



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN  
Y COMERCIALIZACIÓN DE SHAMPOO DE ROMERO  
PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

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

**AUTORA:**

Liliana Elizabeth Suin Sanmartín

**DIRECTOR:**

Ing: Manuel Enrique Pasaca Mora

**LOJA – ECUADOR**

**1859**

ING.COM. MANUEL ENRIQUE PASACA MORA. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS. DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el trabajo investigativo denominado, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SHAMPOO DE ROMERO PARA LA CIUDAD DE LOJA”** de la autoría del Srta. **LILIANA ELIZABETH SUIN SANMARTÍN**, previo a la obtención de Grado y Título de Ingeniero Comercial, ha sido revisado oportunamente en sus aspectos de fondo y forma conforme lo establece el reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja, al cumplir con los mismos a entera satisfacción se autoriza su publicación para los trámites correspondientes.

Particular que certifica para los fines pertinentes.

Loja, abril de 2013.

Atentamente,



Ing, Manuel Pasaca Mora.  
**DIRECTOR DE TESIS,**

## AUTORÍA

Yo, **Liliana Elizabeth Suin Sanmartín**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Autora: Liliana Elizabeth Suin Sanmartín**

Firma:.....

**Cédula: 1104875719**

**Fecha: 5 de abril de 2013**

## **AGRADECIMIENTO**

Eternamente agradezco a la Universidad Nacional de Loja, por darme la oportunidad de culminar mis estudios, en la Área Jurídica Social y Administrativa en la carrera de Administración de Empresas. Infinita gratitud a los docentes que con su paciencia y constancia impartieron sus conocimientos enriquecedores para el mejor desempeño y como resultado de ello el poner a disposición a la sociedad, lo inculcado por los docentes en la práctica profesional.



## **DEDICATORIA**

Agradezco primeramente a Dios, por haberme permitido culminar mis estudios y también a mi pilar y mi inspiración a mi abuelito Juan Sanmartín que desde el cielo me bendecía y me daba fuerzas para seguir, gracias también mis tías que sin su apoyo no sería la persona que soy ahora.

**a) TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE SHAMPOO DE ROMERO PARA LA CIUDAD  
DE LOJA”**

## **b. Resumen**

El país posee grandes riquezas en el campo de la agricultura, la misma que tiene diversidad de clima que permite la producción de diferentes tipos de plantas, en el Ecuador la planta de romero crece en climas templados y se cultiva con facilidad incluso en macetas.

Los últimos estudios realizados en la ciudad de Loja, el 55% de las personas tienden a caerse el cabello. De aquí nace la idea de elaborar el presente proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de Shampoo de Romero, la planta posee bondades curativas de evitar la caída del cabello y al mismo tiempo lo fortalece.

Los objetivos planteados en el presente proyecto de tesis fueron los siguientes: realizar el estudio de mercado para conocer la oferta y demanda del Shampoo de Romero; el estudio técnico para determinar el tamaño de la planta; la localización e ingeniería que requiere el proyecto; el estudio financiero para determinar el monto de la inversión es fuente de financiamiento; costos de producción e ingresos que se generaran en el proyecto. La evaluación financiera a través de los indicadores tales como valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo etc.; determinar la factibilidad del proyecto.

En la primera parte de la tesis se expone los aspectos metodológicos que se utilizaron para realizar la investigación, que fueron fundamentales e importantes para recolectar información básica.

En los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas, un total de 381 determinadas a través del tamaño de la muestra. En lo que se refiere a la discusión de los resultados se dividen en los siguientes estudios: primero el estudio de mercado, seguidamente el estudio técnico se señala la micro localización de la empresa está ubicada en la avenida: Eugenio Espejo y Najaros. En cuanto a la organización Legal y Administrativa, la más oportuna es la ley de compañías de Responsabilidad Limitada.

El estudio financiero se detallan los presupuestos que se requieren para la producción y operación de la empresa con un monto de inversión de \$91.098,01 para lo cual será hará un préstamo de \$50.000 en la Banco de Loja (Crédito Productivo) con una tasa de interés del 12,15%.

La evaluación financiera dentro de la misma existe diferentes indicadores que detallan a continuación: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación del capital y el análisis de sensibilidad tanto para incremento de costos como para disminución de ingresos.

Dando como conclusión que el proyecto es factible tanto en la producción como la inversión ya que genera una gran rentabilidad económica.

## **SUMMARY**

The country has great wealth in the field of agriculture, which has the same diversity of climate that allows the production of different types of plants in Ecuador rosemary plant grows in temperate climates and are easily grown even in pots. Recent studies in the city of Loja, 55% of people tend to fall off the hair. From this comes the idea of preparing this feasibility project for the production and marketing of Rosemary Shampoo, the plant has healing benefits of preventing hair loss and also strengthens it. The objectives are as follows: conduct market research to determine the supply and demand of Romero Shampoo, technical study to determine the plant size, location and engineering required for the project, the financial study to determine the amount of investment is a source of financing, production costs and revenues to be generated in the project, make the financial evaluation through indicators such as net present value, internal rate of return, benefit cost etc., determine the feasibility the project. In the first part of the thesis presents the methodological aspects that were used for the research were the deductive, inductive, descriptive and historical techniques were also used as survey and observation that were fundamental and important to collect basic information.

The results obtained was obtained by applying surveys a total of 381 determined by the size of the sample. In regard to the discussion of the results was performed a thorough analysis of the results are divided into the following studies: first market research specifies the demand analysis

indicating consumption of 12.34 milliliters per capita annual Romero family Shampoo thus obtaining an effective demand expected 5'491 539 liters, as to the offer was determined to be 50% resulting in unmet demand if there is an amount of 160.145 liters in 2012. Then the technical study points to the location of the company micro location Avenue: Eugenio Espejo and Najaros that is within the parish the tabernacle. As for the Legal and Administrative most timely is the law of limited liability companies. The financial study details the budgets required for the production and operation of the company with an investment amount of \$ 91.098,01 for which it will make a loan of \$ 50,000 in the Bank of Loja (Productive Credit) with an interest rate of 12.15%. The financial evaluation within the same there different indicators below: net present value, internal rate of return, benefit-cost capital recovery period and the sensitivity analysis for both costs and to increase revenue decreased.

Giving the conclusion that the project is feasible both in production and investment and generating strong profitability

### **c. INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento en Ecuador, ha tenido participación activa en la economía; fortalece el comercio en la región y se da una expansión el mercado laboral.

Las fuentes de financiamiento más comunes que el emprendedor busca son: crédito, recursos financieros que se obtiene de amigos y familiares y a través del ahorro propios, es importante recalcar que una gran parte de microempresarios realizan su trabajo empíricamente, no tienen ningún nivel de educación, por ende llegan a quebrar su microempresa y también algunos logran tener éxito en su emprendimiento, y existe una minoría de microempresarios que han obtenido educación superior y se han convertido líderes en su desarrollo empresarial, cada microempresa genera empleos directos, con lo cual contribuyen a disminuir el desempleo en el Ecuador.

Por lo tanto la presente tesis de grado pone a disposición entre varios métodos pasos y procesos que permiten prevenir el éxito o fracaso de una empresa por lo cual se desarrolla el trabajo de investigación denominado

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SHAMPOO DE ROMERO PARA LA CIUDAD DE LOJA”** y su principal objetivo es determinar la factibilidad del proyecto para la producción y comercialización de Shampoo de Romero en la Ciudad de Loja.

La presente tesis consta de las siguientes partes, como es el tema anteriormente fue mencionado; resumen en el cual se detalla de forma rápida y concisa los puntos principales para dar a conocer los resultados del proyecto; seguidamente se incluye la parte filosófica teórica denominada revisión literaria en la cual se hace constar conceptos o definiciones que servirán al lector como base para mejor comprensión de las categorías y variables que se desarrollan en la investigación. En la parte siguiente se detallan los materiales y métodos destacando así a los materiales que fueron necesarios para el desarrollo de la tesis como material de oficina, bibliografía y dispositivos de almacenamiento; en relación a los métodos que se utilizaron para realizar la investigación fueron el método deductivo que sirvió para la mejor comprensión de los cuatro estudios que se realizaron mediante la información literaria que se recolecto a través de la técnica bibliográfica; método inductivo sirvió como base en la aplicación de la encuesta técnica que sirvió para conocer gustos y preferencias de los consumidores y mediante esto se desarrolló el estudio de mercado; método descriptivo sirvió para analizar de manera concreta la problemática del proyecto; y el método histórico se lo utilizo para la recopilación de datos históricos mediante valores estadísticos.

En la parte de los resultados, se muestra en forma detallada e interpretada la información que se obtuvo mediante la aplicación de las encuesta a las familias de la ciudad de Loja a través de cuadros y gráficos estadísticos.



En la discusión de los resultados, se desarrollan los estudios que son parte fundamental en la formulación de proyectos como: estudio de mercado dentro del mismo se hace notar claramente el producto principal, los demandantes, el respectivo análisis de la oferta y la demanda del producto y además el plan comercial en donde se plantean la forma de dar a conocer el producto. Seguido del estudio técnico, en donde se especifica el tamaño del proyecto en función a la producción que se cubrirá del total de la demanda insatisfecha, se muestra la localización exacta, tanto macro como micro de la empresa; seguido de la ingeniería del proyecto en donde se describen la parte tecnológica que se utilizara en la producción del Shampoo de Romero; y el respectivo proceso productivo.

Otros de los parámetros importantes dentro del estudio técnico, es la base legal y organizacional de la empresa.

Como otro punto fundamental dentro del proyecto, es el estudio financiero se desarrollan los respectivos presupuestos tanto para activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo, dando como resultado el monto de la inversión seguido del financiamiento de la misma.

Es importante constatar el análisis o determinación de costos como también para los ingresos, en función de las ventas obtenidas estos resultados se detallan en el estado de pérdidas y ganancias como también el punto de equilibrio con el método matemático y gráfico.

La evaluación financiera indica que el valor actual neto (VAN) es de 151,678,03 lo que indica que el proyecto es conveniente; la tasa interna de retorno del proyecto es de 63,04% siendo favorable; la relación beneficio costo indica que de cada dólar invertido se ganara \$0,25; el periodo que se recupera el capital es de 2 año 2 meses y 1 día; el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soportara un incremento en los costos del 13,99% y una disminución de los ingresos del 11,10%. Para culminar con la discusión se menciona las principales conclusiones y recomendaciones que es fundamental para funcionamiento del proyecto. Con los puntos anteriormente mencionados se da por terminado la presente tesis de grado.

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **4.1. MARCO TEÓRICO**

#### **4.1.1. PROYECTO DE FACTIBILIDAD.**

Son estudios e investigaciones que se realizan para conocer la viabilidad de una idea de negocio, este aspecto es utilizado por diferentes universidades, empresas y gobiernos locales, el estudio de factibilidad puede ser utilizado para proyectar la implantación de empresas de diferentes actividades debido a que este proceso permite conocer y solucionar todas las variables que puedan existir sobre el tema analizado y presentar conclusiones sobre la implantación del proyecto.

##### **4.1.1.1. ESTUDIO DE MERCADO**

Es aquel que permite presentar una serie de conceptos, que constituyen un cuerpo unitario y no simplemente un conjunto arbitrario de definiciones, por medio del cual se sistematizan, clasifican y relacionan entre sí los fenómenos particulares estudiados.

**Consumidor:** Es la persona que identifica sus preferencias, hábitos de consumo, gustos y necesidades para adquirir un bien o un servicio.

**Competencia.-** Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes.

**Mercado.-** es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

**Tipos de Mercado:**

- Mercado del Consumidor
- Mercado del Productor o Industrial
- Mercado del Revendedor
- Mercado del Gobierno <sup>1</sup>

**4.1.1.1.1. Segmentación del Mercado**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos.

Las variables para la segmentación de mercado son:

- **Segmentación Geográfica.-** Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas o en todas.
- **Segmentación Demográfica.-** Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida y nivel de ingresos.

---

<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_mercado](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado)

- **Segmentación Pictográfica.-** Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por Conducta.-** En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.<sup>2</sup>

#### 4.1.1.1.2. Demanda:

Es la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicio, considerando un precio y en un determinado periodo.

#### Tipos de Demanda

En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

- **Demanda Potencial:** Es la demanda futura la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.
- **Demanda Efectiva:** Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.
- **Demanda Satisfecha:** Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

---

<sup>2</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

- **Demanda Insatisfecha:** Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.<sup>3</sup>

#### 4.1.1.1.3. Oferta

Cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual.

#### Tipos de Oferta.-

- **Ofertas Simultáneas:** Estas ofertas son las que vienen con los distintos Paquetes de Servicios completos: se pueden modificar, volver a editar, eliminar, activar..., según las necesidades que tenga la Empresa en cada momento. Se puede poner hasta un tope de ofertas a la vez, y dentro de ese tope, el número de ofertas que se pueden ir publicando es ilimitado. Todas las herramientas de gestión están incluidas.
- **Inserción Oferta Completa:** Puede comprar una sola inserción o un paquete de inserciones y publicar un número concreto de inserciones en un plazo determinado de tiempo. Todas las herramientas de gestión están incluidas.
- **Oferta Ciega:** Son ofertas de empleo en las que no se da a conocer la razón social o nombre de la Empresa.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/demandaoferta/>

<sup>4</sup> <http://blog.tecnoempleo.com/empresas/2010/31/%C2%BFcuales-son-los-distintos-tipos-de-ofertas/>

#### **4.1.1.2. ESTUDIO TÉCNICO**

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

**Tecnología.-** Es la descripción detallada, paso a paso de las operaciones individuales que permiten la elaboración de un producto, se debe analizar las tecnologías existentes y se debe elegir la tecnología más idónea para el proyecto.

##### **4.1.1.2.1. Localización del Proyecto.**

Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

**Macro Localización.** Localización urbana o rural transporte del personal policía y bomberos, costo de los terrenos, cercanía a carreteras, proximidad al aeropuerto, disponibilidad de vías férreas, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios básicos (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) tipo de drenajes, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, recolección de basuras y residuos, restricciones locales, impuestos, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

**Micro Localización.** Facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, localización del mercado, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones

condiciones de vida leyes y reglamentos, clima y acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.<sup>5</sup>

#### **4.1.1.2.2. Tamaño de la Planta**

Es la capacidad de Producción es la cantidad de productos que el proyecto puede producir en un periodo de tiempo

#### **4.1.1.2.3. Ingeniería del Proyecto**

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

- **Ingeniería de Proceso.**- Es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para producir los bienes o servicios mediante determinadas funciones de producción, comprende el proceso productivo, detalles de obras físicas, detalle de las maquinas, equipos e instalaciones y detalle de los insumos requeridos
- **Ingeniería de Planta.** Es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.<sup>6</sup>

#### **4.1.1.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El diseño de la estructura organizativa hace referencia a los contenidos y distribución de cada uno de los puestos, por medio de los niveles jerárquicos.

---

<sup>5</sup> <http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>

<sup>6</sup> <http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico>



#### **4.1.1.3.1. Estructura Empresarial.**

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa 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 presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en esta se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Asesor.
- Nivel de Apoyo.
- Nivel Operativo.

##### **4.1.1.3.1.1. Organigramas**

Una carta de organización es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva.

- **Organigrama Estructural.-** En diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente ósea por el cargo que ocupa en la empresa y el funcional es aquel que está

determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques.

- **Organigrama Funcional.-** Una compañía que está organizada funcionalmente, separa el trabajo sobre la base de pasos, procesos o actividades que se llevan a cabo para obtener un determinado resultado final, identificando y asignando responsabilidades respecto a las funciones indispensables para la supervivencia de la organización, también es agrupar a las personas y unidades sobre la base del trabajo que realizan, incrementa las oportunidades para utilizar maquinaria más especializada y personal mucho más calificado.<sup>7</sup>

**4.1.1.3.2. Manual de Funciones:** Aunque en la formulación de un proyecto no es un aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

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

- Relación de dependencia (Ubicación interna).
- Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo.

---

<sup>7</sup> [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/organigramas/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/)

- Tareas principales.
- Tareas secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimientos para el puesto.

#### **4.1.1.3.3. Estudio Legal.**

Este estudio busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos, patentes, permiso de funcionamiento entre otros. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales.

**Marco Jurídico.** Considerar la normativa legal nacional y local vigente relacionada con su proyecto, registro de la empresa, especificar el capital social suscrito y pagado, los nombres y cédulas de los socios su participación accionaría y conformación de la Junta Directiva, permisos requeridos, zonificación urbana y garantías a presentar.

#### **4.1.1.4. ESTUDIO FINANCIERO.**

##### **4.1.1.4.1. Presupuesto.**

El presupuesto es un documento que permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

- **Presupuesto de Inventario.-** Es un elemento indispensable en la formalización del programa de casi todas las funciones de la

empresa es necesario presupuestar la cantidad de artículos para cubrir la demanda del presupuesto de ventas.

- **Presupuesto de Producción.-**El Presupuesto de producción es aquel que va desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación de la misma,
- con la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos que sean para la obtención de un producto útil.
- **Presupuesto de gasto de producción.-** Son todas aquellas erogaciones indirectas indispensables para que se pueda llevar a cabo la fabricación del producto.<sup>8</sup>
- **Presupuesto de Ventas.-** Son estimados que tienen como prioridad determinar el nivel de ventas real y proyectado de una empresa, para determinar límite de tiempo.

**Inversión del Proyecto.-** Se refiere a las reparticiones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: Edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo.

**Activos.** Son todos los bienes que su empresa posee.

**Pasivos.** Son las deudas de la empresa.

---

<sup>8</sup><http://www.monografias.com/trabajos26/proyecto-estudiofinanciero.shtml>

#### 4.1.1.4.2. Financiamiento del Proyecto

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

- **Fuente Interna.-** Constituida por el aporte de los socios.
- **Fuente Externa.-** Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

**Amortización.** Compensación en dinero del valor de los medios fundamentales de trabajo (máquinas, instalaciones, edificios), valor que pasa gradualmente al nuevo producto obtenido en el proceso de producción o a la labor realizada (servicios).

**Depreciaciones.** La depreciación, por concepto, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. **Costos.-** Es la suma de recursos y esfuerzos que se han invertido para producir algo útil.

**Precio de Venta.-** Se determina agregándole al costo total el margen de utilidad deseable.

##### 4.1.1.4.2.1. Punto de equilibrio

Es el punto del servicio donde los Ingresos y los Egresos de la empresa son iguales y por tanto están en equilibrio, además no existe ni pérdidas ni ganancias.

El punto de equilibrio sirve para determinar si la empresa puede producir y vender suficientes productos/servicios para cubrir sus costos fijos y variables y continuar operando.

**Costos Fijos:** Son aquellos gastos que son independientes del volumen de la producción

- **Costos Variables:** Son gastos que varían directamente con el volumen de la producción

#### **4.1.1.4.2.2. Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es un estado financiero que muestra la utilidad o pérdida de un ejercicio contable incurridos en un periodo de tiempo.

#### **4.1.1.4.2.3. Flujo De Caja**

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero.

#### **4.1.1.4.3. Evaluación Financiera**

Tiene por finalidad evaluar si el proyecto es conveniente desde un punto de vista financiero, lo que implica para la toma de decisiones de inversión.

La evaluación financiera se fundamenta en medir tres aspectos primordiales que son:

Estructura el plan de funcionamiento, una vez medido el grado de incidencia de los costos se podrá establecer si pueden ser cubiertos por los ingresos.

Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión.

Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto.

Los indicadores utilizados para evaluar son:

### **Valor Actual Neto**

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Criterios para evaluar

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

### **Tasa Interna de Retorno**

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptar el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazar el proyecto.

La fórmula de la TIR es la siguiente:

$TIR = Tasa\ menor + \frac{Diferencias\ de\ tasas\ ((VAN\ tasa\ menor) / (VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor))}{(VAN\ tasa\ menor)}$

### **Período de Recuperación del Capital**

Permite determinar el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial, para su respectivo cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de inversión.

