72
RELACION BENEFICIO COSTO

RELACION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	**COSTO ORIGINALES**	**FACTOR ACTUALIZADO**	**VORLOR ACTUALIZADO (COSTOS)**	**VENTAS TOTALES**	**FACTOR ACTUALIZACION**	**VALOR ACTUALIZADOS INGRESOS**
0		**15%**			**15%**	
1	78.759,91	0,86957	68.486,88	87.360,00	0,86957	75.965,22
2	82.908,80	0,75614	62.690,96	91.520,00	0,75614	69.202,27
3	87.324,63	0,65752	57.417,36	95.680,00	0,65752	62.911,15
4	92.090,07	0,57175	52.652,80	101.920,00	0,57175	58.273,09
5	97.088,77	0,49718	48.270,28	106.080,00	0,49718	52.740,51
6	99.950,40	0,43233	43.211,31	110.240,00	0,43233	47.659,79
7	105.970,68	0,37594	39.838,31	116.480,00	0,37594	43.789,15
8	112.281,52	0,32690	36.705,03	124.800,00	0,32690	40.797,34
9	118.971,01	0,28426	33.818,99	131.040,00	0,28426	37.249,75
10	126.128,54	0,24718	31.177,05	138.480,00	0,24718	34.230,14
TOTAL			**474.268,95**			**522.818,40**

$$RBC = \frac{TOTAL\ V.A.I}{TOTAL\ V.A.C}$$

$$RBC = \frac{522.818,40}{474.268,95} - 1$$

RBC= 1.10 -1
RBC= 0.10

Fuente: Investigación del proyecto
Elaboración: El autor

1.4.5 RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es un indicador que permite conocer en qué tiempo se recupera los recursos invertidos en el proyecto.

CUADRO N° 73
RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 15%	VALOR ACTUAL	FLUJO ACUMULADO
1	6.669,26	0,86957	5.799,36	5.799,36
2	6.453,47	0,75614	4.879,75	10.679,11
3	6.290,38	0,65752	4.136,03	14.815,13
4	7.297,08	0,57175	4.172,13	
5	6.762,41	0,49718	3.362,11	
6	7.060,12	0,43233	3.052,28	
7	7.266,85	0,37594	2.731,88	
8	8.547,69	0,32690	2.794,26	
9	8.261,14	0,28426	2.348,33	
10	8.507,89	0,24718	2.103,02	

Fuente: Investigación del proyecto
Elaboración: El autor

$$PRC = ASI + \frac{INVERSION - \sum PRIM.FLUJOS}{FLUJO\ ASI}$$

$$PRC = 4 + \frac{13,344.26 - 14.815,13}{4,136,03}$$

3- 0,36

2,64

Años: 2 meses: 7 Días: 20

La recuperación se dará en 2 años, 7 meses y 20 días.

1.4.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad, ya que este indicador mide la resistencia del proyecto.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO EN LOS COSTOS

Permite conocer hasta cuanto se puede incrementar los costos. En este caso el proyecto soporta un incremento en los costos de 5.05%, con dicho valor se obtiene un valor de 0,99 que es menor a uno, es decir que el proyecto no es sensible a variación, por tanto, no sufre ningún efecto

CUADRO N° 74

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 5.00% EN LOS COSTOS

AÑO	COSTO ORIGINAL	COSTO INCREMENTADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO
		5,05%		
1	78.759,91	82.737,28	87.360,00	4.622,72
2	82.908,80	87.095,69	91.520,00	4.424,31
3	87.324,63	91.734,52	95.680,00	3.945,48
4	92.090,07	96.740,62	101.920,00	5.179,38
5	97.088,77	101.991,75	106.080,00	4.088,25
6	99.950,40	104.997,89	110.240,00	5.242,11
7	105.970,68	111.322,20	116.480,00	5.157,80
8	112.281,52	117.951,74	124.800,00	6.848,26
9	118.971,01	124.979,05	131.040,00	6.060,95
10	126.128,54	132.498,03	138.480,00	5.981,97