### **Relación Beneficio / Costo**

Mide el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, y por tanto permite decidir si el presente proyecto se acepta o no. Se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$  Se puede realizar el proyecto

$B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto

$B/C = 1$  Es indiferente realizar el proyecto

### **Análisis de Sensibilidad**

Mide la resistencia del proyecto ante situaciones que se dan dentro de la economía de la empresa, el incremento de los costos y la disminución



de los ingresos. Además permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

Coeficiente de sensibilidad  $>$  a 1 el proyecto es sensible.

Coeficiente de sensibilidad  $=$  a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.

Coeficiente de sensibilidad  $<$  a 1 el proyecto no es sensible.

#### **4.1.2. EMPRESA**

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

#### **CLASIFICACIÓN**

Las empresas se pueden clasificar de muy diversas formas, a saber; por su forma jurídica, por el sector económico, por el grado de participación del Estado, por su tamaño y por el ámbito estatal.

##### **Por su forma jurídica**

Todas las empresas deben tener una forma jurídica que viene determinada, entre otras cosas, por el número de personas que participan en la creación de la misma, por el capital aportado y por el tamaño; así, podemos distinguir:

**a) Empresario individual:** Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión del negocio.

**b) Sociedades:** Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad. En la actualidad. En la actualidad en España se puede constituir los siguientes tipos de sociedades:

- Sociedad anónima.
- Sociedad anónima laboral.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedad cooperativa de responsabilidad limitada
- Sociedad regular colectiva.
- Sociedad comanditaria.
- Contrato de cuentas en participación.
- Sociedad civil.

### **Por el sector económico en que estén encuadradas**

La actividad económica de un país se puede dividir en tres grandes sectores: primario, secundario y terciario.

**A) Sector primario:** En este grupo de empresas se incluirían las empresas extractivas (mineras, pesqueras, agrícolas, ganaderas y forestales).

**B) Sector secundario:** En este sector se encuadra a todas las empresas que transforman los productos obtenidos en el sector primario y también fabrican nuevos productos (conservas, maquinaria, siderometalúrgica, etc.).

**C) Sector terciarios:** En este sector se encuadran las empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, hospitales, servicios públicos y las empresas comerciales dedicadas a la compraventa.

### **Por el grado de participación del Estado**

El Estado puede crear empresas de las cuales es totalmente propietario o bien participar en empresas junto con particulares. Según sea este grado de participación, pueden dividirse en públicas y de partición mixta.

**A) Empresas públicas:** Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.

**B) Empresas privadas:** Son aquellas que pertenecen a los particulares.

**C) Empresas mixtas:** Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

## **Por su tamaño**

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos:

- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.
- Gran empresa. Los criterios usualmente aceptados para clasificar las empresas por su tamaño son:

**A) El número de trabajadores:** Serán pequeñas empresas las que tienen entre 1 y 50 trabajadores, las medianas entre 50 y 500 y grandes empresas las de más de 500.

**B) El volumen económico de las operaciones que realizan:** Según este criterio, habría que considerar pequeñas empresas las que facturan menos de 50 millones al año, medianas empresas las que facturan entre 50 y 1000 millones y grandes empresas que facturan más de 1000 millones

## **Según el ámbito estatal**

Se pueden considerar dos grupos:

**A) Empresas nacionales:** Son las que desarrollan su actividad en un único país.

B) Empresas multinacionales: Son grandes empresas que desarrollan sus actividades al mismo tiempo en varios países.

C) Empresas regionales.

D) Empresas locales.

**PRODUCCIÓN** La producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

**COMERCIALIZACIÓN** "La comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final".

## 4.2. MARCO REFERENCIAL

### 4.2.1. EL ROMERO



Su nombre científico *Rosmarinus Offcinalis* .L, pertenece a la familia de las labiadas. El romero es un arbusto leñoso que mantiene su color verde durante todo el año, puede llegar a medir hasta 1.5 metros de altura, sus hojas son rígidas, lineales, lanceoladas, en forma de aguja y de aspecto coriáceas. Las flores aparecen de las axilas de las mediterráneas ramas en primavera y otoño (aunque en zonas templadas pueden verse durante todo el año), son de color azul claro o violeta pálido, pero también hay ejemplares con flores blancas. Históricamente es la más conocida de las plantas, se encuentra en todos los bosques mediterráneos aunque actualmente la encontramos en todo el mundo. Se cultiva con facilidad incluso en macetas.

## Plantación de Romero en el Ecuador

Los sembríos de la planta de Romero en el Ecuador se caracterizan por ser pocos los cuales están distribuidos en varias partes del país, debido a la diversidad del clima de nuestro territorio, este cultivo está en posibilidad de producirse en diversos suelos.

### CUADRO N°1

#### LUGARARES DONDE SE CULTIVA EL ROMERO

Superficie de las plantaciones	Provincia	Localidades
más de 5 Ha.	Tsachillas	Vía Santo Domingo Quevedo Río Verde
	Pichincha	Tababela Guayllabamba
	Manabí	Puerto La Boca
10 a mas Ha.	Zamora	Paquisha
	Francisco de Orellana	Joya De Los Sachas
	Sucumbíos	Lago Agrio
mas de 3 Ha.	Loja	Célica, Vilcabamba, Saraguro
	Carchi	El Chota
15 Ha.	Guayas	Cerecita

**Fuente:** Consulta – Libro Cast de Platas

**Elaboración:** La Autora

La materia prima esencial es la planta de Romero esta es un plata que tiene orígenes en la amazonia que es de donde más se comprara, ya que en este lugar hay actualmente ya está siendo cultivada en el cantón Loja en las parroquias de Vilcabamba Célica y Saraguro y es posible que se cultive en el cantón Catamayo por que tiene un clima cálido acto para este

cultivo, por consiguiente si existe una gran disponibilidad de esta materia prima.

#### **4.2.2. FINALIDAD**

Sus aplicaciones tanto en la medicina natural, como en la cocina, la perfumería y la cosmética.

**4.2.2.1. Principios Activos:** Esta planta contiene un aceite esencial que está compuesto por ésteres, linalol, saponinas, alcoholes como borneol, ácidos orgánicos, taninos y heterósidos. En las hojas y sumidades encontramos específicamente un principio amargo de saponina ácida y clucocido en mínima cantidad, también algo de tanino y una pequeña proporción de resina y pigmentos flavonoides.

#### **4.2.2.2. Propiedades**

Tiene propiedades como, colerética y colagoga, antiinflamatorio, antioxidante, antiespasmódico, carminativo, estimulante circulatorio, depurativo, antiséptico de uso externo, astringente, diurético, antiespasmódica y anticonvulsiva, antibacteriana y antifúngica, antidepresivo y relajante de la musculatura lisa de los bronquios. Se utiliza contra la flatulencia, halitosis, clorosis, vértigos, apoplejías, catarro crónico, asma, ictericia, escrófulas. Además, gracias a sus propiedades carminativas, resulta particularmente eficaz en caso de meteorismo, flatulencia, espasmos gastrointestinales e inapetencia, además contribuye



a una buena digestión. A nivel cardiovascular, mejora la circulación sanguínea y ayuda a disminuir la tensión arterial, por lo que se utiliza en casos de hipotensión.

#### **4.2.2.3. Composición**

Las hojas y sumidades floridas de romero contienen tanino (un principio amargo), vitamina C, ácido rosmarinico, una saponina y el alcaloide rosmaricina (responsable del efecto estimulante). Pero el más importante de sus componentes, es la esencia de romero, en cantidades variables según la zona de crecimiento y la época de recolección. En general, las hojas la contienen en la proporción de 1,2 a 2 %. Es un líquido incoloro o con un ligero tinte entre amarillo y verdoso, de olor alcanforado y sabor amargo. Esta esencia está formada principalmente por alfa-pineno, canfeno, cineol, alcanfor de romero, y borneol. Según la época del año en que se obtiene, varía la composición de la esencia y es importante saber que cuanto mayor luz recibe la planta, mayor es la concentración de aceite.

#### **4.2.2.4. Estudio botánico**

A pesar de que es una planta que necesita pocos cuidados, el romero tiene algunos puntos débiles, por ello, si tenemos en casa un ejemplar de romero o pretendemos plantar uno en nuestra terraza, es fundamental que los conozcamos.

#### **4.2.2.5. Descripción de la planta**

El romero es una aromática planta que pertenece a la familia de las Labiadas. Las partes usadas en medicina son las sumidades floridas, que tienen un olor intenso, alcanforado y aromático, y un sabor amargo; aunque las hojas también se utilizan con diferentes propósitos.

#### **4.2.2.6. Origen geográfico**

El romero es originario de las regiones alrededor del Mediterráneo, de Portugal y del noroeste de España, aunque en la actualidad puede encontrarse ampliamente distribuida por todas las zonas de clima templado del planeta. Resulta muy fácil verlo en las laderas de los montes y en general, en cualquier lugar seco y soleado. También podemos encontrarlo en los jardines de muchos parques y en las macetas que decoran las terrazas de las casas

#### **4.2.2.7. Condiciones de cultivo y recolección**

Requiere un suelo bien drenado, algo arenoso y calcáreo, aunque es capaz de adaptarse a todo tipo de suelos, incluso los más pobres, pero siempre y cuando no sean arcillosos; Para que crezca bien es fundamental una buena exposición a la luz solar y poco agua, aunque tolera el riego regular. En climas cálidos, el romero se debe plantar al aire libre en suelo bien drenado y en dónde le dé el sol de pleno; en climas

fríos, se puede plantar en invernaderos o dentro de casa, pero cerca de una ventana.

#### **4.3. SHAMPOO DE ROMERO**



El Shampoo de Romero fue diseñado para el cabello en base a sulfatos de alcoholes grasos, que sirven para quitar la suciedad y enfermedades preocupantes del cabello y del cuero cabelludo. Tiene como fin mantener una buenos agentes acondicionadores, un aglutinador para facilitar el manejo de las mezclas, agentes medicinales/ para productos finos.

En su composición utilizamos en este caso las hojas y algunas flores de romero el mismo que es antiséptico es el beneficio que nos proporciona en el cabello algunas vitaminas, brillo y fortalece el cabello retardando la caída.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo de la propuesta investigativa se aplicaron Métodos y Técnicas que se detallan a continuación:

### **5.1. MATERIALES**

En todo proceso investigativo los materiales juegan un papel primordial, por cuanto los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación. Para la realización de la presente investigación se utilizó lo siguiente:

#### **5.1.1. Materiales de Oficina**

Se utilizaron los siguientes: libros, revista hojas, esferográficos, lápiz, borrador, corrector, carpetas, internet, computador e impresora.

#### **5.1.2. Dispositivos de almacenamiento de información**

Se utilizaron para el almacenamiento de la información los siguientes: Flash-memory y CD

### **5.2. METODOS**

Los métodos aplicados con la utilidad aportada se describen a continuación:

## **METODO DEDUCTIVO**

Este método fue de gran ayuda para la recolección de información acerca del marco teórico del proyecto de inversión, los temas como son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Evaluación Financiera. Esta información obtenida fue verificada y aplicada en el proyecto.

## **METODO INDUCTIVO**

Este método, fue aplicado para el cálculo del tamaño de la muestra de la ciudad de Loja, para conocer el número de encuestas que fueron aplicadas al segmento dirigido a la familia, las que arrojaron información que se utilizó para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas, y se llevó acabo el estudio de mercado los mismos que fueron procesados para la elaboración del proyecto de inversión.

## **METODO DESCRIPTIVO**

Este método, fue de gran importancia para analizar de manera concreta y concisa la problemática de shampoos con químicos perjudiciales, para el cuero cabelludo de las personas ocasionando graves daños como es la caída de cabello.

## **METODO HISTORICO**

Este método se lo utilizó en la recopilación de datos, mediante valores estadísticos de Población, Salud y consumo de varios tipos de Shampoo

en la población Loja. Información que servirá de referencia para analizar la problemática actual.

## **TECNICAS**

Las técnicas son mecanismo que permiten la recopilación de datos de la situación actual tenemos las siguientes:

### **ENCUESTA**

La encuesta fue aplicada a una muestra de la población de la ciudad de Loja, dirigida especialmente a las 381 familias, para conocer los gustos y preferencias, y de esta manera se pudo comprobar que si existe oferta y demanda, dando como resultado la aceptación del producto de Shampoo de Romero.

### **OBSERVACIÓN**

Esta técnica es de gran importancia porque se visitó a los proveedores que están en diferentes lugares de la provincia de Loja, como es Céllica, Saraguro y Vilcabamba, se pudo observar y constatar la cantidad de plantación de Romero que existe en lugar y si abastecerá para la producción del Shampoo.

### **MUESTRA POBLACIONAL**

Población en la ciudad de Loja es de 185.000 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%, y el número de familias se determinan

dividiendo el total de la población para 4 que según el INEC es el número de integrantes promedio por familia, dando un total de 46.250 familias.

## CUADRO N°2

### Proyección de la población con el 2,65%

Años	Población	Familias
2010	185000	45250
2011	189903	47476
2012	<b>194935</b>	<b>48734</b>

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

### Determinación del tamaño de la muestra

#### DATOS

Población N= 48734 Familias

Nivel de confianza NC= 95%

Subvalora Z Z= 1,96

Margen de error e= 5%

Probabilidad de éxito P= 50%

Probabilidad de fracaso Q= 50%

#### FORMULA

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

$$n = \frac{48734 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(48734 - 1) 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{48734 * 3,8416 * 0,25}{(48734 - 1) 0,025 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{46804,13}{122,79}$$

$$n = 381 \quad \text{Encuestas}$$

## **PROCEDIMIENTO**

Para el desarrollo de la tesis, fue estructurado considerando los cuatro estudios que son los siguientes: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

Primero se procedió a obtener la información base relacionada al segmento escogido, seguido se diseñó la herramienta de investigación como es la encuesta, la cual permitió recolectar información para llevar a cabo el estudio de mercado, estableciendo el análisis de la demanda y la oferta como también se propuso el plan comercial del producto. El estudio técnico se lo realizó en función a la capacidad de la maquinaria para producir.

Para la realización del estudio financiero se basó en cotizaciones y proformas que se obtuvieron en los distintos almacenes, nacionales e internacionales en el caso de la maquinaria. Para la evaluación financiera del proyecto se requirió de varios libros y criterios de especialistas.



## f. RESULTADOS

### 6.1. ENCUESTAS A CONSUMIDORES (Demandantes)

#### 1.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO N° 1

#### INGRESOS MENSUALES

ALTERNATIVAS	Xm	FRECUENCIA	xm.f	PORCENTAJE
150 – 300	225	304	68400	80
301 – 450	376	77	28914	20
TOTAL	601	381	97314	100

Fuente: La Encuesta

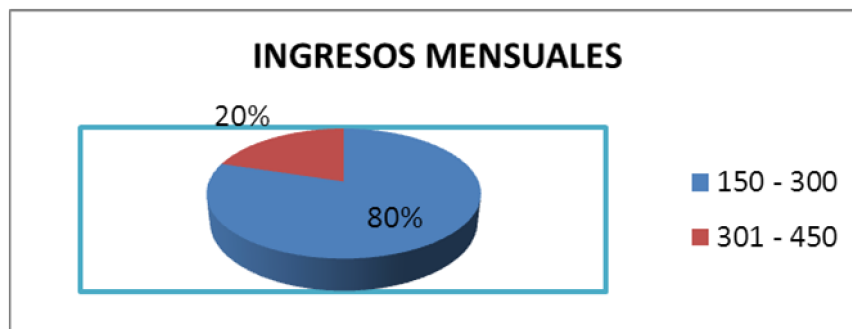
Elaboración: La Autora

$$\bar{x} = \frac{\sum XM * F}{n}$$

$$X = \frac{97314}{381}$$

$$X = 255,42$$

GRÁFICO N°1



**INTERPRETACIÓN:** El conocer el ingreso familiar con ello se puede visualizar el potencial del mercado en cuanto a la capacidad adquisitiva, en este caso se observa que el ingreso promedio familiar es de \$ 255,42 mensual. Mientras que de \$150 – 300 dólares equivalente a un porcentaje del 80% y con un porcentaje mínimo del 20% que ganan de \$ 301 - 450, tienen una economía estable por lo que estarían dispuestos a la adquisición del Shampoo de romero.

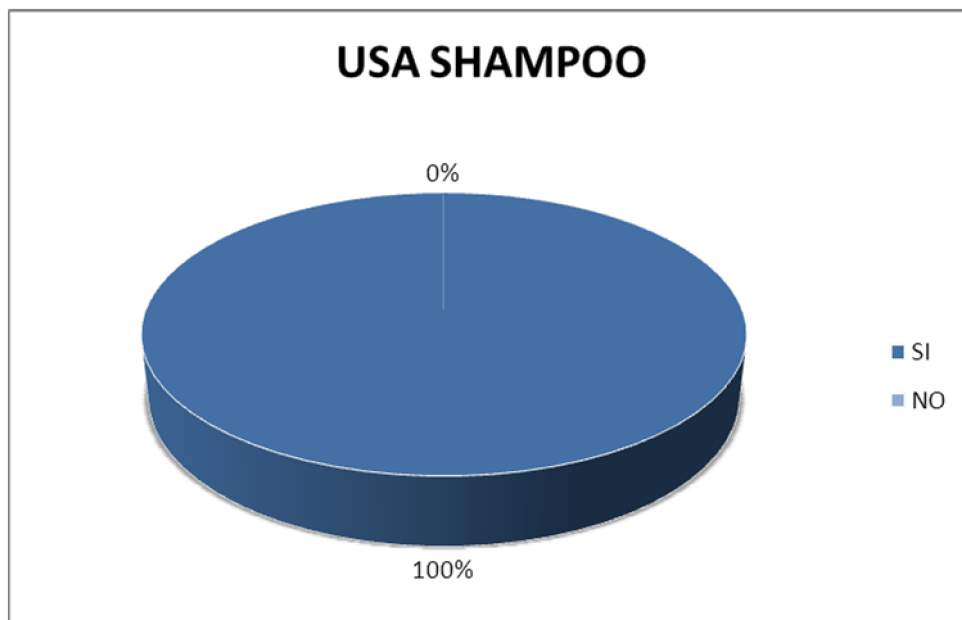
## 2.- ¿Utiliza usted Shampoo?

**CUADRO N°2**  
**USA SHAMPOO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	381	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	381	100%

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N°2**



**INTERPRETACIÓN:** Las 381 familias encuestadas obteniendo un 100% manifestaron que si utilizan Shampoo para su uso personal diario, obteniendo así una información veraz de la demanda que existe en el mercado para la creación del Shampoo de romero.

### 3.- ¿Que marca de Shampoo es el que más utiliza?

CUADRO N°3

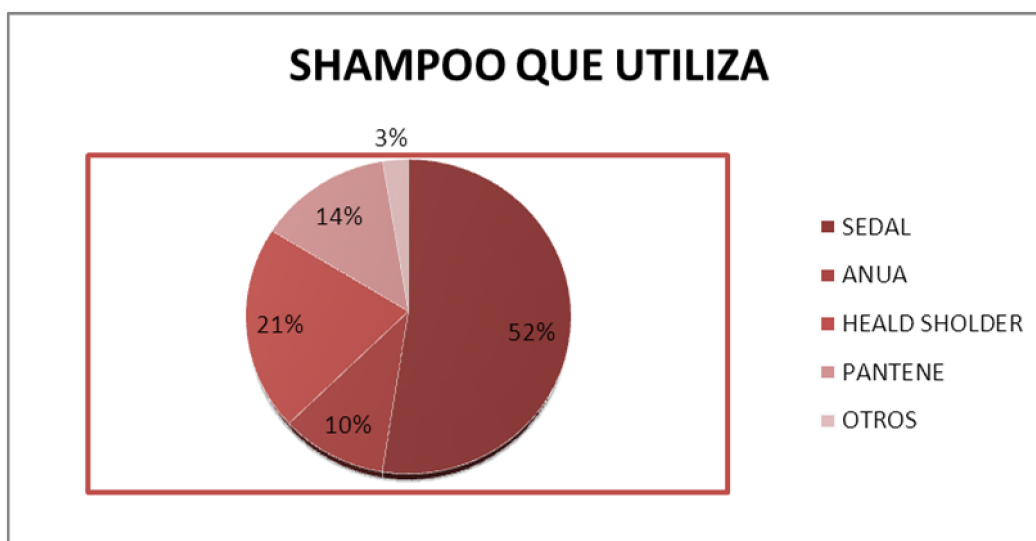
#### SHAMPOO QUE UTILIZA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEDAL	200	52
ANUA	39	10
HEALD SHOLDER	80	21
PANTENE	52	14
OTROS	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°3



**INTERPRETACIÓN:** Las familias utilizan para su limpieza personal diaria diferentes marcas de Shampoo que existe en el mercado, los 381 encuestados con un 52% utilizan el Shampoo Sedal, mientras que el 21% corresponde al Heald Sholder, con el 14% el Shampoo Pantene, y otros Shampoos un 10%. De esta manera podemos verificar en el mercado a nuestros competidores potenciales y tomar las decisiones correspondientes.

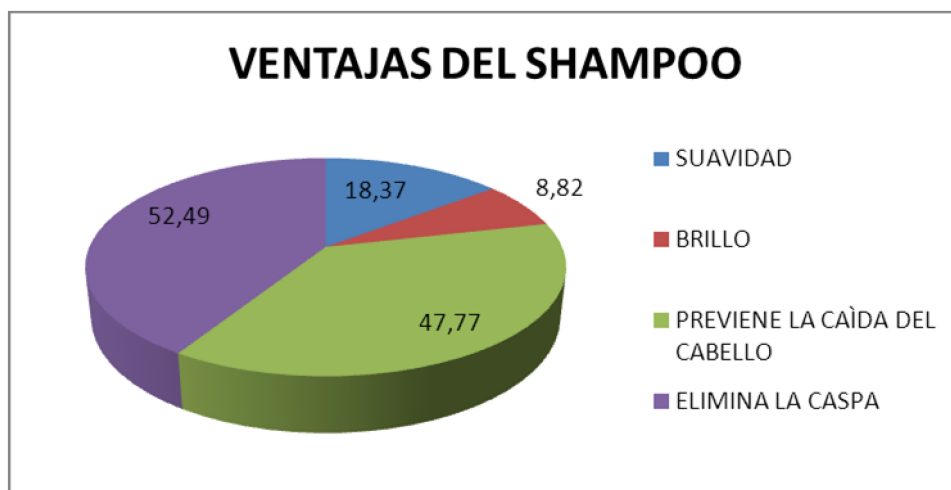
4.- ¿Qué ventajas le brinda el Shampoo que utiliza, señale las que considera importantes?

**CUADRO N°4**  
**VENTAJAS DEL SHAMPOO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
SUAVIDAD	70
BRILLO	280
PREVIENE LA CAÍDA DEL CABELLO	197
ELIMINA LA CASPA	215
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N°4**



**INTERPRETACIÓN:** Las familias tienen diferentes opiniones al momento de elegir el Shampoo el 18,37% lo prefiere por su suavidad, mientras que el 8,82% lo adquiere por la suavidad del cabello, 182 familias lo elige por que previene la caída del cabello, y el 52,49% es porque elimina la caspa. Los criterios antes mencionados se tomarán en cuenta para la producción del Shampoo de romero.

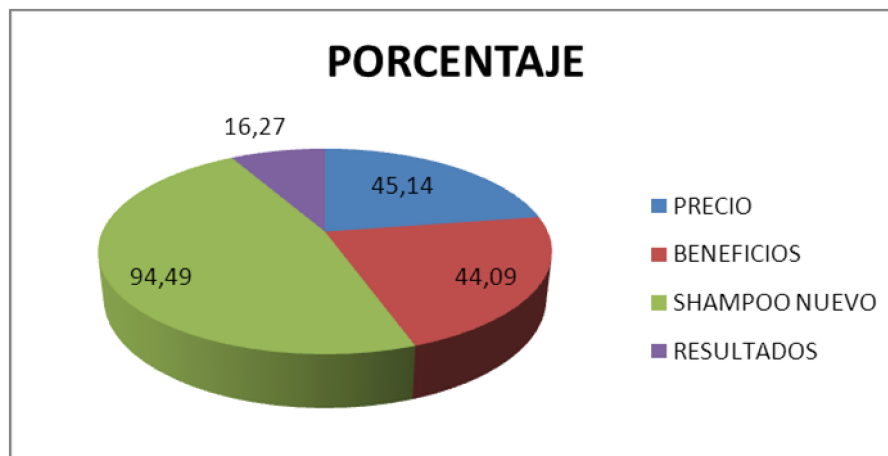
5.- Al momento de comprar un Shampoo, cuales son los aspectos que toma en cuenta?

**CUADRO N°5**  
**ASPECTOS PARA ADQUIRIR UNSHAMPOO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
PRECIO	172
BENEFICIOS	168
SHAMPOO NUEVO	360
RESULTADOS	62
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N°5**



**INTERPRETACIÓN:** Las familias encuestadas al momento de comprar el Shampoo se basan en el precio con un porcentaje de 45,14%, mientras que el 44,09% lo adquiere al Shampoo por sus beneficios, otra opción que prefieren es porque el Shampoo es nuevo con un porcentaje del 94,49% y el 16,27% lo hace por los resultados.

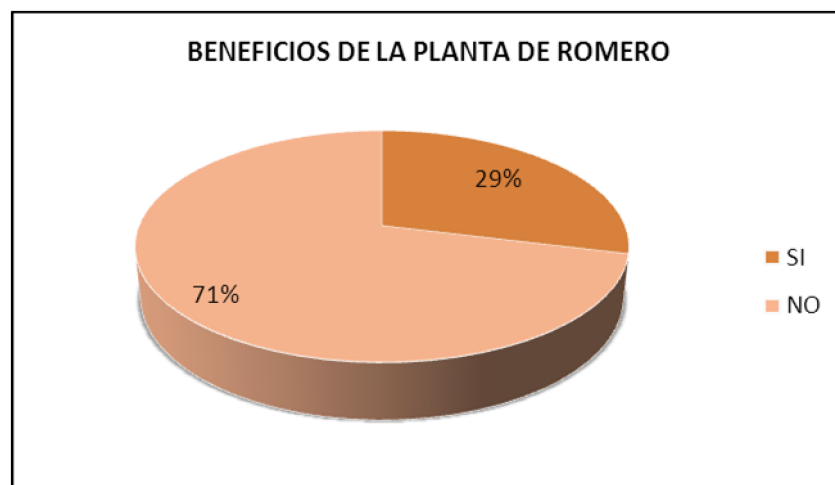
## 6.- ¿Usted sabe los beneficios de la planta de Romero?

**CUADRO N°6**  
**BENEFICIOS DE LA PLANTA DE ROMERO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	110	29
NO	271	71
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 6**



**INTERPRETACIÓN:** Según los resultados obtenidos de las 381 encuestas aplicadas en la ciudad de Loja, me supieron manifestar con un mínimo porcentaje del 29% que si tiene conocimiento de los beneficios de la planta de Romero y con elevado porcentaje del 71% no sabe acerca la plana. Esta pregunta ayuda a establecer un plan comercial eficaz que permita concientizar a los consumidores los beneficios del producto a ofrecer.

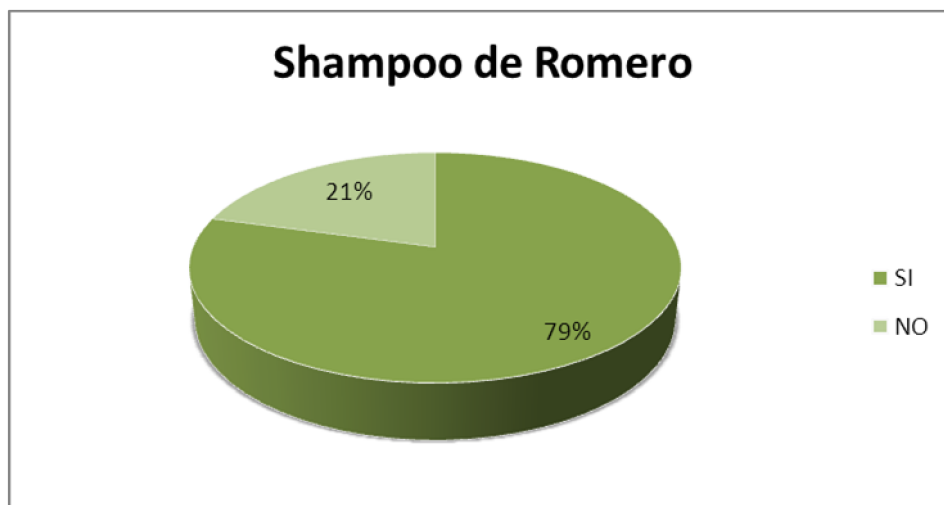
7.- ¿Adquiriría usted un Shampoo natural de romero que le brinde a su cabello todos los beneficios que necesita?

**CUADRO N°7**  
**SHAMPOO DE ROMERO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	302	79
NO	79	21
TOTAL	381	100

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N°7**



**INTERPRETACIÓN:** El objetivo de la pregunta es para saber si van a usar el Shampoo de romero, de las 381 familias encuestadas, las 302 familias van utilizar el Shampoo de romero y 79 familias no estaría dispuestas a adquirir el Shampoo de romero el cual permite establecer clientes potenciales que van adquirir el producto que se va ofrecer.

## 8.- ¿En qué presentación prefiere el Shampoo?

**CUADRO N° 8**  
**PRESENTACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500ml	232	77
900ml	70	23
<b>TOTAL</b>	<b>302</b>	<b>100</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRAFICO N°8**



**INTERPRETACION:** Las mayoría de las familias encuestadas prefiere el Shampoo de romero en la cantidad de 500ml obteniendo así un porcentaje del 77% mientras las familias restantes les gustarían el envase de 900ml el 23% con los resultados que se reflejan se podrá realizar la producción en la cantidad que la mas porcentaje se obtuvo.



**9.- ¿Cada que tiempo adquiriría el Shampoo de romero?**

**CUADRO N°9**

**FRECUENCIA**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>500ml</b>	<b>900ml</b>	<b>TOTAL</b>
Quincenal	204	28	232
Mensual	24	46	70
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>74</b>	<b>302</b>

**Fuente:** La Encuesta

**Elaboración:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:** Las 228 familias estarían dispuestas a comprar el Shampoo de Romero quincenalmente en la presentación de 500ml y las 74 familias lo adquirirían en forma mensual la presentación de 900ml dando un total de 302 familias que usarían el Shampoo en diferentes presentaciones. Al momento de producir se tomara en cuenta el mayor porcentaje.

**10.- ¿Cual le gustaría que sea el envase del Shampoo de Romero?**

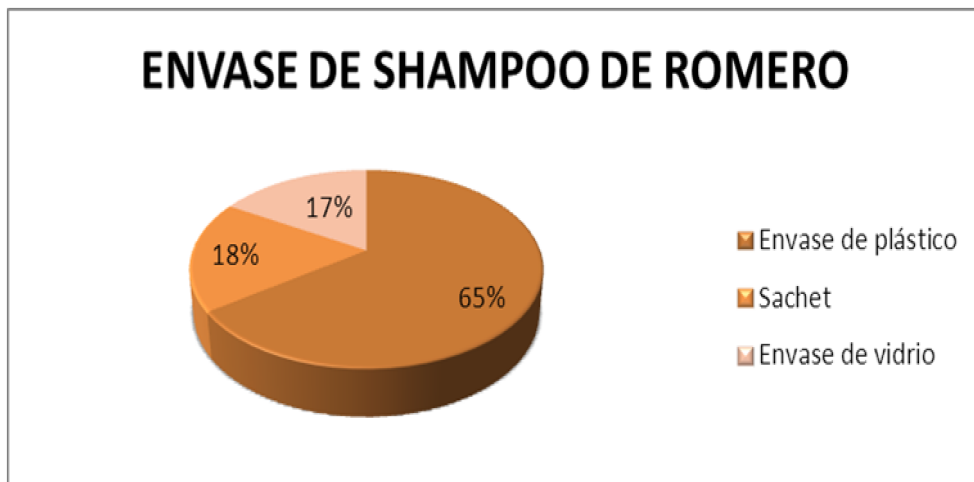
**CUADRO N°10**

**ENVASE DEL SHAMPOO DE ROMERO**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Envase de plástico	197	65
Sachet	55	18
Envase de vidrio	50	17
<b>TOTAL</b>	<b>302</b>	<b>100</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

**GRAFICO 010**



**INTERPRETACIÓN:** De las familias encuestadas al momento de adquirir el Shampoo de romero les gustaría que la presentación sea en envase de plástico con un porcentaje mayoritario del 65%, mientras que el 18% lo prefiere en sachet por su fácil adquisición económico y el 17% le gustaría que se en envase de vidrio con los resultados reflejados se tomara como referencia para en embasamiento del producto al envase de plástico.

11 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Shampoo de Romero?

CUADRO N°11

PRECIO

ALTERNATIVAS	Xm	FRECUENCIA	xm.f	PORCENTAJE
\$3-6	4,5	207	931,5	69
\$7-9	8	95	760	31
<b>TOTAL</b>	<b>12,5</b>	<b>302</b>	<b>1691,5</b>	<b>100</b>

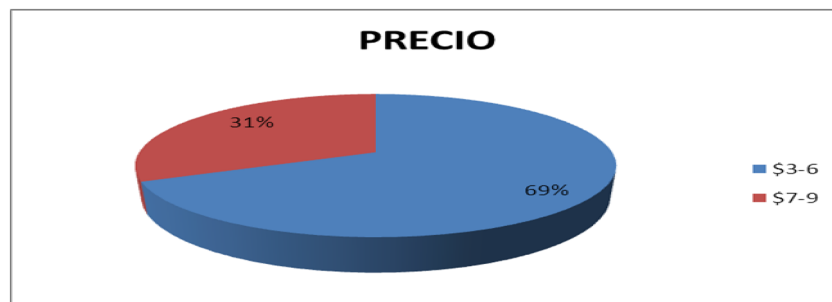
Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

$$x = \frac{\sum XM}{n}$$

$$x = \frac{1691,5}{302}$$

$$x = 5,60$$

GRÁFICO N°11



**INTERPRETACIÓN:** Como se muestra en el cuadro superior la mayoría de personas estarían dispuestos a pagar por la presentación del Shampoo de romero de 500ml un intervalo de \$ 3- 6 dándonos un porcentaje del 69%. El promedio que estaría dispuesto a pagar por el Shampoo sería de \$5,60 por ende se tomara en cuenta en uno de los aspectos que se considera para la fijación de precios.

**12.- ¿Cuál sería el lugar preferido que le gustaría que se expenda el Shampoo?**

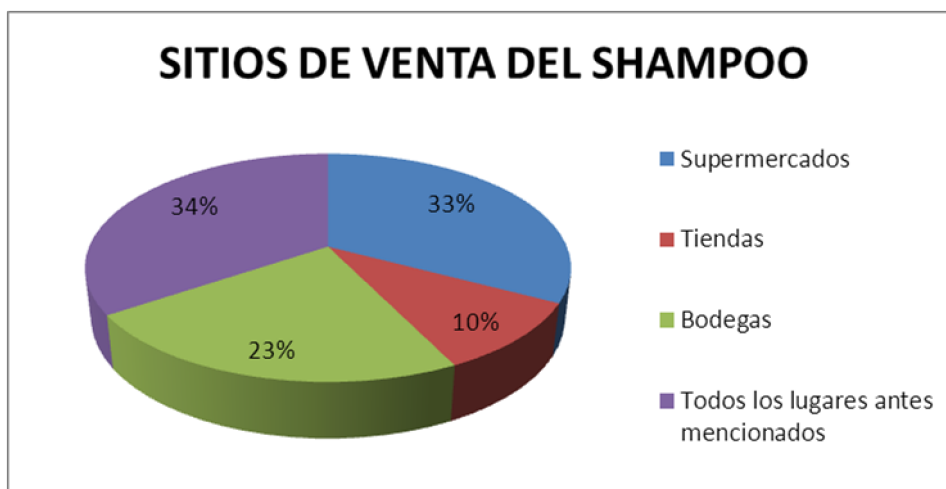
**CUADRO Nº12**

**SITIO DE VENTA DEL SHAMPOO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	99	33
Tiendas	30	10
Bodegas	69	23
Todos los lugares antes mencionados	104	34
<b>TOTAL</b>	<b>302</b>	<b>100</b>

Fuente: La Encuesta  
 Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº12**



**INTERPRETACIÓN:** las familias encuestadas obtuvimos resultados que servirán como respaldo para vender el productos en sitios de mayor influencias de personas, un 34% le gustaría que el Shampoo de romero se los venda en los lugares como son supermercados, tiendas, bodegas, por lo tanto el 34% prefiere que se lo expenda a supermercados, mientras que el 23% en bodegas y un 10% en tiendas. Según los resultados que arrojan las encuestas se los vendería al producto en todos los lugares antes mencionados para que los clientes lo puedan adquirir con facilidad.

## 6.2. ENCUESTA A LOS OFERTANTES (Distribuidores)

### 1.- Distribuye usted Shampoo naturales

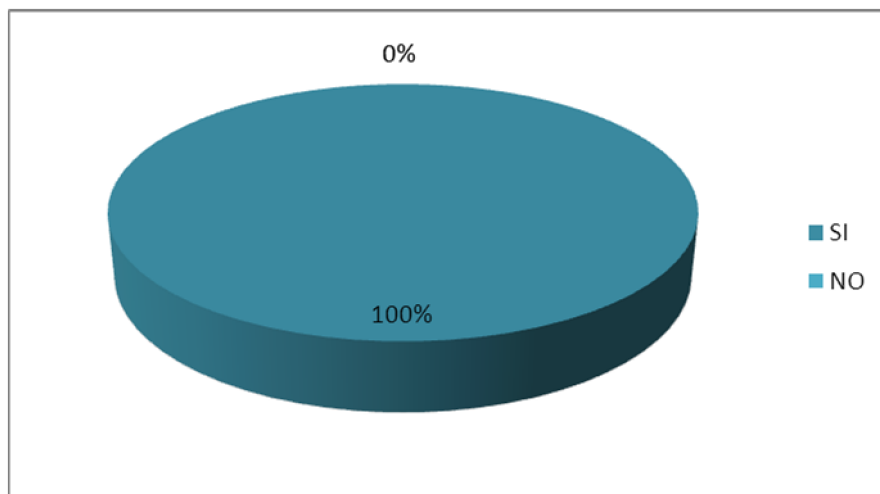
CUADRO N°1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	8	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 1



**INTERPRETACIÓN:** La 8 personas que distribuyen Shampoo natural a diferentes ALIVINATUS en la ciudad de Loja, el 100% si distribuye Shampoo naturales y es de gran acogida por los consumidores.

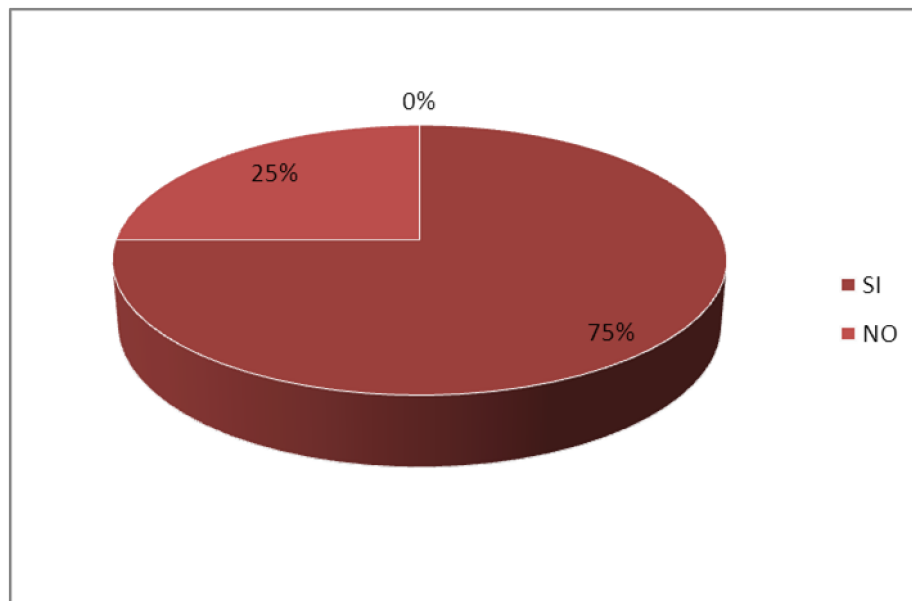
## 2.- Comercializa usted Shampoo de Romero

CUADRO N° 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	6	75
NO	2	25
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta  
Elaboración: La Autora

GRAFICO N°2



**INTERPRETACIÓN:** Los 8 distribuidores encuestados los 6 de ellos si distribuyen Shampoo de Romero obteniendo así un porcentaje del 75%, mientras que el 25% distribuye todo tipo de Shampoo Natural.