ACTUALIZACIÓN					
AÑO	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACT. Tm**	**VALOR ACTUAL**	**FACTOR ACT. TM**	**VALOR ACTUAL**
		33,00%		**34,00%**	
1	4.622,72	0,7519	3.475,73	0,7463	3.449,79
2	4.424,31	0,5653	2.501,16	0,5569	2.463,97
3	3.945,48	0,4251	1.677,05	0,4156	1.639,78
4	5.179,38	0,3196	1.655,28	0,3102	1.606,42
5	4.088,25	0,2403	982,38	0,2315	946,27
6	5.242,11	0,1807	947,10	0,1727	905,48
7	5.157,80	0,1358	700,65	0,1289	664,86
8	6.848,26	0,1021	699,47	0,0962	658,78
9	6.060,95	0,0768	465,45	0,0718	435,11
10	5.981,97	0,0577	345,40	0,0536	320,48
TOTAL			13.449,67		13.090,93
			13.344,26		13.344,26
			105,41		-253,33

Fuente: Investigación del Proyecto.
Elaboración: El autor.

$$\text{NTIR} = Tm + DT\frac{VAN\ Tm}{VANTm - VANTM}$$

$$\text{NTIR} = 33 + 1\frac{105,,41}{105,41-(-253,33)}$$

NTIR= 33.29

TIR DEL PROYECTO: 50.75

1. Diferencia de TIR
   Dif. TIR= TIR Proy. – Nueva Tir

Dif. TIR= 50,75-33,29
Dif. TIR= 17,46

2. Porcentaje de Variación
   %Var.= (Dif, TIR= TIR Proy.)*100
   %Var.= 17,46-50.75
   %Var.= 33,02%
3. Sensibilidad.
   Sensib.= %Var-Nueva Tir
   Sensib.= 33,02/33,29
   Sensib.= 0,99

Interpretación: El coeficiente de sensibilidad del proyecto es de 0.99 este porcentaje permite obtener flujos netos positivos; por lo tanto el proyecto es ejecutable. Se aclara que el proyecto no es sensible al incremento en los costos en un 5.05%.

CUADRO N° 75

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCION DEL 4,50% EN LOS INGRESOS

AÑO	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO	FLUJO NETO
			4,57%	
1	78.759,91	87.360,00	83.367,65	4.607,74
2	82.908,80	91.520,00	87.337,54	4.428,74
3	87.324,63	95.680,00	91.307,42	3.982,80
4	92.090,07	101.920,00	97.262,26	5.172,19
5	97.088,77	106.080,00	101.232,14	4.143,37
6	99.950,40	110.240,00	105.202,03	5.251,64
7	105.970,68	116.480,00	111.156,86	5.186,18
8	112.281,52	124.800,00	119.096,64	6.815,12
9	118.971,01	131.040,00	125.051,47	6.080,46
10	126.128,54	138.480,00	132.151,46	6.022,93

ACTUALIZACIÓN					
AÑO	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACT. Tm**	**VALOR ACTUAL**	**FACTOR ACT. TM**	**VALOR ACTUAL**
		33,00%		**34,00%**	
1	4.607,74	0,7519	3.464,47	0,7463	3.438,61
2	4.428,74	0,5653	2.503,67	0,5569	2.466,44
3	3.982,80	0,4251	1.692,91	0,4156	1.655,29
4	5.172,19	0,3196	1.652,98	0,3102	1.604,19
5	4.143,37	0,2403	995,63	0,2315	959,03
6	5.251,64	0,1807	948,82	0,1727	907,12
7	5.186,18	0,1358	704,51	0,1289	668,52
8	6.815,12	0,1021	696,08	0,0962	655,59
9	6.080,46	0,0768	466,95	0,0718	436,51
10	6.022,93	0,0577	347,77	0,0536	322,67
TOTAL			13.473,78		13.113,97
			13.344,26		13.344,26
			129,52		-230,29

Fuente: Investigación del Proyecto.
Elaboración: El autor.

$$\text{NTIR} = Tm + DT\frac{VAN\,Tm}{VANTm - VANTM}$$

$$\text{NTIR} = 33 + 1\frac{129{,}52}{129{,}52 - (-230{,}29)}$$

NTIR= 33.36

TIR DEL PROYECTO: 50.75

4. Diferencia de TIR

Dif. TIR= TIR Proy. – Nueva Tir
Dif. TIR= 50,75-33,36
Dif. TIR= 17,40

5. Porcentaje de Variación
   %Var.= (Dif, TIR= TIR Proy.)*100
   %Var.= 17,40-50.75
   %Var.= 33,00%
6. Sensibilidad.
   Sensib.= %Var-Nueva Tir
   Sensib.= 33,00/33,36
   Sensib.= 0,99

Interpretación: El coeficiente de sensibilidad del proyecto es de 0.99 este porcentaje permite obtener flujos netos positivos; por lo tanto el proyecto es ejecutable. Se aclara que el proyecto no es sensible al disminución en los ingresos en un 4,57%.

h. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios relacionados a la elaboración del Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de jabón con esencia de ruda, en el cantón Paltas de la provincia de Loja. Se pueden enunciar las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado fue realizado a las familias de la ciudad de Loja, de acuerdo al análisis del presente estudio se determina que la factibilidad del proyecto es viable, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta, la demanda y los diferentes niveles de comercialización.