### 3.- Cuales son sus clientes más comunes

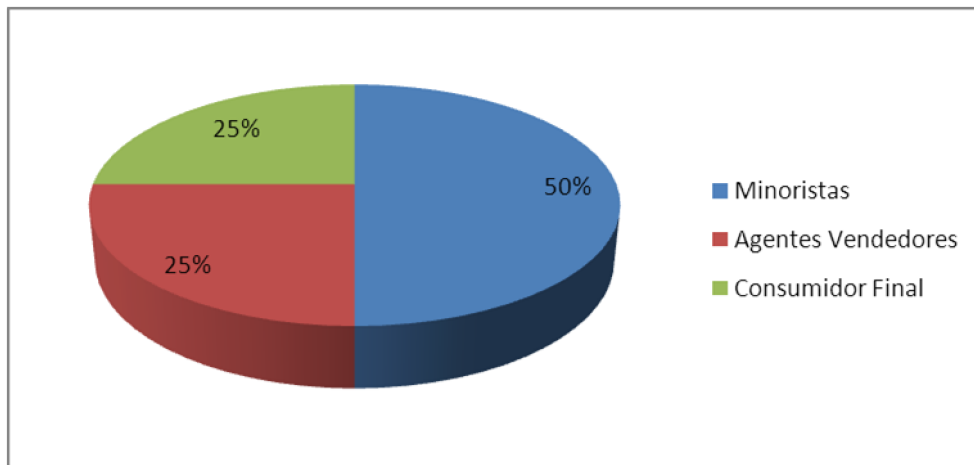
**CUADRO N°3**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Minoristas	8
Agentes Vendedores	4
Consumidor Final	4
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>

**Fuente:** La Encuesta

**Elaboración:** La Autora

**GRAFICO N°3**



**INTERPRETACIÓN:** La distribución del Shampoo lo hacen a diferentes sectores como son los Minoristas con un porcentaje mayoritario del 50%, a los agentes vendedores el 25% y al consumidor final el 25% obteniendo así resultados que permitirá tomar decisiones para competir en el mercado.

#### 4.- Cual es la presentación de Shampoo de romero que más se vende

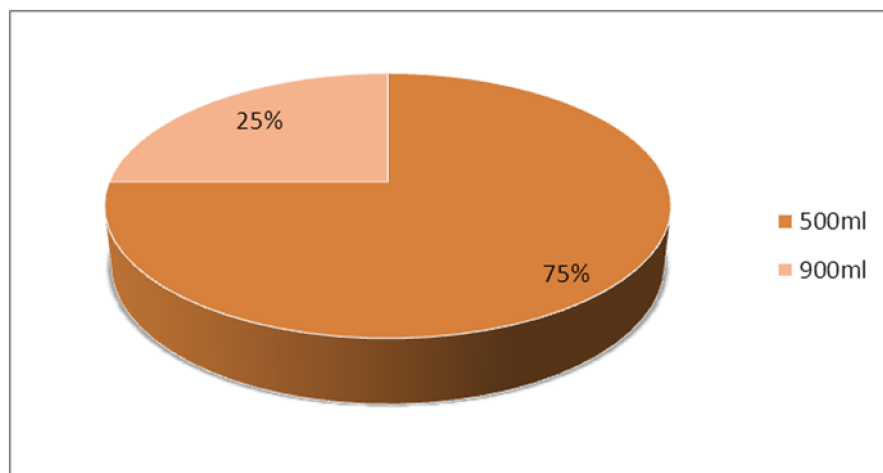
Cuadro N°4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
500ml	6	75
900ml	2	25
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°4



**INTERPRETACIÓN:** la presentación que se expende a los diferentes ALIVINATUS por su mayor preferencia de los clientes es la presentación del Shampoo de 500ml obteniendo un resultado del 75%, y con un porcentaje mínimo del 25% lo prefiere en la presentación de 900ml.



**6.- Que cantidad mensual vende usted**

**CUADRO N°6**

ALTERNATIVA	VENTAS MENSUAL ENVASES	CANTIDAD LITROS 0,5L (500mL)	CANTIDAD LITROS ANUALES
500ml	45000	22500	270000
900ml	6000	3000	36000
<b>TOTAL</b>	<b>51000</b>	<b>25500</b>	<b>306000</b>

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

**INTERPRETACIÓN:** Los distribuidores tienen dos presentaciones de Shampoo que son el de 500ml y 900ml obteniendo resultados que la presentación que más venden es la de 500m 270.000 litros anuales y el de 900ml 36000 litros.

**7.- Usted realiza alguna promoción del producto**

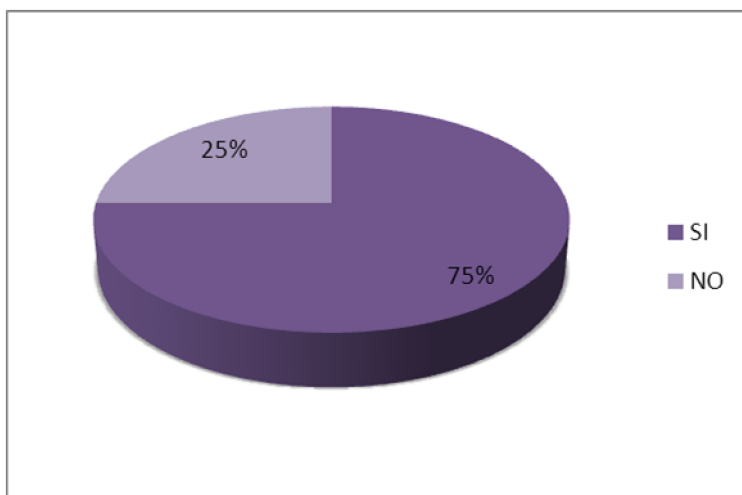
**CUADRO N°7**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	6	75
NO	2	25
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

**GRAFICO N°7**



**INTERPRETACIÓN:** Los distribuidores la mayoría de ellos si realizan publicidad el 75% lo hace en los diferentes medios publicitarios y el 25% no hace ningún tipo de publicidad.

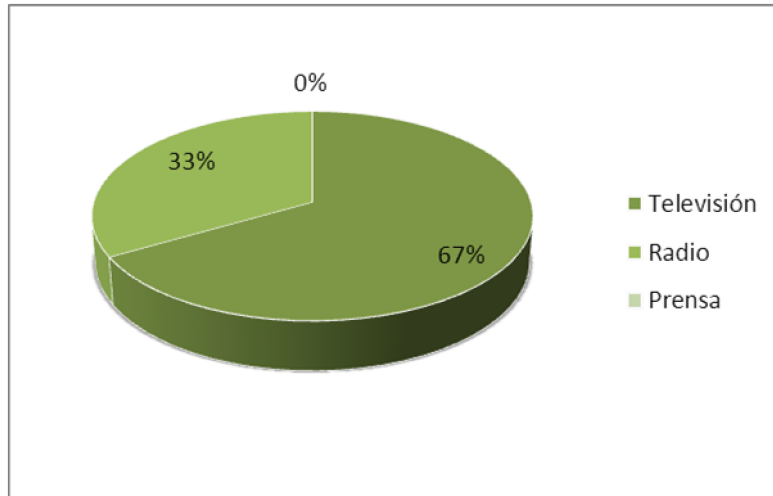
**8.- En que me dio de comunicación realiza usted la publicidad**

**CUADRO N°8**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	4	67
Radio	2	33
Prensa	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

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

**GRAFICO N°8**



**INTERPRETACIÓN:** el 67% lo realiza la publicidad en la televisión en el medio que tiene mayor acogida mientras que el 33% lo hace en la radio y otro porcentaje no realiza ningún tipo de publicidad.

## g. DISCUSIÓN

### 7.1. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado, tiene la finalidad de realizar un análisis específico y objetivo de las condiciones del mercado, es principalmente conocer la opinión de la gente en cuanto a la introducción del producto al mercado. Ya que es muy importante que los posible clientes acepten el producto el mismo que es fácil de adquirir, de buena calidad y a un buen precio y además que se utiliza productos naturales para tener un cabello, fuerte, hermoso y saludable. Se pretende ofrecer un producto 100% natural, se realiza un análisis de la demanda, oferta, precios, comercialización, aspectos que determinarán la dinámica comercial que pretende ofertar en el mercado.

#### 7.1.1. PRODUCTO PRINCIPAL



**“SHAMPOO DE ROMERO”** En el mercado existe gran cantidad de productos y marcas de shampoos que no cumplen con las expectativas del cliente. Es por ello la necesidad de implementar un Shampoo natural

de romero que aparte de satisfacer la necesidad de la limpieza personal, ayudara a evitar la caída de cabello, fortalecimiento y crecimiento con ingredientes naturales este producto puede ser usado por toda la familia, ya que es para hombres y mujeres, no causa daño alguno al cuero cabelludo. El Shampoo tiene las siguientes características

- Mantiene el cabello con un Brillo radiante
- Suavidad al momento de peinarse
- Hidratación profunda desde la raíz hacia las puntas del cabello
- Desenrieda el cabello con facilidad

#### **7.1.2. SUBPRODUCTOS**

El proyecto a implementarse no se obtienen productos secundarios de la materia prima utilizada para la producción de Shampoo de Romero, de la planta se extrae la esencia y una vez extraída solo queda la planta sin ningún beneficio, ya que el mismo es desechado y no tienen ningún beneficio para la producción de otro producto.

#### **7.1.3. PRODUCTO COMPLEMENTARIO**

Al momento de utilizar el Shampoo de Romero en el cabello, el complemento es el agua el mismo que sirve para eliminar la espuma del cabello y dejarlo libre de residuos.

#### 7.1.4. PRODUCTO SUSTITUTO

El Shampoo de romero, el producto que lo sustituye son las diferentes marcas de shampoos que existe en el mercado, los mismos que constituyen productos sustitutos directos y potenciales en el mercado actual ya que satisfacen la misma necesidad de limpieza del cabello pero de maneras diferentes.

#### 7.2. DEMANDANTES

El Shampoo de romero, es un producto natural va dirigido a las familias contando así con una población 46.250 familias de la ciudad de Loja, dentro del estudio las personas encuestadas al adquirir un Shampoo, se basan en algunos problemas como es la caída del cabello, quebradizo o el más común la caspa, entre otras cosas y si hay muchos productos pero no todos ayudan a prevenir caída del cabello y el Shampoo de Romero ayudara a estos problemas.

#### Proyección de la demanda

En el siguiente cuadro se muestra la proyección de cada una de la población de la ciudad de Loja, para los 5 años de vida útil que tendrá el presente proyecto de inversión, a la proyección se la realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja que es el 2,65% anual.

**FORMULA:**  $P_n = Pa(1 + i)^n$  Pa = N° familias de la ciudad 48734

I = tasa de crecimiento 2,65%

$$P_n = 48734(1 + 0,0265)^2$$

$P_n = 50025$  Familia

**CUADRO N°3**

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Familias</b>
2012	<b>194.935</b>	<b>48.734</b>
1	200.101	50.025
2	205.403	51.351
<b>3</b>	210.847	52.712
4	216.434	54.109
5	222.170	55.542

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

**CUADRO N°4**

**PROYECCIÓN POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE LOJA**

<b>PERIODO</b>	<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL T.C. (2,65%)</b>	<b>INTEGRANTES POR FAMILIA</b>	<b>NÚMERO DE FAMILIAS</b>
0	2012	194.936	4	48.734
1	2013	200.096	4	50.024
2	2014	205.404	4	51.351
3	2015	210.844	4	52.711
4	2016	216.432	4	54.108
5	2017	222.168	4	55.542

FUENTE: INEC-CENSO 2010

ELABORACION: La autora

### 7.2.1. DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial expresa el crecimiento de nuestro mercado, orientado a la ciudad de Loja con 46250 familias, basándose en las proyecciones de la población en los próximos 5 años con la tasa de crecimiento del 2,65% y un consumo percapita de 12,23 litros

#### Consumo Percapita

El consumo percapita se obtuvo de la siguiente pregunta ¿Cada que tiempo adquiriría el Shampoo de romero?

**CUADRO N°4**

#### CONSUMO PERCAPITA

Alternativa	500ml	900ml	TOTAL		
Quincenal	204	28	232		
mensual	24	46	70		
<b>TOTAL</b>	228	74	302		
Alternativa	500ml	900ml			
	0,5	0,9	TOTAL	F	XF anual
Quincenal	102	25,2	127,2	24	3052,8
mensual	12	41,4	53,4	12	640,8
TOTAL					3693,6

Fuente: Pregunta N°9  
Elaboración: La Autora

**FORMULA:**

$$\bar{X} = \frac{\sum XF}{n}$$

$$X = \frac{36936}{302}$$

$$X = 12,23$$



## CUADRO N°5

### DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	PERIODO	FAMILIAS
0	2012	48.734,00
1	2013	50.024,00
2	2014	51.351,00
3	2015	52.711,00
4	2016	54.108,00
5	2017	55.542,00

Fuente: Datos del INEC

Elaboración: La autora

### 7.2.2. DEMANDA REAL

Para obtener la demanda real, se tomó en consideración la pregunta N°2 que dice **¿Utiliza usted Shampoo?** el 99% de las personas encuestadas si utilizan Shampoo con los datos obtenidos se realiza la proyección de la demanda real, expresada para 5 años.

## CUADRO N°6 DEMANDA REAL

AÑOS	PERIODO	DEMANDA POTENCIAL FAMILIAS	DEMANDA REAL 99%FAMILIAS
0	2012	48.734	48.247
1	2013	50.024	49.524
2	2014	51.351	50.837
3	2015	52.711	52.184
4	2016	54.108	53.567
5	2017	55.542	54.987

Fuente: Cuadro N°5

Elaboración: La autora

### 7.2.3. DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se basó a la pregunta N°7 **¿Adquiriría Usted un Shampoo natural de Romero que le brinde a su cabello todos los beneficios que necesita?**, las 381 encuestadas las 302 familias contestaron que sí usarían el **SHAMPOO DE ROMERO**, entonces se procede a multiplicar la demanda real por el porcentaje de afirmaciones que corresponde al 79%. A continuación se presenta un cuadro de la proyección de la demanda efectiva.

**CUADRO N°7**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>PERIODO</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 79%</b>	<b>CONSUMO PERCAPITA</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA ESPERADA EN LITROS</b>
0	2012	48.247	38.115	12,23	466.145
1	2013	49.524	39.124	12,23	478.484
2	2014	50.837	40.162	12,23	491.177
3	2015	52.184	41.225	12,23	504.185
4	2016	53.567	42.318	12,23	517.548
5	2017	54.987	43.439	12,23	531.264

**Fuente:** Cuadro N°6

**Elaboración:** La autora

### 7.3. ESTUDIO OFERTA

Para determinar la oferta del Shampoo de Romero, se recolecto información mediante la aplicación de la encuesta, la cual se la hizo a los distribuidores que expenden Shampoo Naturales (Alivinatus) en la ciudad de Loja.

A continuación el siguiente cuadro muestra la cantidad anual que se distribuye en la ciudad.

### 7.3.1. BALANCE OFERTA – DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos, en la aplicación de la encuesta se puede dar cuenta que si existe una demanda insatisfecha, debido a que la oferta total es menor a la demanda efectiva. El porcentaje del 1,7% se lo obtuvo mediante la consulta de productos naturales. Por esta razón se deduce que este proyecto si es factible para la producción.

#### CUADRO N°8

#### BALANCE OFERTA – DEMANDA

PERIODO	AÑOS	DEMANDA EFECTIVA ESPERADA 79%	OFERTA 1,7% LITROS	DEMANDA INSATISFECHA
0	2012	466.145	306.000	160.145
1	2013	478.484	311.202	167.282
2	2014	491.177	316.492	174.684
3	2015	504.185	321.873	182.312
4	2016	517.548	327.345	190.203
5	2017	531.264	332.910	198.354

Fuente: Cuadro N°14

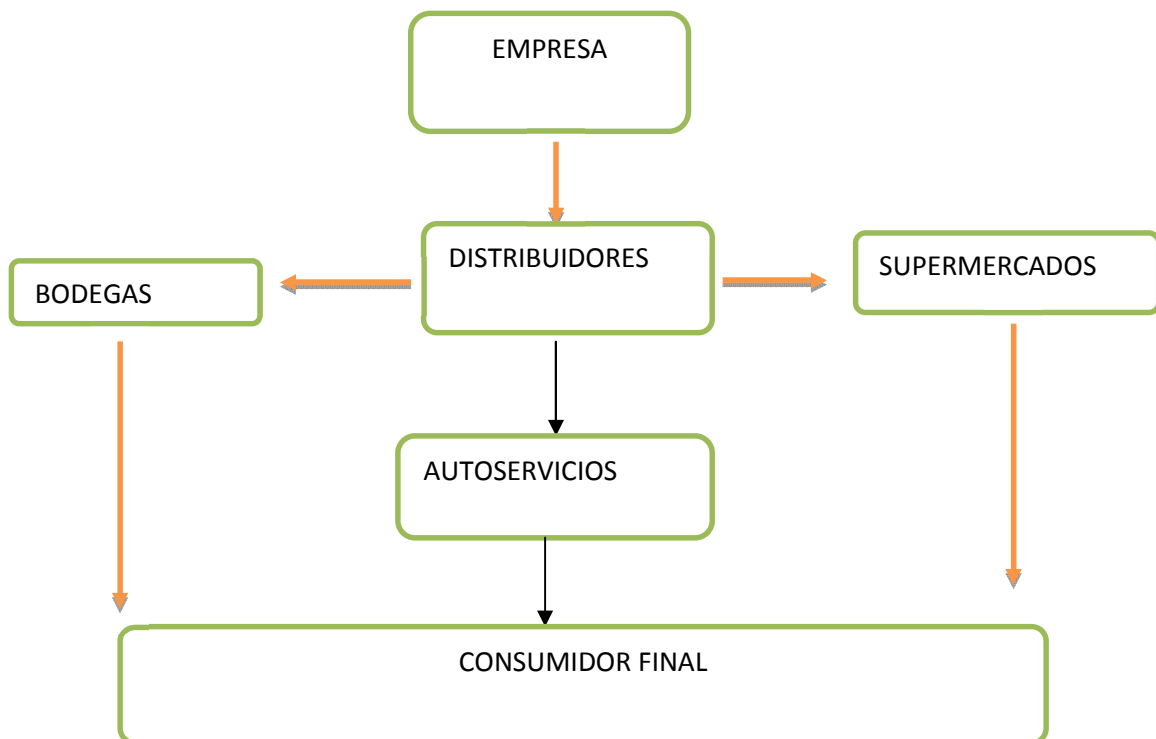
Elaboración: La autora

## 7.4. PLAN COMERCIAL

### 7.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO – MERCADO

El “**SHAMPOO DE ROMERO**” será elaborado con ingredientes naturales como la planta de Romero 100% natural, el envase contendrá una etiqueta con la cual se presentara el producto en el mercado. La capacidad del envase será de 500 ml. Se utilizará las técnicas y estrategias adecuadas para brindar un Shampoo de calidad que brinda satisfacción al cliente, y a la vez abarcar al mercado tomando en consideración una estrategia comercial efectiva, con la finalidad de llegar a ser una empresa productora líder en el mercado lojano.

### 7.4.2. CANAL DE DISTRIBUCIÓN



## Objetivos

- Captar un mayor número de clientes
- lograr una mayor cobertura o exposición del producto
- Lograr posesionar el producto en el mercado
- Lograr que la ciudadanía conozca de forma clara todos los beneficios

## PRODUCTO

Este Shampoo de Romero, ayudara a prevenir la caída del cabello, a eliminar la caspa, y al mismo tiempo fortalecerá al cabello; este producto puede ser usado por todas la familia gracias a sus ingredientes naturales.