- La inversión del proyecto alcanza el valor de $13.344,26 el cual va a ser financiado por aportaciones del inversionista y otro porcentaje lo cubrirá un préstamo bancario.

- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía Unipersonal de responsabilidad limitada y administrativamente, se encontrará organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

- El costo total de producción para el primer año es de $78.759,91 para una cantidad de 41.600 unidades de jabones, lo cual permitió determinar el costo unitario que es de 1.89 ctvs al que se le incremento un margen de utilidad del 10% obteniendo un precio de venta al público de $ 2.10 por cada unidad de 100 gr.

- El punto de equilibrio para el primer año en función a las ventas tiene un total de $*30.378,71* y en función a la capacidad instalada 77,94%.

- La evaluación financiera refleja resultados positivos como el VAN de $22.959,62, TIR de 50.75%, la Relación Beneficio Costo indica que por cada dólar invertidos se obtendrá 0,10 ctvs de ganancia, mientras que la Recuperación de Capital se la obtendrá en 2 años, 7 meses y 20 días.

i. RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado la presente investigación se recomienda lo siguiente

- Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para su inversionista y genera desarrollo productivo en el cantón Paltas y provincia de Loja

- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía de responsabilidad limitada y administrativamente, se encontrará organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

- Se recomienda la ejecución del proyecto, porque impulsará y creará fuentes de trabajo directas, y a la vez se bajarían los índices de desempleo existentes en la actualidad.

- Se recomienda realizar campañas de publicidad con la finalidad de atraer clientes y por ende el crecimiento de la empresa.

- Se recomienda que la contratación del personal que preste sus servicios en la empresa, sea escogido en forma técnica, es decir aplicando la función de empleo: reclutamiento, selección, integración, inducción, contratación. Además se debería capacitar constantemente al personal para un mejor desempeño laboral en el ámbito de Recursos Humanos y Atención al Cliente.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

Manuel Enrique Pasaca Mora (2017) FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYETOS DE INVERSION. Loja: Ed: GRAFICPLUS

GERMAN AROLEDA VELEZ (2013) PROYECTOS. COLOMBIA: Ed: Alfaomega Colombiana S.A.

(s.f.).

WIKIPEDIA. (07 de 03 de 2012). Obtenido de INVESTIGACION DE MERCADOS: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&sqi=2&ved=0ahUKEwju_tL2lajMAhWJVz4KHVyKD2wQFggpMAM&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FInvestigaci%25C3%25B3n_de_mercados&usg=AFQjCNE_wa8KeZd4IfBlzDdYirsOj65axw&bvm=bv.119745492,d.

EMPRENDEDORES. (2015). Obtenido de EMPRENDEDORES.

http://administracion.realmexico.info/2013/10/manual-de-bienvenida-capital-humano.html. (20 de 04 de 2016). Obtenido de http://administracion.realmexico.info/2013/10/manual-de-bienvenida-capital-humano.html: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwjut8ugy6fMAhUFMyYKHc-ZCMAQFgguMAM&url=http%3A%2F%2Fadministracion.realmexico.info%2F2013%2F10%2Fmanual-de-bienvenida-capital-humano.html&usg=AFQjCNGis6FNiT1O4480OEnfK0m8-tkCig&bv

AQUILANO, J. (2005). *"Gerencia de operaciones".* Bogota: Norma.

Baca Urbina, G. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos.* (S. d. McGraw-Hill Interamericana Editores, Ed.) Mexico.

BACA, G. (1997). *ELABORACION Y eVALUACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACION* . MEXICO: McGraw-Hill.

Baca, g. (2001). *Proyectos de Inversion.* Mexico: Ed. McGraw-Hill.

BACA, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos.* México: MacGraw- Hill Companies, Inc.

BERDONCES, J. L. (2010). *DISCIONARIO ILUSTRADO EN PLANTAS MEDICINALES.* OCEANO AMBAR.

Bueno, G. (1989).

Carmenza, A. (1996). *DICCIONARIO DE TERMINOS FINANCIEROS.* (S. d. Ltda., Ed.) BOGOTA- COLOMBIA.

CASTILLO, G. C. (2012). *RUDA* .

Farber, P. B. (2003). *199 preguntas sobre marketing y publicidad.* Norma.

Franklin, E. B. (2014). *Organizacion de Empresas* (4 ed.). (2. McGraw-Hill Interamericana, Ed.)

GAVILANES, J. O. (30 de 06 de 2012). *http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/*. Obtenido de http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/: https://www.google.es

http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/. (s.f.). Obtenido de http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjmjPqdyafMAhXMLSYKHWScBQUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fnivelesdelaempresa.blogspot.com%2F&usg=AFQjCNG_gFAd8K_iR4f0kKmJS7CJrRPEzA&bvm=bv.119745492,d.eWE

KELLOG, G. (1962). *Preparacion de Manuales de Oficina.* España: Revertè.

LAWRENCE, J. (1983). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA.* LIMUSA S.A.

Levenson,Albert, M ; Solon Babette. (1972). *Manual de Teioria de los Precios.* Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Ley de Compañias. (2011). *Politicas Internas.* Ecuador.

MAGAP. (2012). *http://sinagap.agricultura.gob.ec/estado-de-cultivos*. Obtenido de http://sinagap.agricultura.gob.ec/estado-de-cultivos.

Mochon, F. (2010). *Economia: Principios y Aplicaciones.* España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

NASSIR, S. C. (2006). *Formulacion de Proyectos.* Bogota: Ed. Mc Graw Hill.

NASSIR, SAPAG, CHAIN. (2003). *"Formulación y Evaluación de Proyectos".* Bogota: Norma.

PASACA MORA, M. E. (2017). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION*. LOJA.

PEUMANS, H. (1967). *VALORACION DE PROYECTOS DE INVERSION.* Deusto. Bilbao.

Philip, K. (1994). *Direcccion de Mercadotecnia.* Mexico: Prentice Hall.

Philip, Kotler; Gary, Armstrong; Dionisio, Cámara; e Ignacio Cruz. (2001). *"Marketing"* (10 ed.). (S. 2. Pearson Educación, Ed.)

PONCE, R. A. (2014). *LEY DE COMPAÑIAS*. Obtenido de LEY DE COMPAÑIAS.

Romero, R. (s.f.). *"Marketing"*. Editora Palmir E.I.R.L.

ROSARIO, I. T. (2015). IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS . *FORMANDO LIDERES PARA UN MUNDO MEJOR* , 4.

VANACLOCHA B, CAÑIGUERAL S. (2003). *FITOTERAPIA.*

VELEZ, G. A. (2013). *PROYECTOS IDENTIFICACION,FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y GERENCIA.* COLOMBIA : ALFOMEGA .

k. ANEXOS

ANEOXO N° 1

PROCEDIMIENTO DE LA MUESTRA

Para poder proyectar la población a los años de vida útil de propuesta de inversión, tenemos como referencia según el Inec del censo 2010 que el cantón paltas cuenta con 23.801 habitantes donde se considera 4 miembros por familia; en este caso 10 años a partir del año 0 aplicando el 0.58% de tasa de crecimiento.

Para proyectar la población tenemos la siguiente formula:

$PF= PI\ (1+ i)^n$

$P2017= P2010\ (1+0,0103)^7$

$P2017= 23.801\ (1,0103)^7$

P2017= 25.570

	AÑO	POBLACION TOTAL 0.58%	POBLACION DE FAMILIAS
0	2017	25570	6393
1	2018	25718	6430
2	2019	25867	6467
3	2020	26018	6504
4	2021	26168	6542
5	2022	26320	6580
6	2023	26473	6618
7	2024	26626	6657
8	2025	26781	6695
9	2026	26936	6734
10	2027	27092	6773

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Una vez conocido el mercado objetivo y su composición real del número de demandantes, se determina exactamente la demanda para el producto que originara en de proyecto de inversión. Para conocer esta información en necesario recoger información del mercado objetivo y concretamente de la unidad investigativa determinado para el efecto (familias). Esto se realizara mediante la aplicación de técnicas de recolección de información que puede ser encuesta, entrevista, constatación física, observación, etc.

Para la presente investigación se procede a realizar un muestreo debido a que la población es grande, en este caso se determinara el tamaño de la muestra, para ello una de las fórmulas más utilizadas y conveniente para las investigaciones sociales es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * N * P * Q}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

En donde:

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso, e = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

En dicha fórmula para las investigaciones sociales se considera un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y cuando no se conoce la participación en el mercado se asume 50% como probabilidad de éxitos y 50% para probabilidad de fracaso.