## CARACTERISTICAS FISICAS

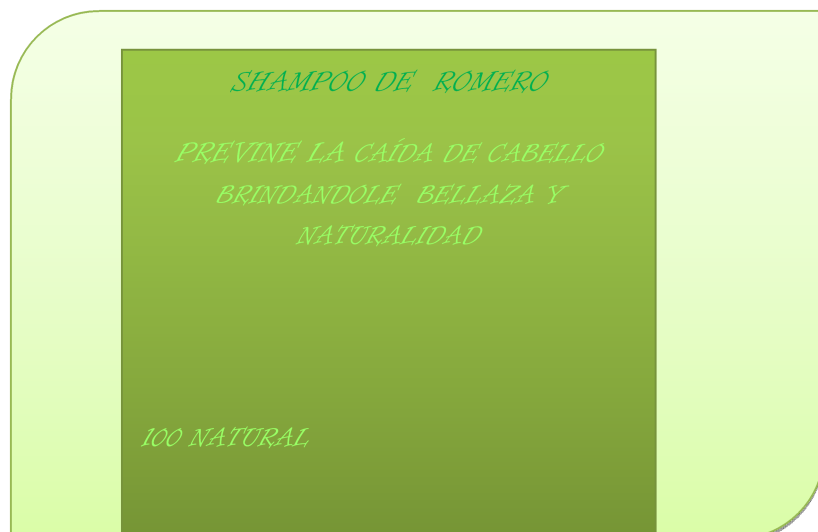
La presentación del producto será en envases de plástico, el contenido del Shampoo es de 500 ml.

### Nombre Del Producto



SHAMPOO DE ROMERO

### Logotipo



## PRECIO

Para determinar el precio del producto, se lo realizará mediante previo análisis a los costos totales de producción, que se utilizan en la producción del Shampoo de Romero y al mismo se agregará el margen de utilidad del 35%.

- Ofrecer un precio justo y accesible a los consumidores maximizando el uso de los recursos para lograr menos costos.
- Acentuar al público que el precio del producto está a nivel de los demás Shampoo que existen en el mercado.

## ETIQUETA

En la actualidad, la "**etiqueta**" es una parte fundamental del producto, el mismo que contiene los ingredientes con son: el romero, químicos naturales, la presentación es de envase de plástico de 500ml, la etiqueta contine la fecha de caducidad y beneficios.

## ETIQUETA



## **PLAZA**

E canal de comercialización del Shampoo de Romero será de forma productor, distribuidos a bodegas, supermercados y Autoservicios para llegar al consumidor final.

### **Objetivos**

Llegar con el producto en toda la ciudad

Captar la mayor cantidad de minoristas

### **Estrategias**

Ofrecer el producto a todos los supermercados de la ciudad para generar mayor competitividad del Shampoo de Romero

Ponerlo a disposición en las bodegas de la parte central de la ciudad que es donde más acuden las personas.

## **PUBLICIDAD**

La empresa productora de “**SHAMPOO DE ROMERO**”, mediante la encuesta aplicada la mayoría de familias les gustaría que se realice la publicidad a través de los siguientes medios y formas:

### **a) Medios**

✓ TV

✓ Radio

### **b) Formas**

La publicidad que se realizara en el canal Ecotel TV diariamente por un mes en todos los horarios para dar a conocer el Shampoo de romero



**Ahora ya hay lo que tú estabas buscando para tu cabello un Shampoo que le brinde todos los beneficios** y necesidad de la limpieza personal que ayudara a evitar la caída de cabello, fortaleciendo el crecimiento con ingredientes naturales y este producto puede ser usado por toda la familia, ya que es para hombres o mujeres.

## 7.5. ESTUDIO TECNICO

### 7.5.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

#### a) TAMAÑO

La determinación del tamaño de la planta responde al análisis de los resultados

del estudio de mercado, tomando para ello variables como:

- Disponibilidad de material prima.



- Demanda.
- Volumen de inversiones.
- Disponibilidad de insumos.
- Costos estimados.

Todos estos aspectos permitirán seleccionar un tamaño adecuado para que no existan mayores inconvenientes en la producción. El siguiente cuadro se muestra el tamaño que va a cubrir la empresa o proyecto en referencia a la capacidad que se va a utilizar de la producción que es de 132.000 litros anuales.

**CUADRO N°9**

TAMAÑO	LITROS	%
Demanda Insatisfecha	160.145	100,0
Demanda a cubrir por la empresa	132.000	82,43

**Fuente:** Cuadro N°8

**Elaboración:** La Autora

- **CAPACIDAD INSTALADA**

En la producción de Shampoo de Romero, para realizar el cálculo se basa en el componente tecnológico en este caso se trabajara con el 100% de capacidad instalada en un periodo determinado de vida de la empresa

Para poder obtener la capacidad instalada de la empresa Juslys se la determinara en base a la capacidad que tiene la maquinaria para producir el Shampoo, la cual es 62,50 litros por hora, considerando que la maquinaria tiene la capacidad máxima de funcionar las 24horas del día

30 días del mes es decir cubrir en totalidad el año completo por lo cual se obtendrá los siguientes resultados.

### CUADRO N°10

FRECUENCIA	L/H	HORAS	LITROS
HORA	62,50	1	62,5
DIARIO	62,50	24	1500,0
MENSUAL	62,50	720	45000
ANUAL	62,50	8640	540000

**Fuente:** Cuadro N°9

**Elaboración:** La Autora

- **CAPACIDAD UTILIZADA**

Se basa en la producción que se va a obtener del Shampoo de Romero, la capacidad de la maquina mezcladora es de 500L – 3000L litros diarios, recalando que en la empresa se elaborara 8horas diarias, 5 días a la semana y 260 días al año la presentación de los shampoos son de 500ml dándonos 2 envases por litro. Es decir se producirá diarios 500 litros mensuales 11000 litros.

✓ Tanque mezcla de Shampoo tiene la capacidad de 500L a 3000 L

### CUADRO N°11

FRECUENCIA	L/H	HORAS	LITROS
HORA	62,50	1	62,5
DIARIO	62,50	8	500
MENSUAL	62,50	176	11000
ANUAL	62,50	2112	132000

**Fuente:** Cuadro N°8

**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N°12**

CAPACIDAD INSTALADA			CAPACIDAD UTILIZADA	
FRECUENCIA	Lt	%	Lt	%
Diario	1500	100	500	33,33
Mensual	45000	100	11000	24,44
Anual	540000	100	132000	24,44

**Fuente:** Cuadro N°11

**Elaboración:** La Autora

## **b) LOCALIZACIÓN**

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar de ahí que se deba encontrar una localización adecuada, y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas. Para definir la localización de la empresa “JUNSLYS CIA LTDA”; es decir el lugar físico en el que se desarrollara la actividad productiva debe tomarse en consideración algunos factores importantes:

- **MACROLOCALIZACIÓN**

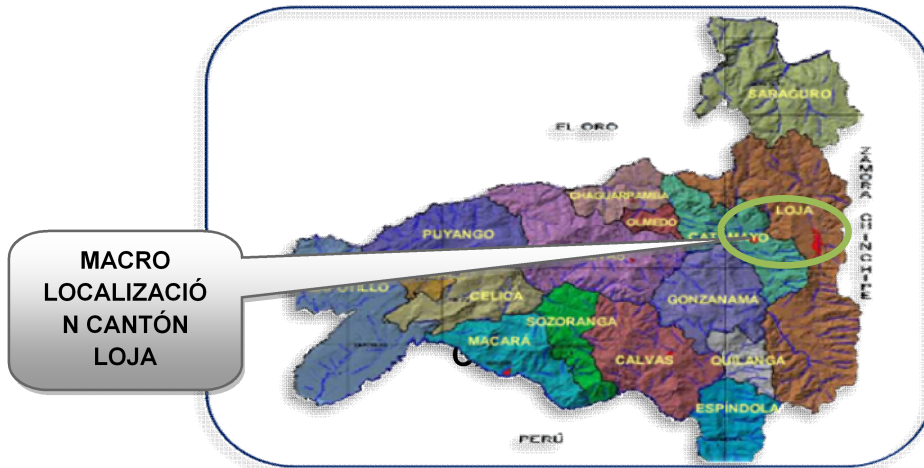
### **Ubicación**

La empresa **JUNSLYS** se dedica a la producción de Shampoo de Romero 100% natural, se encontrará ubicado al occidente de la ciudad de Loja en la avenida Eugenio Espejo y Najaros, este sector es específico por que se encuentra a las afueras de la ciudad y es factible para la producción.

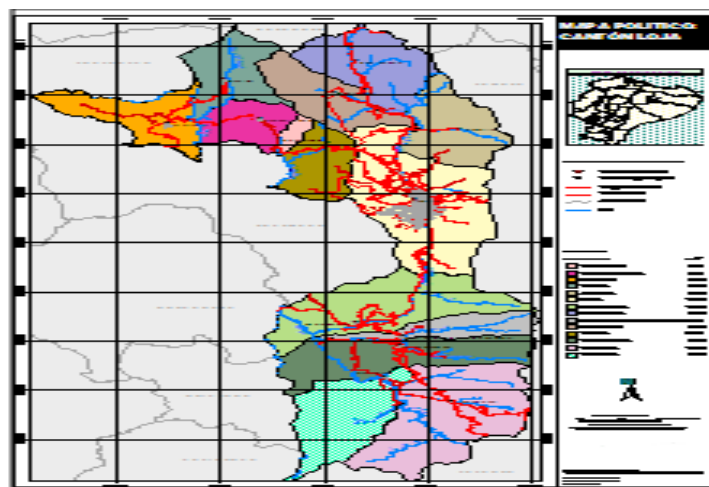
## MAPA DE ECUADOR



## MAPA DE LA PROVINCIA

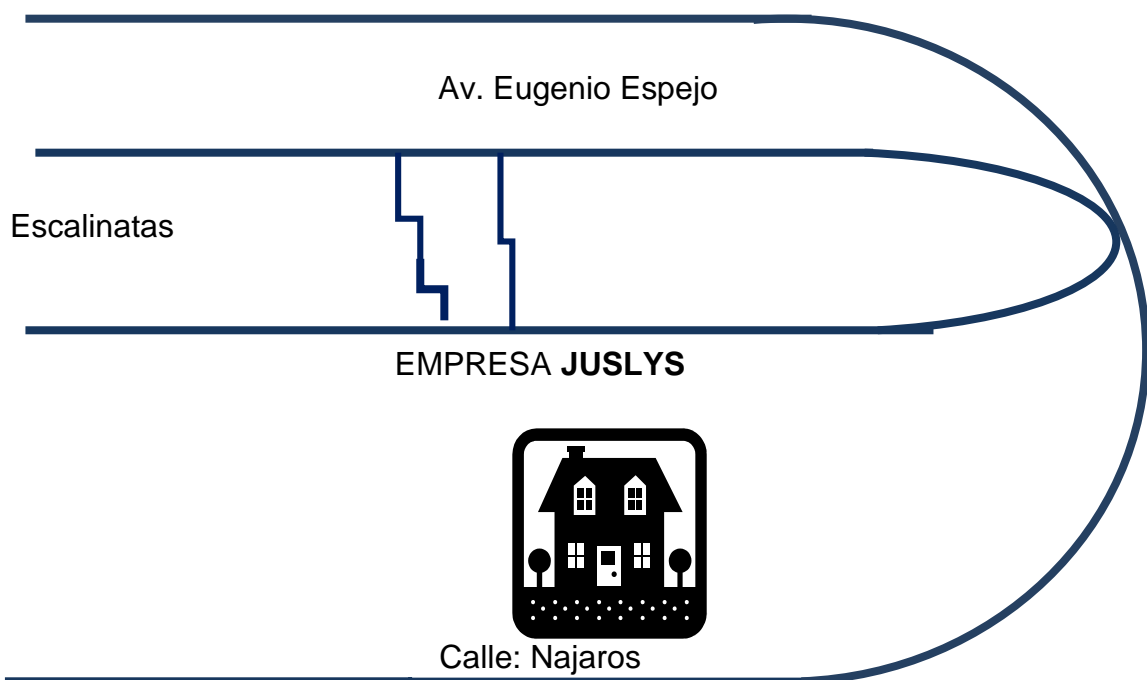


## CANTÓN LOJA



- **MICROLOCALIZACIÓN**

Después de un análisis minucioso se ha creído conveniente localizar a la empresa de producción de Shampoo de Romero “**JUSLYS**” en las calles avenida Eugenio Espejo y Najaros la misma que se encuentra a fueras de la ciudad y es perfecto para la producción ya que este lugar es de fácil acceso ya que cuenta con vías en perfecto estado para hacer llegar las materias primas y la mano de obra y se puede distribuir fácilmente el producto.



- **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

Una vez determinado el sitio donde se instalara la empresa de producción de Shampoo de romero “**JUSLYS**”, se detallan los aspectos que

permitirán el normal funcionamiento de la empresa, el cual reúne los factores básicos, que a continuación se anuncian:

✓ **Materia Prima.-** La materia prima que se obtendrá para la producción del Shampoo de romero será de origen cantonal de la provincia de Loja, contamos con tres proveedores que están ubicados en diferentes lugares como son: Vilcabamba, Saraguro y Célica ya que cultivan gran cantidad de la planta de romero que es indispensable para la producción del Shampoo.

✓ **Tecnología.-** Para llevar a cabo la producción de shampoos utilizaremos maquinaria de punta con la finalidad que el cliente se sienta satisfecho con el producto y sus resultados el mismo que genera un producto de calidad y competitivo en el mercado.

✓ **Mano de Obra:** concerniente a la disponibilidad de mano de obra calificada contaremos con personal con experiencia en producción y manejo de tecnología y mantenimiento de la maquinaria.

✓ **Disponibilidad de Servicios Básicos:** El lugar cuenta con todos los servicios básico como son: agua, luz eléctrica, teléfono, alcantarillado, los elementos antes mencionados son importantes para el desarrollo de la producción de shampoos.

✓ **Accesibilidad al Mercado.-** La empresa estará ubicada en el sector antes mencionado, Haciendo referencia a los proveedores, la

ubicación es excelente ya que cuenta con vías de acceso en perfecto estado para el traslado de la materia prima a la empresa tiene un espacio adecuado para estacionarse y descargar la materia prima de igual forma tiene los distribuidores al momento de trasladar el producto al carro.

## **7.6. INGENIERIA DE PROYECTO**

### **7.6.1. COMPONENTE TECNOLÓGICO**

En la producción del Shampoo contaremos con tecnología de punta el mismo que nos permitirá obtener el producto en el menor tiempo posible se utilizara un tanque de mezcla del Shampoo y un máquina de llenado, el etiquetado del envase del Shampoo se lo realizara manualmente.

Para la producción utilizaremos lo siguiente:

#### **TECNOLOGIA**

#### **MAQUINA DE LLENADO DEL SHAMPOO**

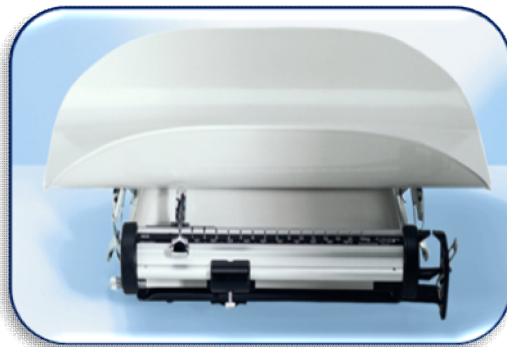


**☒ TANQUE DE MEZCLA DE SHAMPOO**



**UTENCILIOS QUE SE UTILIZARA PARA LA PRODUCCION DE SHAMPOO**

**☒ BÁSCULA**



**☒ OLLAS DE ALUMINIO INOXIDABLE**





## CUCCHARAS



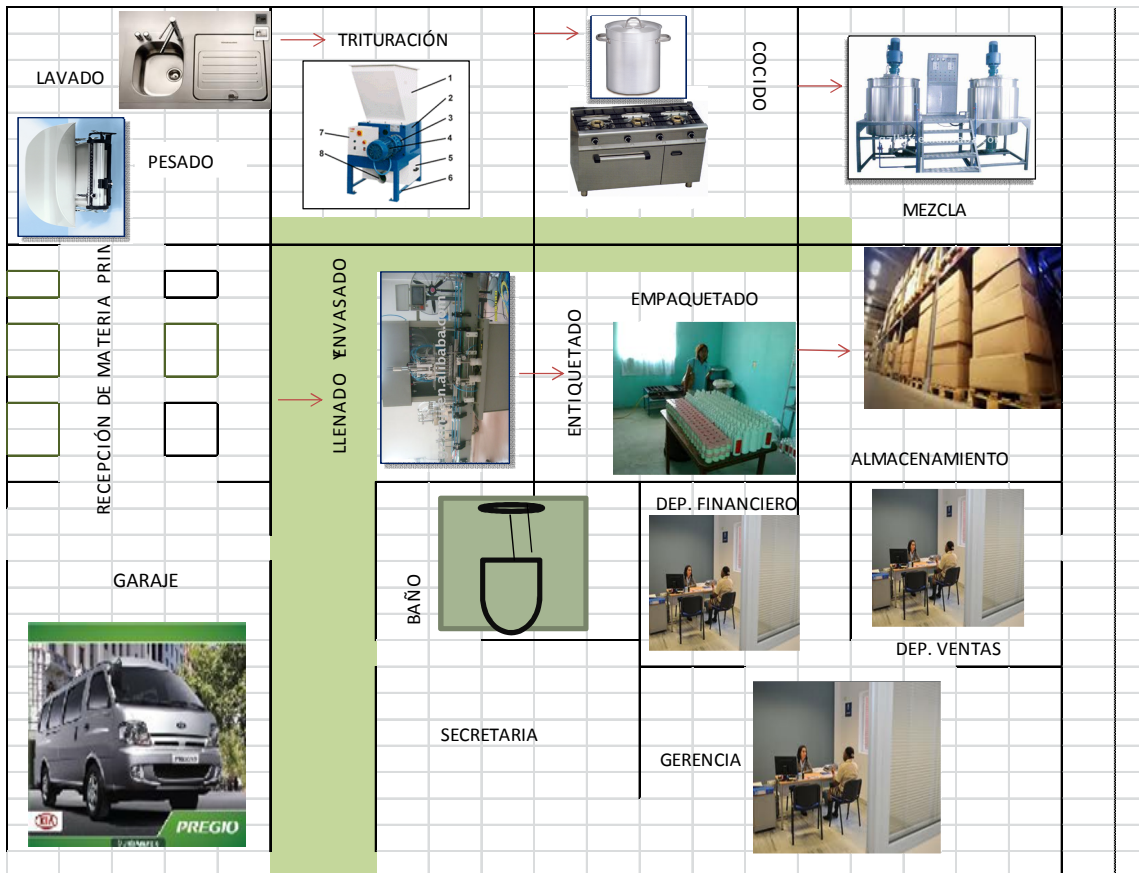
### 7.6.1.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

#### PRIMER PISO

Se ocupara en su totalidad el primer piso el mismo que estará dividido en diferentes áreas ya que es amplio lugar donde funcionara la área de producción del Shampoo de Romero el mismo que estarán ubicadas las maquinas que se necesita para realizar el proceso productivo y también estará almacenado la materia prima. En otra área se almacenara los productos ya terminados para empacarlos y sellarlos el mismo que estarán listos para la distribución. Y en otra área estarán las respectivas oficinas para la atención al cliente.

#### 7.6.1.2. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Estará distribuida de esta manera para el proceso productivo.



## Requerimientos

### PROCESO DE PRODUCCIÓN

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SHAMPOO DE ROMERO

1. **Recepción y almacenamiento de las materias primas.** En esta actividad se efectúa la recepción y almacenamiento temporal de las materias primas necesarias para el proceso de producción de los shampoos. En particular se registran los datos del proveedor, procedencia, costo y cantidad entregada.