Para conocer la probabilidad de éxito y fracaso debe hacerse un muestreo polieatetico (varias etapas) misma que a su vez permite validar los instrumentos de investigación.

El valor de Z para el valor de confianza.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 6393 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (6393-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 6393 * 0,25}{(0,0025)(6392) + 3,8416 * 0,25}$$

$$N \quad \frac{6139.84}{15.98 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6139.84}{16.94}$$

$$n = 362.43$$

$$= 362$$

ANEXO N° 2

Población de cantón según INEC:

ANEXO N° 3

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estimado señor(a) reciba una atento y afectuoso saludo. En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a Usted de la manera más comedida, para determinar la información para la demanda de un jabón de tocador, con esencia de ruda, en el cantón Paltas, provincia de Loja." para la elaboración y comercialización, cual no contenga ninguna clase de químicos en su elaboración.

DATOS GENERALES

INFORMACION:

1.- ¿Cuál es su ingreso familiar?_____$dólares.

2.- ¿Conocen en su familia la ruda y sus derivados como jabón de ruda?

Si ( ) No ( )

3.- ¿Utiliza la ruda en su familia?

Si ( ) No ( )

4.- ¿Utiliza jabón de tocador en su familia?

Si ( ) No ( )

5.- ¿Qué cantidad utiliza semanalmente?

Unidades	**Frecuencia**
1	
2	
3	
4	

6.- ¿A qué precio adquiere el jabón de tocador de 100 gramos.

Alternativa	Frecuencia
1.50	
1.75	
2.00	
2.25	

7.- ¿En qué lugar adquiere el producto?

Alternativa	Frecuencia
Supermercado	
Mercado	
Tienda	

8.- ¿Qué marca tiene el producto que utiliza?

Alternativa	Frecuencia

9.- ¿el producto que consume es de producción local o nacional?

Alternativa	Frecuencia
Local	
Nacional	

Otro:_____

10. ¿Le gustaría que en el cantón Paltas se produzca y comercialice el jabón de ruda?

Alternativa	Frecuencia
Si	
No	

11.- ¿Adquiría usted el jabón de ruda?

Alternativa	Frecuencia
Si	
No	

12.- ¿Elija cuál de las siguientes presentaciones es de su agrado para el jabón de ruda? Marque con una X una sola opción.

Jabón Barra ☐

Jabón Líquido ☐

13.- ¿Qué cantidad compraría semanalmente?

Unidades	**Frecuencia**
1	
2	
3	
4	
5	

Unidades		**Litro**	
Jabón en barra		**Jabón en liquido**	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	

14.- En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Alternativa	**Frecuencia**
Mercado	
Supermercado	
Tienda	

15.- ¿Indique que emisora sintoniza?

Alternativa	**Frecuencia**
Radio Catacocha Sterio	
Radio Paltas	

Otra:_____

16.- ¿Indique que periódico lee y con qué frecuencia?

Emisora	Todos los días	Fin de semana

17.- ¿Indique que características le gustaría en el nuevo producto?

_____

19.- ¿Sugerencias del producto?

_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 4

RESUMEN DEL ANTEPROYECTO

a. TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE TOCADOR, CON ESENCIA DE RUDA, EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA".

b. PROBLEMÁTICA

Hoy en día la creación de una empresa es un proceso complejo que involucra diferentes aspectos: legales económicos, financieros, sociales y operacionales. Esto requiere un amplio conocimiento de las ciencias administrativas para lograr el éxito en su organización. Según Mankinw Gregory. En su libro Principios de Economía. En una economía globalizada los países y su economía juegan un rol fundamental en el desarrollo de las mismas, ya que estas se ven afectadas por factores cambiantes como lo son las políticas económicas, políticas de mercado, tendencias políticas que dirigen su rumbo, tipos de cambio, así como factores sociales y culturales que los distingue. Estos factores son medibles mediante diversos indicadores, como: riesgo país, índice de precios al mayor, etc.

Según la revista Líderes, En el 2014, Ecuador obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 32,6%. Es decir, que 1 de cada 3 adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio, o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses. Sin embargo, la TEA del 2014 registra una leve reducción en la actividad emprendedora temprana que en el 2013 se ubicó en el 36%; en el 2012, fue de 26,6%, y en el 2010 fue 21,3%. Estos datos que presentó este 21 de mayo del 2015, la Escuela de administración en Quito.