- 2. Transporte de las materias primas al área de proceso.** Las materias primas se trasladan por medio de diablos al área de proceso, las cuales se distribuyen para la preparación del Shampoo
- 3. Trituración.** En este paso se realiza la pulverización de las hojas de romero hasta que alcancen el tamaño de una micra.
- 4. Preparación del Shampoo con los diferentes ingredientes que intervienen en el producto.** Se selecciona las cantidades y proporciones de los diferentes ingredientes que son: agua, sodium Laureth sulfate, Cocamidopropyl Betaine, Extracto Hidroglicérico de Romero, PEG-7- Glyceryl Cocoate, PEG-15 Cocopolyamine, Cloruro de Sodio, Propyleneglycol, Diazolidinyl Urea, Methylparaben, Propylparaben, Aceite Esencial, Colorante natural. Se toma en cuenta la cantidad de unidades que se va a producir.
- 5. Inspección.** Concluido el proceso se deberán tomar muestras del champú, con objeto de realizar las pruebas de inspección necesarias para garantizar que el producto cumpla con las propiedades y características establecidas en la formulación final del producto.
- 6. Transporte al área de envase.** El producto se transporta por medio de recipientes que se mueven en carritos al área de envase.
- 7. Envasado.** El producto se envasa en botellas de plástico previamente impresas con tinta resistente al agua, la cual deberá

contener la información del fabricante, ingredientes y código de barras entre otros.

Para realizar esta actividad se emplea una llenadora eléctrica.

**8. Cerrado de botellas y empaçado.** Una vez efectuado el llenado de las botellas se procede a una revisión final y al cierre de los envases de forma manual. Las botellas se colocan en cajas de cartón para ser trasladadas al almacén de producto terminado.

**9. Transporte al almacén del producto terminado.** Las cajas se transportan al almacén de producto terminado por medio de diablos.

**10. Almacenamiento de producto terminado.** Las cajas con el producto terminado se almacenan en la bodega. Es importante que permanezcan un mínimo de 24 horas en reposo antes de su distribución.

## **CANTIDADES REQUERIDAS PARA LA PRODUCCIÓN SHAMPOO DE ROMERO**

Para la producción de Shampoo de romero para 1 litro de Shampoo se necesita 100g de romero, la cantidad por hora se multiplica cantidad por litro por 62,5 litros que es la capacidad por hora de la maquinaria dando una cantidad de 6250g de romero, para el requerimiento por día se multiplica la cantidad por hora (6250g) por las 8 horas k se elaborara en el día ; obteniendo 50.000g estos se transforman en kg dividiéndolos para 1000 dando un total de 50kg de romero por día, la cantidad mensual se

multiplica el número de días que se trabajara en el mes que es de (22días) por los 50kg diarios obteniendo un total de 1100 kg de romero mensuales. Este proceso se hace con todos los ingredientes k se utiliza para la elaboración del Shampoo.

Para la producción de Shampoo de romero se producirá diariamente trabajado las 8 horas días de acuerdo al proceso de producción que está a continuación.

**Proceso para la elaboración de 500 Litros diarios de Shampoo de Romero**

DESCRIPCIÓN						TIEMPO	OBSERVACIÓN
	○	□	⇨	▷	▽		
compra de materia prima	○						
pesado de hojas secas	○					0:0'50''	
traslado de hojas a la trituradora			○			0:0'50''	se trasladan 5canecas
trituration	○					1:00''	
colocación de agua en la marmita	○					0:30'00''	300 Litros cada marmita
calentamiento de agua de la marmita	○					0:30'00''	
Colocación del romero en la olla		○				0:0'30''	
Traslado del romero a la mezcladora	○					1:0'00''	
Proceso de mezclado	○					3:0'00''	
Traslado del Shampoo a la maquina	○					0:40'0''	
Llenado de envases	○					3:40'0''	
Proceso de empaquetado	○					2:0'00''	
Almacenamiento					○	0:0'50''	
Total							

**SIMBOLOGIA**

Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenamiento
○	□	⇨	▷	▽

## **DISEÑO ORGANIZACIONAL**

### **MISIÓN**

Satisfacer la demanda de las personas que necesitan un producto para su higiene que les ayude con el cuidado de su cabello y previniendo la caída del cabello con los ingredientes naturales. El objetivo de la empresa es ser líder en el mercado local y provincial en la producción de Shampoo de Romero.

### **VISIÓN**

Crear una nueva línea de Shampoos, con los productos naturales que no sean tan costosos pero de buena calidad para que la empresa siga creciendo orientando la distribución, principalmente establecer un lugar fijo en donde puedan llegar pedidos de todo el país para ampliar nuestro mercado para hacerlo llegar a supermercados y tiendas de autoservicio. En un lapso de 2 años constituir más establecimientos en el país así también ver las posibilidades de exportar el producto.

### **BASE LEGAL**

La empresa funcionara bajo la denominación de Compañía de Responsabilidad Limitada "CIA LTDA", la misma que se dedicara a la producción y comercialización de Shampoo de Romero. Se ha creído conveniente organizar la empresa bajo este tipo compañía, debido a las ventajas que nos ofrece la Ley para su constitución.

Este tipo de compañías presenta las siguientes características:

- Para su conformación se necesita de un mínimo de tres y máximo de quince socios. Para la empresa se conformaran de tres socios.
- La administración está ligada a los socios.
- No admite suscripción pública del capital.
- Los títulos son intransferibles.
- No existe libre negociación de acciones.
- Se disuelve por causas legales.
- El monto de la Inversión será \$91.000
- En la escritura de constitución se debe expresar la identidad de los socios, las aportaciones realizadas y las participaciones asignadas en pagos, los estatutos, el modo en que se organiza la administración y quienes serán los administradores.
- En los estatutos se hará constar al menos la denominación de la sociedad, el objeto, domicilio y capital social, la fecha de cierre del ejercicio social y el modo de organizar la administración de la sociedad.
- La constitución de las sociedades se hará mediante escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, con lo cual adquiere su personalidad jurídica.

La empresa se registrará por las disposiciones de la Superintendencia de Compañías y la Ley de Compañías, puesto que adoptara la forma jurídica antes mencionada. Así mismo, estará enmarcada bajo el Código de



Trabajo que le permitirá desarrollar sus actividades en un ambiente armónico de directivo, empleado y Obreros, y donde estos tienen sus derechos y obligaciones.

### **RAZÓN SOCIAL**

La razón social de la empresa, se dará de acuerdo a los accionistas, según criterio y para efectos del presente trabajo, la empresa en la producción y comercialización de Shampoo de Romero se denominara “**JUSLYS Cía. Ltda.**”.

#### **❖ Objetivo Social**

La empresa “JUSLYS”, tendrá como su objeto social, la producción de Shampoo de Romero para las familias de la ciudad de Loja y estará ubicada en la Av. Eugenio Espejo y Najaros

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

### **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

#### **Organización de la Empresa**

Estructuralmente la compañía tendrá los siguientes niveles.

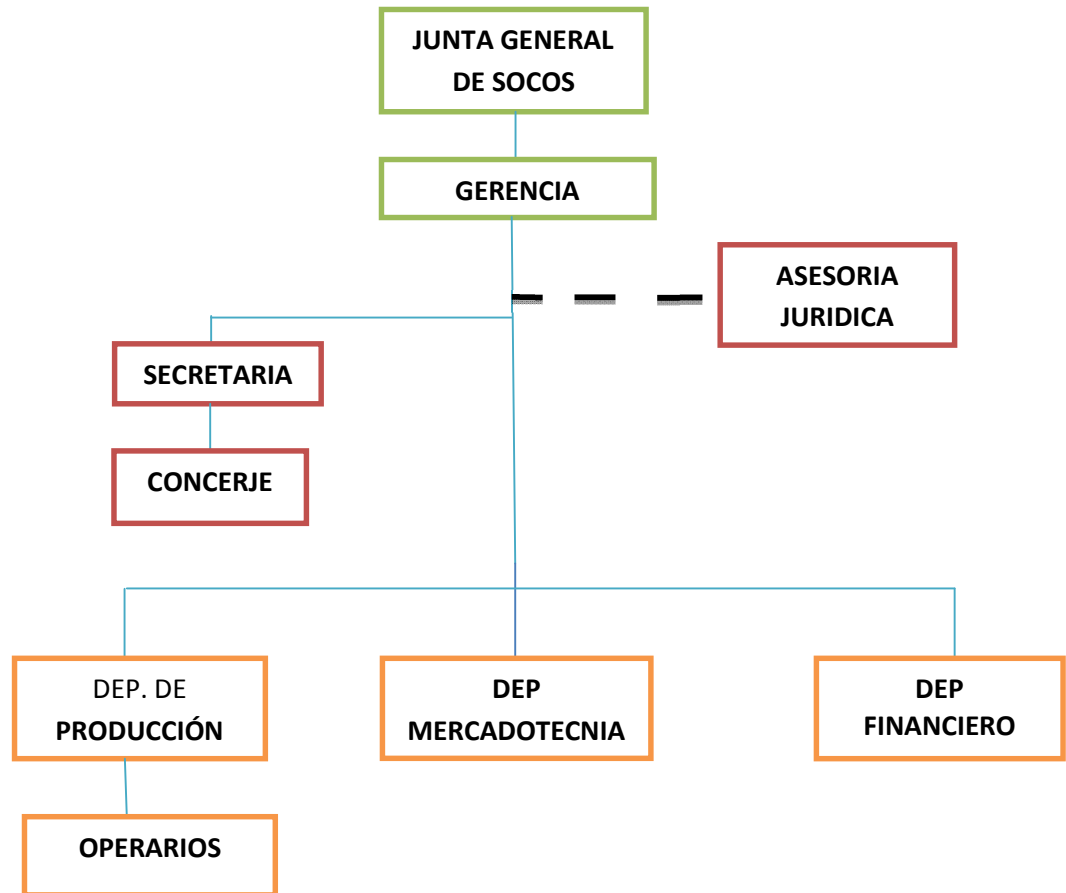
- a) **NIVEL LEGISLATIVO.-** Estará constituido por la Junta General de Accionistas que lo integraran todos los Socios.
- b) **NIVEL EJECUTIVO.-** Estará constituido por el gerente, que es la persona encargada de ejecutar los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, es decir, se encarga de la representación jurídica y extrajudicial de la empresa.
- c) **NIVEL ASESOR.-** Este nivel está encargado de informar, aconsejar, preparar proyectos en materia jurídica, financiera, técnico, contable, industrial y más áreas. Para el presente caso se requerirá un Asesor Jurídico.
- d) **NIVEL AUXILIAR.-** Estará conformado por todas las personas que cumplan funciones administrativas auxiliares. Este nivel sirve de ayuda a otros niveles administrativos en la presentación de servicios con oportunidad y eficiencia, sirve de apoyo a las labores ejecutivas asesoras y operacionales.
- e) **NIVEL OPERATIVO.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de producción. Lo integran las unidades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes; además es responsable de la vida misma de la organización.

## **ORGANIGRAMAS**

Es la representación gráfica de la organización de cualquier entidad y muestra el conjunto de actividades básicas en los departamentos y además las líneas de autoridad y responsabilidad.

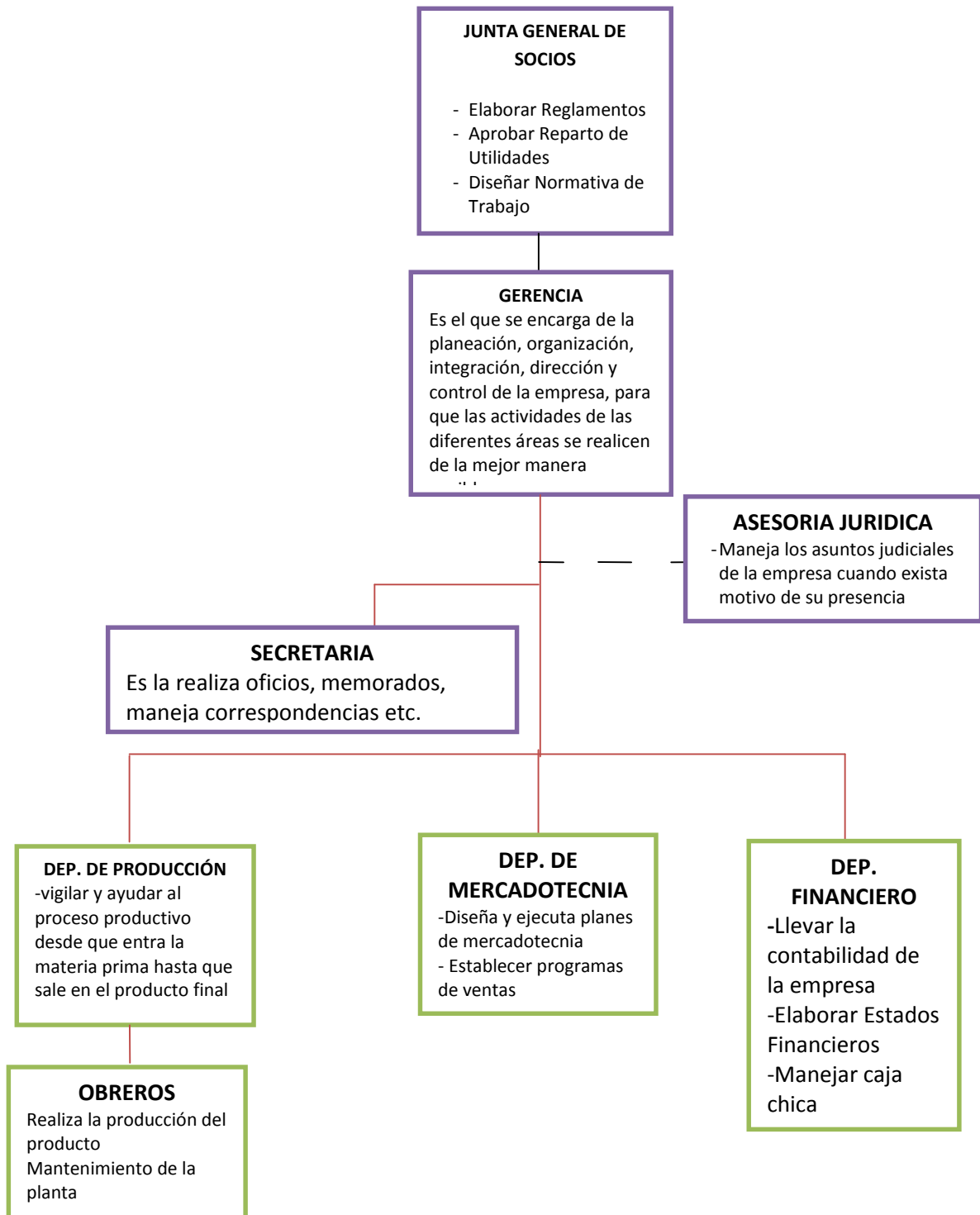
- a) **Organigrama Estructural.**- Representa el esquema básico de toda organización, permitiendo una visión global de la estructura de la empresa.
- b) **Organigrama Funcional.**- Consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa, estableciendo el grado de responsabilidad.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



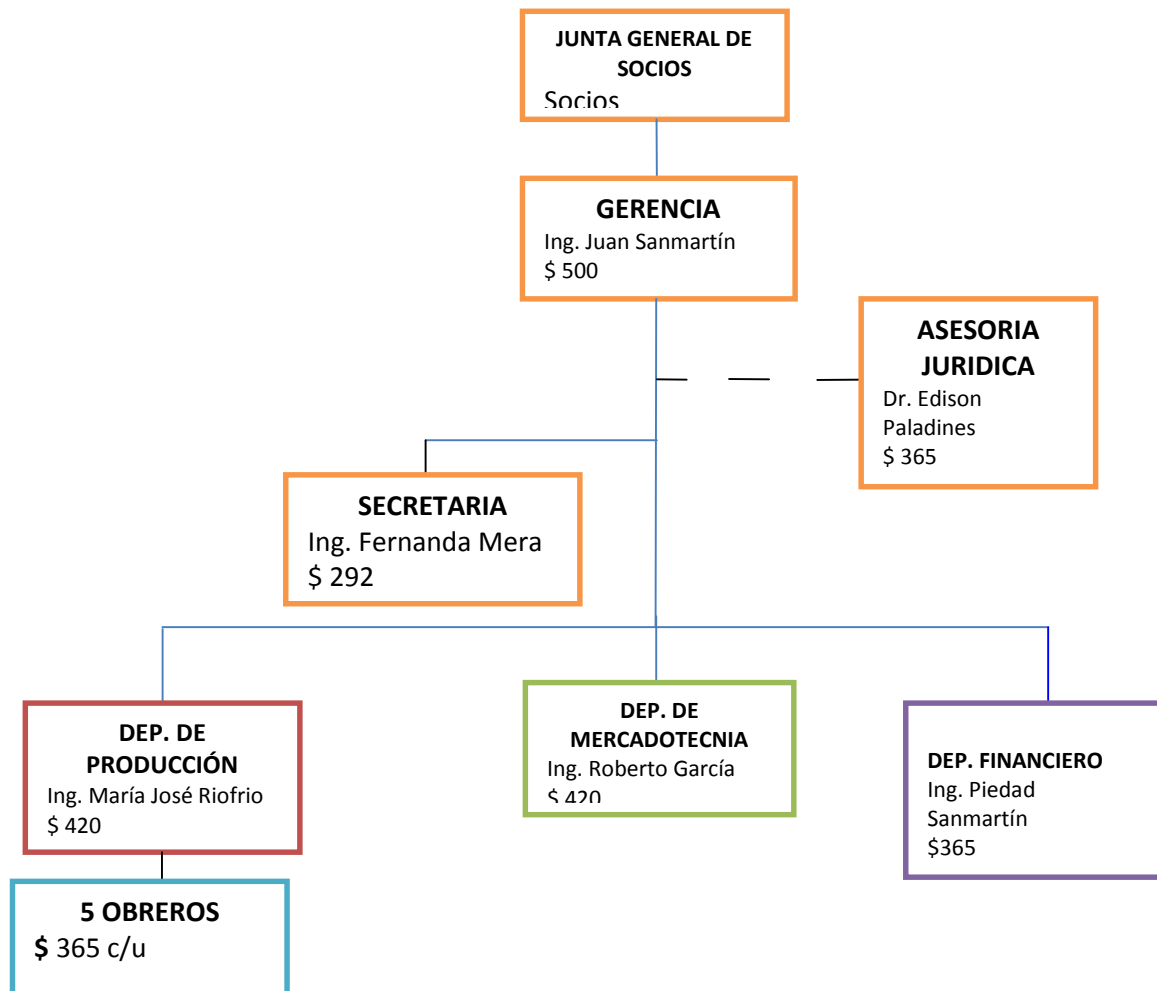
**Fuente:** Libro de Chaveto (Diseño Organizacional)  
**Elaboración:** La Autora

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



**Fuente:** Libro de Chaveto  
(Diseño Organizacional)  
**Elaboración:** La Autora

## ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



Fuente: Libro de Chaveto (Diseño Organizacional)  
Elaboración: La Autora

## **MANUAL DE FUNCIONES**

Los manuales son documentos guías, en los cuales se especifica la información necesaria y las funciones que tienen que desempeñar cada uno de los integrantes de la empresa para un mejor desarrollo de la misma.

## **MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA EMPRESA “JUSLYS”**

### **GERENTE**

**DEPARTAMENTO:** Gerencia

**TITULO DEL PUESTO:** Gerente

**SUPERIORES INMEDIATOS:** junta general

**SUBALTERNOS:** todo el personal

### **NATURALEZA DEL TRABAJO**

Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el representante legal de la empresa, en tal sentido también es el responsable de la misma, debe ser una persona altamente capacitada, debe tener idealmente conocimiento de gestión administrativa especialización en administración.

### **FUNCIONES**

- Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa.

- Establecer conjuntamente con la Junta General de Accionistas los objetivos y metas a cumplir.
- Inspeccionar y analizar la programación de cada uno de los departamentos con el fin de administrar correctamente.
- Participar de las reuniones a las que fuere convocado.
- Dar a conocer a la Junta, los programas de producción, pronóstico de ventas, presupuestos y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Contratar empleados de acuerdo a los requerimientos de la empresa y cumplimiento con los reglamentos del caso.
- Realizar las transacciones comerciales, observando la mejor conveniencia para la empresa.

#### **FUNCIONES SECUNDARIA**

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando un criterio para la solución de los problemas propios al cargo.
- Tener a su cargo la responsabilidad administrativa y económica de las actividades que realiza la empresa.
- Controlar y dirigir las actividades que se produzcan en su área de trabajo.