La medicina y la elaboración de productos naturales se ha convertido en una alternativa válida para el cuidado de la salud, entre en ellas tenemos la ruda sirve para mejorar las hemorragias y reducir los dolores provocados por la misma. Es importante tener en cuenta que **no es recomendada para mujeres embarazadas**, pues al contar con propiedades abortivas, puede ser muy peligrosa tanto para la mamá como para el bebé. Asimismo, es favorable a nivel circulatorio, pues contiene determinadas sustancias que ayudan a **reforzar las paredes de los vasos sanguíneos,** logrando que sean más resistentes ante hemorragias y otras complicaciones. Puede ser útil en el tratamiento de varices, edemas o problemas de circulación de la sangre. También la ruda ayuda a **calmar el dolor** cuando hay golpes o distensiones, reduciendo la inflamación. Y otra propiedad importante es que tiene acción antibacterial y fungicida.

El cantón Paltas, se caracteriza por ser un cantón agrícola, muchas de las familias se dedican a la agricultura, la producción de ruda existente es sumamente pequeña siendo la misma una actividad realizada artesanalmente y la mayor parte es para su consumo.

Hoy en día nos encontramos saturados de ingredientes sintéticos en la cosmética convencional y en la mayoría de los jabones que nos encontramos en el mercado, por lo que cada día son más lo que valoran “lo natural”. Poco a poco se está teniendo más conciencia de los beneficios que poseen los jabones naturales frente a los industriales. La principal diferencia, entre unos y otros, radica en el proceso de fabricación de los jabones naturales, ya que se utilizan únicamente ingredientes vegetales muy beneficiosos para la salud de nuestra piel al poseer multitud de propiedades terapéuticas, que no contienen la mayor parte de los jabones comerciales, además si se conjugan con técnicas de elaboración artesanal de antaño el beneficio es aún mayor.

En vista que en el cantón Paltas, **no existe una empresa dedicada exclusivamente a la producción y comercialización de jabones naturales a base de ruda debido a la poca producción de la misma**, sin embargo hay que señalar que de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y

Loja, existe la comercialización de esencia de ruda, y por ello se ha visto conveniente **realizar "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE TOCADOR, CON ESENCIA DE RUDA, EN EL CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA",** La misma permite crear fuentes de trabajo aprovechando los recursos naturales existentes creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica, y crear fuertes de trabajo.

c. JUSTIFICACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, me ha permitido demostrar mediante el presente trabajo de investigación, el mismo que está enfocado al cumplimiento de los requisitos, en el nivel de formación personal, para la obtención del título profesional de Ingeniero en Administración de Empresas, y de esta manera poner en práctica los conocimientos alcanzados en el transcurso de mi formación académica.

1.2 JUSTIFICACIÓN SOCIAL.

El presente trabajo de investigación relacionado a las ciencias administrativas para la elaboración de un estudio de factibilidad un proyecto para la creación de una empresa que justifica porque su puesta en práctica generaría alternativas y respuestas a las necesidades de higiene y cuidado personal de una población siendo pioneros en un nicho de mercado emergente que puede suplir a otro productos más habituales afectados por la situación actual, lo que pretende generar beneficios recíprocos tanto a los consumidores como al productor.

1.3 JUSTIFICACIÓN ECONOMÍA

En lo económico se trata de impulsar la inversión con la creación de una empresa generadora de fuentes de trabajo y a la vez fomentar el espíritu empresarial en nuestra ciudad, ofreciendo un producto de suma importancia, y que contribuye al desarrollo económico local, regional y nacional.

d. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la producción y comercialización de jabón de tocador, con esencia de ruda, en el cantón paltas, provincia de Loja."

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado para determinar las condiciones de oferta y demanda del producto de jabón con esencia de ruda en el cantón paltas y establecer su estrategia de comercialización.

- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la planta y diseño organizacional, ingeniería del proyecto, estructura de la empresa y manual de funciones.

- Realizar el estudio financiero para determinar la inversión y su financiamiento, los costos de producción, estados financieros preformado, y punto de equilibrio.

Realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores como el VAN, TIR, PRC, RBC, Análisis de sensibilidad, para determinar la factibilidad financiera del proyecto.

ÍNDICE

CARÁTULA i

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRACT 5

c. INTRODUCCIÓN 8

d. REVISIÓN DE LITERATURA 11

e. MATERIALES Y MÉTODOS 57

f. RESULTADOS 62

g. DISCUSIÓN 82

h. CONCLUSIONES 161

i. RECOMENDACIONES 163

j. BIBLIOGRAFÍA 164

k. ANEXOS 167

ÍNDICE 180