## **REQUISITOS**

**Educación:** Título de Ingeniería Comercial o Administración de Empresas

**Experiencia:** Haber trabajado 1 años en funciones similares.

**Capacitación:** Cursos de alta Gerencia y Administración de Empresas

## **JEFE FINANCIERO**

**DEPARTAMENTO:** financiero

**TITULO DEL PUESTO:** contadora

**SUPERIORES INMEDIATOS:** gerente

**SUBALTERNOS:** ninguno

### **NATURALEZA DEL TRABAJO**

Realizar labores referentes a los balances e informes financieros de la empresa.

### **FUNCIONES TÍPICAS**

- ✓ Receptar toda la documentación correspondiente a los roles de pago de todo el personal de la empresa y facturas del SRI.
- ✓ Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la empresa; así como los respectivos registros contables, como: libro diario, libro mayor, balances, estados financieros.

## **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE**

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

## **REQUISITOS MÍNIMOS**

- ✓ **Educación:** Título de Contadora (CPA). O en Banca y Finanzas
- ✓ **Experiencia:** 2 años en funciones similares

## **MARKETING**

**DEPARTAMENTO:** Publicidad

**TITULO DEL PUESTO:** Jefe de Marketing

**SUPERIORES INMEDIATOS:** junta general

**SUBALTERNOS:** todo el personal

## **NATURALEZA DEL TRABAJO**

Se ocupara de las estrategias de mercado, como publicidad, promoción y ventas para difundir de manera rápida el producto.

## **FUNCIONES**

- Crear estrategias de Mercado
- Publicidad
- Promocionar y vender para difundir de manera rápida el producto

## **FUNCIONES SECUNDARIA**

- Coordinar y controlar las actividades de la producción en la empresa.

- Actuar con independencia profesional usando un criterio para la solución de los problemas propios.
- Responsabilidad en las actividades que realiza la empresa.

## **REQUISITOS**

**Educación:** Título de Ingeniería Comercial o Administración de Empresas

**Experiencia:** Haber trabajado 1 años en funciones similares.

**Capacitación:** Cursos de alta Gerencia y Administración de Empresas

## **PRODUCCIÓN**

### **JEFE DE PRODUCCIÓN**

**DEPARTAMENTO:** producción

**TITULO DEL PUESTO:** jefe de producción

**SUPERIORES INMEDIATOS:** gerente

**SUBALTERNOS:** obreros

### **NATURALEZA DEL TRABAJO.-**

Planificar, organizar y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

### **CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materia prima y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las existencias.

**FUNCIONES:**

- Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipo.
- Seleccionar el proceso productivo para la elaboración de los productos.
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Realizar un correcto control de calidad del producto
- Organizar cursos de capacitación para el personal a su cargo.

**REQUISITOS:**

**EDUCACIÓN:** TÍTULO de ingeniero industrial

**EXPERIENCIA:** Un año de labores afines.

**ABOGADO**

**DEPARTAMENTO:** jurídico-legal

**TITULO DEL PUESTO:** asesor jurídico

**SUPERIORES INMEDIATOS:** gerente

**SUBALTERNOS:** ninguno

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

#### **FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios 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
- Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.

#### **CARACTERÍSTICAS**

Mantener autoridad funcional más, no de mando en razón de que asesora y recomienda, pero no toma decisiones y participación eventual.

#### **REQUISITOS MÍNIMOS:**

**DURACIÓN:** Título a nivel universitario, doctor en Jurisprudencia.

Abogado.

**EXPERIENCIA:** Dos años en función es similares

**ING. INDUSTRIAL**

**DEPARTAMENTO:** producción

**TITULO DEL PUESTO:** jefe de producción

**SUPERIORES INMEDIATOS: gerente**

**SUBALTERNOS: obreros**

**NATURALEZA DEL TRABAJO.-**

Planificar, organizar y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materia prima y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las existencias.

**FUNCIONES:**

- Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipo.
- Seleccionar el proceso productivo para la elaboración de los productos.
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Realizar un correcto control de calidad del producto
- Organizar cursos de capacitación para el personal a su cargo.

**REQUISITOS:**

**EDUCACIÓN:** TÍTULO de ingeniero industrial

**EXPERIENCIA:** Un año de labores afines.

## **SECRETARIA**

**DEPARTAMENTO:** secretaria

**TITULO DEL PUESTO:** secretaria

**SUPERIORES INMEDIATOS:** gerente

**SUBALTERNOS:** ninguno

### **NATURALEZA DEL TRABAJO**

Realizar labores de asistencia directa al gerente de la empresa

### **FUNCIONES**

- ✓ Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- ✓ Elaborar solicitudes, oficios, comunicaciones o cualquier documento que el gerente solicite.
- ✓ Atender al cliente.

### **CARACTERÍSTICAS**

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

### **REQUISITOS MÍNIMOS**

- ✓ **Educación:** Título de Licenciada en Secretaria Ejecutiva.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en funciones similares.

## 7.7. ESTUDIO FINANCIERO

### 7.7.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

#### 7.7.1.1. INVERSIONES

Representa el desembolso incremental en el dinero que se precisa para instalar

una maquinaria, construir una planta o para cualquier cosa que lleve consigo la inversión de capital de bienes.

El presente tesis se origina en tres clases de activos:

#### ACTIVOS FIJOS

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de producción.

#### MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria a emplearse es de última tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo se detalla en cuadro siguiente:

**CUADRO N°13**  
**PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Mezcladora	Unidad	7.000,00	1,00	7.000,00
Embotelladora	Unidad	10.000,00	1,00	10.000,00
Cocina Industrial	Unidad	300,00	1,00	300,00
<b>TOTAL</b>				<b>17.300,00</b>

**FUENTE:** HNOS Ochoa- Proker

**ELABORACIÓN:** La Autora



## HERRAMIENTAS

Las herramientas a utilizar en la elaboración del producto.

**CUADRO N°14**  
**PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Etiquetadora	Unidad	420,00	1	420,00
Balanza Eléctrica	Unidad	400,00	1	400,00
<b>TOTAL</b>				<b>820,00</b>

FUENTE: ELECTROS  
ELABORACIÓN: La Autora

## EQUIPO DE OFICINA

Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se detallan a continuación.

**CUADRO N° 15**  
**PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Sumadora Panasonic	Unidad	220,00	1	220,00
Teléfono Panasonic	Unidad	65,00	6	390,00
Telefax	Unidad	60,00	1	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>			<b>670,00</b>

FUENTE: TV Ventas  
ELABORACIÓN: La Autora

## MUEBLES Y ENSERES

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

**CUADRO N°16**  
**PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Escritorio	Unidad	300,00	6,00	1.260,00
Sillas Giratorias	Unidad	60,00	6,00	360,00
Silla de gerencia	Unidad	290,00	1,00	290,00
Sillas de espera	Unidad	50,00	3,00	150,00
Mesa para Juntas	Unidad	420,00	1,00	420,00
Porta papeles	Unidad	50,00	3,00	150,00
Archivadores	Unidad	80,00	6,00	480,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.110,00</b>

FUENTE: Rosa Iñiguez

ELABORACIÓN: La Autora

## EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Para el cumplimiento de las actividades de apoyo administrativo.

**CUADRO N°17**  
**PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Computadoras de escritorio	Unidad	780,00	3	2.340,00
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>			<b>2.340,00</b>

FUENTE: Master PC

ELABORACIÓN: La Autora

## UTENCILIOS DE COCINA

Son los recursos necesarios para realizar la producción.

### CUADRO N°18

#### PRESUPUESTO DE UTENCILIOS DE COCINA

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Ollas de aluminio	Unidad	60,00	2,00	120,00
Cucharas	Unidad	5,00	3,00	15,00
Tenazas	Unidad	8,00	3,00	24,00
<b>TOTAL</b>				<b>159,00</b>

FUENTE: Importadora PIKA

ELABORACIÓN: La Autora

## VEHICULO

La empresa ha planificado comprar para la distribución del producto una Furgoneta Pregio, año 2012 se la adquirirá en Hyundai.

### CUADRO N°19

#### PRESUPUESTO DE VEHICULO

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Furgoneta Pregio	Unidad	25.000,00	1,00	25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>			<b>25.000,00</b>

FUENTE: CONSENCIONARIO HYUNDAY

ELABORACIÓN: La Autora

## CUADRO N°20

### RESUMEN DEL ACTIVO FIJO

ELEMENTO	V/TOTAL
Maquinaria y Equipo	17.300,00
Equipo de Oficina	670,00
Equipo de Computación	4.680,00
Muebles y Enseres	3.110,00
Utensilios de Cocina	159,00
Herramientas	820,00
Vehículo	25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>51.739,00</b>

FUENTE: Cuadro N° 16 – 22

ELABORACIÓN: La Autora

### ACTIVO DIFERIDO

Para que el proyecto pueda ejecutarse correctamente debe cumplirse ciertos requerimientos que abalizarán la operación de la nueva unidad productiva en este caso tenemos los siguientes componentes

## CUADRO N° 21

### ACTIVO DIFERIDO

ELEMENTOS	V/TOTAL
Estudio Preliminar	600,00
Constitución de la Empresa	500,00
Línea Telefónica	130,00
Permiso de Funcionamiento	200,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.430,00</b>
Imprevisto 5%	71,50
<b>TOTAL</b>	<b>1.501,50</b>

FUENTE: Municipio de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

## **ACTIVO CIRCULANTE / CAPITAL DE TRABAJO**

La producción de Shampoo de Romero se la obtendrá diariamente y su comercialización es inmediata, el capital de operación se lo establece para mes y anualmente

## **COSTO DE PRODUCCIÓN**

El costo de producción ayuda a determinar el valor de elaboración de producto o servicio que interviene directamente en la transformación del producto o servicio ofrecido.

**MATERIA PRIMA DIRECTA** Para la elaboración del producto y otro elemento básico se detalla a continuación.

**CUADRO N°22**  
**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Planta de romero	Kg	1,50	12976	19.463,36	19.463,36
<b>TOTAL</b>				<b>19.463,36</b>	<b>19.463,36</b>

**FUENTE:** Célica – Vilcabamba, Saraguro

**ELABORACIÓN:** La Autora

## **CALCULO PARA LA MATERIA PRIMA INDIRECTA REQUERIDA**

**CUADRO N°23**

<b>AÑOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CAPACIDAD litros</b>
1	80,00%	432000
2	85%	459000
3	90%	486000
4	95%	513000
5	100%	540000

### CUADRO N°24

#### SODIUM

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	40	<b>2880000</b>
kg	Sodium	Libras	
1	2,20	6343,61	<b>2883</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°25

#### COCAMIDROPHYL

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	100	<b>7200000</b>
kg	Cocamidrophyl	Libras	
1	2,20	15859	<b>7209</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N° 26

#### EXTRACTO

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	110	<b>7920000</b>
kg	Sodium	Libras	
1	2,20	17444	<b>7929</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°27

#### CLORUSODIO

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	56	<b>4032000</b>
kg	Sodium	Libras	
1	2,20	8881	<b>4037</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°28

#### PROPY

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	65	<b>4680000</b>
<b>kg</b>	<b>Sodium</b>	<b>Libras</b>	
1	2,20	10308	<b>4685</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL  
ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°29

#### DIAZOLYNDINI

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	4,5	<b>324000</b>
<b>kg</b>	<b>Diaz</b>	<b>65</b>	
1	2,20	713	<b>324</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL  
ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°30

#### COLORANTE

Capacidad	Litros	gramos	Total
432000,00	6	9,5	<b>684000</b>
<b>kg</b>	<b>Sodium</b>	<b>65</b>	
1	2,20	1506	<b>685</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL  
ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°31

#### PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sodium	Kg	6,40	2883	1.537,85	18.454,14
Cocamidopropyl Betaine	Kg	6,90	7209	4.144,97	49.739,69
Extracto Hidroglicérico	Kg	5,20	7930	3.436,12	41.233,48
Cloruro de Sodio	Kg	18,90	4037	6.358,03	76.296,36
Propyleneglycol	Kg	6,97	4686	2.721,57	32.658,79
Diazolidinyl Urea	Kg	4,43	324	119,75	1.437,04
Aceite Esencial	Litros	4,90	8650	3.532,24	42.386,86
Colorante natural	Kg	15,87	685	905,68	10.868,12
<b>TOTAL</b>				<b>22.756,21</b>	<b>273.074,49</b>

FUENTE: TECNOAUSTRAL

ELABORACIÓN: La Autora

#### MANO DE OBRA DIRECTA

Constituyen el número de obreros que laboraran en el proceso de producción que son tres.

### CUADRO N°32

#### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

RUBRO	VALOR
<b>SUELDO - Obrero 3</b>	292,00
D.Tercer	24,33
D. cuarto	24,33
aporte patronal	32,56
Vacaciones	12,17
fondo de reserva	27,30
iece-secap 1%	2,92
<b>Total mensual</b>	<b>1246,84</b>
<b>Total anual</b>	<b>14962,08</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La Autor



## MANO DE OBRA INDIRECTA

Para la supervisión de la producción se contara con un Ingeniero en Industrias su sueldo anual es de \$ 6832,00

### CUADRO N°33

#### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBRO	VALOR
<b>SUELDO - Jefe de Prod.</b>	400,00
D. Tercero	33,33
D. cuarto	33,33
aporte patronal	44,60
vacaciones	16,67
fondo de reserva	37,40
iece-secap 1%	4,00
<b>Total mensual</b>	<b>569,33</b>
<b>Total anual</b>	<b>6832,00</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La Autora

## MATERIALES INDIRECTOS

Para envasar el producto y poderlo llevar al mercado se necesita ciertos materiales que se detallan a continuación

### CUADRO N°34

#### PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

ELEMENTOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Etiquetas	0,05	22000	1.100,00	13.200,00
Botellas de plástico	0,25	22000	5.500,00	66.000,00
Cartones 24 unidades	0,25	917	229,25	2.751,00
Cinta de embalaje	1,50	40	60,00	720,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.889,25</b>	<b>82.671,00</b>

FUENTE: PRESITOR

ELABORACIÓN: La Autora

## ENERGIA ELECTRICA

La empresa eléctrica cuenta con parámetros para realizar el cobro de electricidad de 1-500 kw/h tiene un valor de 0,09 centavos y de 501-800 tiene un incremento en el cobro por kw/h de 0,12 centavos.

### CUADRO N°35

#### PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA (PRODUCCIÓN)

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de Energía	Kw/H	0,09	1-500	45	540,00
		0,12	501-800	60	720,00
<b>TOTAL</b>			<b>800</b>	<b>105</b>	<b>1.260,00</b>

FUENTE: EMPRESA ELECTRICA

ELABORACIÓN: La Autora

## AGUA POTABLE

La cantidad que se va a ocupar es de 20m<sup>3</sup> de agua para la elaboración del producto.

### CUADRO N° 36

#### PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	m <sup>3</sup>	0,25	20	5,00	60,00
<b>TOTAL</b>				<b>5,00</b>	<b>60,00</b>

FUENTE: EMPRESA UMAPAL

ELABORACIÓN: La Autora

## SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

Los suministros es lo que va a necesitar los obreros para el uso equipamiento personal para realizar la producción se detallan a continuación.

### CUADRO N° 35

#### PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Gorros	Unidad	2,50	3	7,50	90,00
Mandil	Unidad	19,20	3	57,60	691,20
Guantes	Unidad	2,33	3	6,99	83,88
Mascarillas	Unidad	3,35	3	10,05	120,60
<b>TOTAL</b>				<b>82,14</b>	<b>985,68</b>

FUENTE: ERRIAR  
ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N° 37

#### CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

ELEMENTOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materia Prima Directa	1.621,95	19.463,36
Materia Prima Indirecta	22.756,21	273.074,49
Mano de Obra Directa	1.246,84	14.962,08
Mano de Obra Indirecta	569,33	6.832,00
Materiales Indirectos	6.889,25	82.671,00
Suministros de Producción	82,14	985,68
Energía Eléctrica	105,00	1.260,00
Agua Potable	12,50	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>33.283,22</b>	<b>399.398,61</b>

FUENTE: Cuadro N°25 - 31  
ELABORACIÓN: La Autora

## COSTOS OPERATIVOS

### GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos que se realizan para el equipar la parte administrativa como son las actividades a realizar en cada departamento.

### SUELDO Y SALARIOS

Es sueldo que perciben los trabajadores de acuerdo a las actividades que realizan a continuación se detallan lo siguiente:

#### CUADRO N°38

##### PRESUPUESTO DE SUELDO Y SALARIOS

RUBRO	GERENTE	CONTADORA	SECRETARIA	CONSERJE
<b>SUELDO</b>	<b>500,00</b>	<b>350,00</b>	<b>300,00</b>	<b>292,00</b>
D. Tercero	41,67	29,17	25,00	24,33
D. cuarto	41,67	29,17	25,00	24,33
aporte patronal	55,75	39,03	33,45	32,56
vacaciones	20,83	14,58	12,50	12,17
fondo de reserva	46,75	32,73	28,05	27,30
iece-secap 1%	5,00	3,50	3,00	2,92
<b>Total mensual</b>	<b>711,67</b>	<b>498,17</b>	<b>427,00</b>	<b>415,61</b>
<b>Total anual</b>	<b>8540,00</b>	<b>5978</b>	<b>5124</b>	<b>4987,36</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>Mensual</b>	<b>2.052,45</b>	<b>Anual</b>	<b>24.629,36</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La Autora

### ARRIENDO

El arrendar un local para seguir adelante con el proyecto, el mismo que tiene que estar bien ubicado tomando en cuenta los demandantes y a los proveedores. Es el local funcionara la empresa "JUSLYSS" en la avenida Eugenio Espejo y Najaros

#### CUADRO N°39

##### PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Local	unidad	350,00	1	350,00	4.200,00
				<b>350,00</b>	<b>4.200,00</b>

FUENTE: Sra.: Sara Maldonado

ELABORACIÓN: La Autora

## UTILES DE OFICINA

Ayudan a la parte administrativa para poner en funcionamiento las oficinas.

**CUADRO N°40**  
**PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resmas de papel boom	Unidad	5,00	5	25,00	300,00
Cartuchos Negros	Unidad	4,50	5	22,50	270,00
bloques de facturas	Unidad	10,00	10	100,00	1200,00
Block de ventas	Unidad	5,00	5	25,00	300,00
Caja de Esferos	Unidad	25,00	1	25,00	25,00
Caja de Corrector	Unidad	8,00	1	8,00	8,00
Grapadoras	unidad	5,00	5	25,00	25,00
Perforadoras	unidad	3,80	5	19,00	19,00
carpetas archivadoras	unidad	5,00	5	25,00	25,00
<b>TOTAL</b>				<b>274,50</b>	<b>2.172,00</b>

FUENTE: La Reforma

ELABORACIÓN: La Autora

## UTILIES DE ASEO

Las instalaciones de la empresa se contarán con útiles de aseo para higiene tanto del personal como de toda la empresa.

**CUADRO N°41**  
**PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Escobas	Unidad	2,00	3	6,00	72,00
Recogedores	Unidad	1,50	2	3,00	36,00
Trapeadores	Unidad	2,50	2	5,00	60,00
Desinfectantes 2lit	Unidad	3,00	1	3,00	36,00
Papel higiénico de 6	Unidad	3,00	3	9,00	108,00
Franelas	Unidad	1,00	4	4,00	48,00
Detergentes Grand	Unidad	2,80	2	5,60	67,20
Jabón de Tocador	Unidad	0,85	3	2,55	30,60
Toallas	Unidad	5,00	3	15,00	15,00
Cesto de basura	Unidad	3,80	5	19,00	15,00
<b>TOTAL</b>				<b>72,15</b>	<b>487,80</b>

FUENTE: SERIMAR

ELABORACIÓN: La Autora

**TELÉFONO**

La empresa CNT el cobro del servido telefónico es de 0,08 centavos por minuto.

**CUADRO N°42**  
**PRESUPUESTO DE TELEFONO**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Servicio telefonico	Minutos	0,08	120	9,60	115,20

FUENTE: CNT

ELABORACIÓN: La Autora

**INTERNET**

La empresa contara con internet del servidor LOJANET el mismo que será de gran utilidad para el personal que labora en la empresa.

**CUADRO N°43  
PRESUPUESTO DE INTERNET**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicio de Internet	horas	20,05	mensual	20,05	240,60

**FUENTE:** CNT

**ELABORACIÓN:** La Autora

**ENERGIA ELECTRICA**

Para la parte administrativa de la empresa el cobro por energía eléctrica es de 0,08 centavos por kw/h la cantidad que se va a requerir es de 250kw/h

**CUADRO N° 44  
PRSUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA**

ELEMENTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energia Electrica	kw/h	0,08	250	20,00	240,00

**FUENTE:** Empresa Eléctrica

**ELABORACIÓN:** La Autora

**CUADRO N°45**

**RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

ELEMENTOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y Salarios	2.052,45	24.629,36
Útiles de Oficina	274,50	2.172,00
Útiles de Aseo	72,15	487,80
Teléfono	9,60	115,20
Internet	20,05	240,60
Arriendo	350,00	4.200,00
Servicio de Agua	3,00	36,00
Energía Eléctrica	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.801,75</b>	<b>32.120,96</b>

**FUENTE:** Cuadros N° 33 - 39

**ELABORACIÓN:** La Autora

**GASTOS DE VENTAS**

**SUELDOS Y SALARIOS**

Es el sueldo que perciben por realizar sus labores empresariales

## CUADRO N°46

### PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS

RUBRO	JEFE DE VENTAS	CHOFER
<b>SUELDO</b>	<b>400,00</b>	<b>292,00</b>
D. Tercer	33,33	24,33
D. cuarto	33,33	24,33
aporte patronal	44,60	32,56
vacaciones	16,67	12,17
fondo de reserva	37,40	27,30
iece-secap 1%	4,00	2,92
<b>Total mensual</b>	<b>569,33</b>	<b>415,61</b>
<b>Total anual</b>	<b>6832,00</b>	<b>4987,36</b>
<b>TOTAL</b>	<b>984,95</b>	<b>11819,36</b>

FUENTE: Ministerio Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La Autora

## PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Toda empresa requiere de publicidad y promoción para hacerse conocer en el mercado y así obtener más beneficios, es por ello que utilizaremos la televisión y la radio.

## CUADRO N°47

### PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

ELEMENTOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cuñas en la tv	15,00	20	300,00	3.600,00
Cuñas en la radio	5,00	20	100,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>400,00</b>	<b>4.800,00</b>

FUENTE: Ecotel TV – Radio Súper Laser

ELABORACIÓN: La Autora

## COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

Los combustibles y lubricantes necesarios para la trasportación del producto a su destino.



### CUADRO N°48

#### PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

ELEMENTOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina extra	1,48	120	177,60	2.131,20
Lubricantes	30,00	1	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>			<b>207,60</b>	<b>2.491,20</b>

FUENTE: GASOLINERA SILVA

ELABORACIÓN: La Autora

### SOAT Y MATRICULA

La empresa adquirirá el seguro en la empresa HISPANA DE SEGUROS por el valor anual de \$100,00 y la matricula del carro es de \$ 80,00 que se la obtendrá de Policía Nacional.

### CUADRO N°49

#### PRESUPUESTO DEL SOAT Y MATRICULA

ELEMENTOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO ANUAL
SOAT	100,00	1	100,00
Matricula	80,00	1	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>180,00</b>

FUENTE: Hispana de Seguros y Policía Nacional

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°50

#### RESUMEN GASTOS DE VENTAS

ELEMENTOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y Salarios	984,95	11.819,36
Publicidad	400,00	4.800,00
Combustibles y Lub.	207,60	2.491,20
SOAT y Matricula	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.772,55</b>	<b>19.290,56</b>

FUENTE: CUADROS N° 41 - 44

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO N°51**  
**RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Costo de Producción	33.283,22	399.398,61
Gastos Administrativos	2.801,75	32.120,96
Gastos de Ventas	1.772,55	19.290,56
<b>TOTAL</b>	<b>37.857,51</b>	<b>450.810,13</b>

**FUENTE:** CUADROS N° 49 - 50

**ELABORACIÓN:** La Autora

**CUADRO N°52**  
**RESUMEN DE LA INVERSIÓN**

<b>RUBROS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
Maquinaria y Equipo	17.300,00
Utensilios de Cocina	159,00
Equipo de Oficina	670,00
Equipo de Computación	4.680,00
Muebles y Enseres	3.110,00
Herramientas	820,00
Vehículo	25.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>51.739,00</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Estudio Preliminar	600,00
Constitución de la Empresa	500,00
Línea Telefónica	130,00
Permiso de Funcionamiento	200,00
Imprevisto 5%	71,50
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>1.501,50</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materia Prima Directa	1.621,95
Materia Prima Indirecta	22.756,21
Mano de obra Directa	1.246,84
Mano de Obra Indirecta	569,33
Materiales Indirectos	6.889,25
Suministros de Producción	82,14
Energía Eléctrica	105,00
Agua Potable	12,50
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>2.801,75</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>1.772,55</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>37.857,51</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>91.098,01</b>

**FUENTE:** CUADROS N° 16 - 44

## FINANCIAMIENTO

El préstamo se lo pedirá al banco de Loja para 5 años con interés del 12,15% (crédito productivo)

Es la manera en cómo se obtendrá el capital para la puesta en marcha del proyecto. El proyecto contará con una inversión total de **91.098,01**, la cual será financiada el 39,19% por capital propio y el capital restante por medio de un crédito productivo en el Banco de Loja.

### CUADRO N°53

#### FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	%	CANTIDAD
Capital Propio	45,11	41.098,01
Capital Externo	54,89	50.000,00
<b>TOTAL</b>	100	<b>91.098,01</b>

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

**Entidad:** Banco de Loja

**Capital:** \$ 50.000

**Tasa de Interés:** 12,15%

**Plazo:** 5 Años

**CUADRO N° 54**  
**AMORTIZACIÓN**

AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	50000,00	5000,00	3037,50	8037,50	15771,25	45000,00
	2	45000,00	5000,00	2733,75	7733,75		40000,00
2	1	40000,00	5000,00	2430,00	7430,00	14556,25	35000,00
	2	35000,00	5000,00	2126,25	7126,25		30000,00
3	1	30000,00	5000,00	1822,50	6822,50	13341,25	25000,00
	2	25000,00	5000,00	1518,75	6518,75		20000,00
4	1	20000,00	5000,00	1215,00	6215,00	12126,25	15000,00
	2	15000,00	5000,00	911,25	5911,25		10000,00
5	1	10000,00	5000,00	607,50	5607,50	10911,25	5000,00
	2	5000,00	5000,00	303,75	5303,75		0,00

FUENTE: Cuadro N° 47

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO N°55**  
**AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**

ELEMENTOS	V/TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Estudio Preliminar	600,00	5	120,00
Constitución de la Empresa	500,00	5	100,00
Línea Telefónica	130,00	5	26,00
Permiso de Funcionamiento	200,00	5	40,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.430,00</b>	5	
Imprevisto 5%	71,50	5	14,30
<b>TOTAL</b>	<b>1.501,50</b>	5	<b>300,30</b>

FUENTE: Cuadro N° 24

ELABORACIÓN: La Autora

**ANALISIS DE COSTO**

**COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN**

El costo de producción anual es de \$ **386.555,96** intervienen para la obtención de la programación de producción anual

## COSTO DE PRODUCCIÓN

Como primer componente del costo total de producción se integran los siguientes rubros:

- ✓ **Materia Prima Directa:** Los costos necesarios para la producción el valor anual asciende a \$19.463,36
- ✓ **Materia Prima Indirecta:** Son los ingredientes que intervienen en la producción y es de \$273.074,49
- ✓ **Mano de Obra Indirecta:** Es la persona que se va encargar de la supervisión de la producción asciende a \$ 6.832,00
- ✓ **Depreciación de Maquinaria y Equipo:** Se deprecian en 10 años con el porcentaje del 10%

**CUADRO N°56**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	1730,00		17300,00
1	1730,00	1730,00	15570,00
2	1730,00	3460,00	13840,00
3	1730,00	5190,00	12110,00
4	1730,00	6920,00	10380,00
5	1730,00	8650,00	8650,00
6	1730,00	10380,00	6920,00
7	1730,00	12110,00	5190,00
8	1730,00	13840,00	3460,00
9	1730,00	15570,00	1730,00
10	1730,00	17300,00	0,00

**FUENTE:** Cuadro N°16

**ELABORACIÓN:** La Autora

- ✓ **Depreciación De Herramientas.-** La vida útil del bien es de en 10 años con el 10%

### CUADRO N°57

#### HERRAMIENTAS

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	82,00		820,00
1	82,00	82,00	738,00
2	82,00	164,00	656,00
3	82,00	246,00	574,00
4	82,00	328,00	492,00
5	82,00	410,00	410,00
6	82,00	492,00	328,00
7	82,00	574,00	246,00
8	82,00	656,00	164,00
9	82,00	738,00	82,00
10	82,00	820,00	0,00

FUENTE: Cuadro N°17

ELABORACIÓN: La Autora

- ✓ **Energía Eléctrica (Producción) :** El precio varía según cantidad de energía se va ocupar en la producción el precio asciende a \$1.260,00 anual

**COSTO DE OPERACIÓN.-** Como segundo componente se integra por las siguientes cuentas:

- ✓ **Gastos Administrativos:** Son los gastos que se integran para realizar las actividades departamentales el valor asciendo a \$32.120,96 anual

- ✓ **Gastos de Ventas:** Es la distribución del producto ya terminado con su respectiva distribución el rubro es de \$19.290,56 anual
- ✓ **Gastos Financieros:** Son los valores que se va a necesitar para realizar la producción el valor es \$ 5.771,25
- ✓ **Otros Gastos:** El valor asciende a 5300,30

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Lo integran principalmente las siguientes cuentas:

**Remuneraciones:** son los sueldos administrativos del personal el valor es \$11.819,36

**Energía Eléctrica:** es consumos de la parte administrativa que es de \$ 240,00

**Agua Potable:** es la cantidad de consumo administrativo es de \$36,00

**Servicio Telefónico:** el consumo telefónico es de \$115,20

**Internet:** tiene un valor anual de \$240,60

**Útiles de Oficina:** son los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa el valor es \$2.172,00

**Útiles de aseo:** limpieza de la empresa su valor es de \$487,80

**Depreciación de Equipo de Oficina:** la vida útil del bien es de 10 años y el 10%

### CUADRO N°58

#### EQUIPO DE OFICINA

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	67,00		670,00
1	67,00	67,00	603,00
2	67,00	134,00	536,00
3	67,00	201,00	469,00
4	67,00	268,00	402,00
5	67,00	335,00	335,00
6	67,00	402,00	268,00
7	67,00	469,00	201,00
8	67,00	536,00	134,00
9	67,00	603,00	67,00
10	67,00	670,00	0,00

FUENTE: N°18

ELABORACIÓN: La Autora

**Depreciación De Equipo De Computación:** La vida útil del bien es de 3 años por el 33%

### CUADRO N° 59

#### EQUIPO DE COMPUTACIÓN

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	772,20		2340,00
1	772,20	1544,40	1567,80
2	772,20	2316,60	795,60
3	772,20	3088,80	23,40

FUENTE: N°20

ELABORACIÓN: La Autora

**Depreciación de Muebles y Enseres:** La vida útil del bien es de 10 años con el 10%



## CUADRO N°60

### MUEBLES Y ENSERES

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	311,00		3110,00
1	311,00	311,00	2799,00
2	311,00	622,00	2488,00
3	311,00	933,00	2177,00
4	311,00	1244,00	1866,00
5	311,00	1555,00	1555,00
6	311,00	1866,00	1244,00
7	311,00	2177,00	933,00
8	311,00	2488,00	622,00
9	311,00	2799,00	311,00
10	311,00	3110,00	0,00

FUENTE: N°19

ELABORACIÓN: La Autora

**GASTOS DE VENTAS:** Se componen de las siguientes cuentas:

**Remuneración:** Jefe de ventas el valor que percibe es de \$ 6.075,16 y el chofer es de \$4.513,70

**Publicidad y Promoción:** El costo de este rubro al año es de \$4.800,00 dólares

**Depreciación de Vehículo:** Se deprecian a 5 años al 5%

## CUADRO N°61

### VEHICULO

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	5000		25000,00
1	5000,00	5000,00	20000,00
2	5000,00	10000,00	15000,00
3	5000,00	15000,00	10000,00
4	5000,00	20000,00	5000,00
5	5000,00	25000,00	0,00

FUENTE: N°22

ELABORACIÓN: La Autora

**Combustible y Lubricantes:** el rubro es de \$2.491,20 dólares

**SOAT y Matricula:** El rubro es de \$2.491,20

- **Gastos Financieros**

- ✓ **Interés del crédito:** El costo por este concepto asciende a \$5.771,25 anuales

- **Otros Gastos**

- ✓ **Amortización del Activo Diferido:** El costo por este concepto asciende a \$300,30 dólares anuales
- ✓ **Amortización del Crédito:** El costo del rubro es de \$5000,00 dólares anuales

## **COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN**

Se clasifican las cuentas con sus respectivos valores anuales que pertenecen a los costos de operación:

**CUADRO N° 62**  
**COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	
Materia Prima directa	19.463,36
Materia Prima Indirecta	273.074,49
Mano de Obra directa	13.541,16
Mano de Obra Indirecta	6.832,00
Suministros de Producción	985,68
Depreciación de Maquinaria	1.730,00
Dep Herramientas	82,00
Dep. Utensilios de cocina	31,80
Energía electrica(Producción)	1.260,00
agua potable (Producción)	150,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>317150,49</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldos	24.629,36
Útiles de oficina	2.172,00
Arriendo	4.200,00
Útiles de aseo	487,80
Consumo telefónico	115,20
Servicio de Energia	240,00
Servicio de Agua	36,00
consumo internet	240,60
Depreciación mueble y enseres	311,00
Depreciación equipo de Comp.	1.544,40
Depreciación equipo de oficina	67,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>34.043,36</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Sueldos	11819,36
Combustibles y lubricantes	2491,20
SOAT y Matricula	180,00
Publicidad	4800,00
Depreciación de vehículo	5000,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>24290,56</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Intereses de préstamo	5771,25
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>5771,25</b>
<b>OTROS GASTOS</b>	
Amortización del Activo Diferido	300,30
amortizacion de credito	5000,00
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>5300,30</b>
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>69.405,47</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>386.555,96</b>

**FUENTE:** Cuadros N° 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29,  
**ELABORACIÓN:** La Autora

### CUADRO N°63

#### COSTO TOTAL DE LA PRODUCCIÓN

<b>CTP=CP+CO</b>	386.555,96
<b>CP=MPD+MI+MOD+MOI+GGF (DEP.)</b>	317.150,49
<b>CO=G.ADM.+G.VENTAS+G.FINAN.+O.GASTOS</b>	34.043,36

FUENTE: Cuadro N°42,43,44

ELABORACIÓN: La Autora

#### COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Constituye el valor de la producción, el costo unitario del producto se lo obtuvo dividiendo el costo total de producción 386.555,96 para la cantidad en litros de litros que es para el primer año de 432.000

$$CUP = \frac{CTP}{N^{\circ} Up} \qquad CUP = \frac{386.555,96}{432.000} \qquad CUP = 0,89 \$$$

### CUADRO N°64

#### COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>NUMERO DE UNIDADES</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>
1	386.555,96	432.000	0,89
2	407.784,11	459.000	0,89
3	430.385,78	486.000	0,89
4	454.445,04	513.000	0,89
5	480.051,08	540.000	0,89

FUENTE: Cuadro N°42, 43, 44

ELABORACIÓN: La Autora

## PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar siempre como base el costo unitario de producción sobre el cual se asignara un margen de utilidad.

$$P.V.P. = CUP + MU$$

$$P.V.P. = 0,89 \$ + 20\%$$

$$P.V.P. = 0,89 \$ + 0,17 \$$$

$$P.V.P. = 1,07 \$$$

### CUADRO N°65

#### PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO
1	0,89	20%	1,07
2	0,89	22%	1,08
3	0,89	23%	1,09
4	0,89	24%	1,10
5	0,89	25%	1,11

FUENTE: Cuadro N°58

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO N°66

#### INGRESO POR VENTAS

AÑO	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESO POR VENTAS
1	1,07	432.000	463.867,15
2	1,08	459.000	497.496,61
3	1,09	486.000	529.374,52
4	1,10	513.000	563.511,85
5	1,11	540.000	600.063,85

FUENTE: Cuadro N°59

ELABORACIÓN: La Autora

## Estado de pérdidas y ganancias

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un periodo económico, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas.

### CUADRO N°67

#### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	463.867,15	497.496,61	529.374,52	563.511,85	600.063,85
V.Residual					4108,00
Otros Ingresos					
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>463.867,15</b>	<b>497.496,61</b>	<b>529.374,52</b>	<b>563.511,85</b>	<b>604.171,85</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Producción	317.150,49	336.447,25	356.924,99	378.655,95	401.716,86
Costo de Operación	69405,47	71.336,86	73.460,80	75.789,09	78.334,22
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>386.555,96</b>	<b>407.784,11</b>	<b>430.385,78</b>	<b>454.445,04</b>	<b>480.051,08</b>
Utilidad Bruta (I-E)	77.311,19	89.712,50	98.988,73	109.066,81	124.120,77
(-) 15% Utilidad para trabaj.	11.596,68	13.456,88	14.848,31	16.360,02	18.618,12
Utilidad Ant. Impuestos	65.714,51	76.255,63	84.140,42	92.706,79	105.502,65
(-)25% Impuesto a la Renta	16.428,63	19.063,91	21.035,11	23.176,70	26.375,66
Utilidad Ant. Reserva	49.285,88	57.191,72	63.105,32	69.530,09	79.126,99
(-)10% Reserva Legal	4.928,59	5.719,17	6.310,53	6.953,01	7.912,70
Utilidad Liquida	<b>44.357,30</b>	<b>51.472,55</b>	<b>56.794,78</b>	<b>62.577,08</b>	<b>71.214,29</b>

Fuente:65

Elaboración: La Autora

## PRESUPUESTO PROFORMADO

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 6,12% tasa de inflación más alta en lo que va del año 2012.

**CUADRO N°68**

<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>					
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia Prima directa	19.463,36	20.654,51	21.918,57	23.259,99	24.683,50
Materia Prima Indirecta	273.074,49	289.786,65	307.521,59	326.341,91	346.314,04
Mano de Obra directa	13.541,16	14.369,88	15.249,32	16.182,57	17.172,95
<b>COSTOS DE FABRICACIÓN</b>					
Mano de Obra Indirecta	6.832,00	7.250,12	7.693,83	8.164,69	8.664,37
Suministros de Producción	985,68	1.046,00	1.110,02	1.177,95	1.250,04
Depreciación de Maquinaria	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00
Dep Herramientas	82,00	82,00	82,00	82,00	82,00
Dep. Utensilios de cocina	31,80	31,80	31,80	31,80	31,80
Energía eléctrica(Producción)	1.260,00	1.337,11	1.418,94	1.505,78	1.597,94
agua potable (Producción)	150,00	159,18	168,92	179,26	190,23
<b>TOTAL COSTOS PRODUCCIÓN</b>	<b>317.150,49</b>	<b>336.447,25</b>	<b>356.924,99</b>	<b>378.655,95</b>	<b>401.716,86</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos	24.629,36	26.136,68	27.736,24	29.433,70	31.235,04
Útiles de oficina	2.172,00	2.304,93	2.445,99	2.595,68	2.754,54
Arriendo	4.200,00	4.457,04	4.729,81	5.019,28	5.326,45
Útiles de aseo	487,80	517,65	549,33	582,95	618,63
Consumo telefónico	115,20	122,25	129,73	137,67	146,10
Servicio de Energía	240,00	254,69	270,27	286,82	304,37
Servicio de Agua	36,00	38,20	40,54	43,02	45,66
consumo internet	240,60	255,32	270,95	287,53	305,13
Depreciación mueble y enseres	311,00	311,00	311,00	311,00	311,00
Depreciación equipo de Comp.	1.544,40	1.544,40	1.544,40	1.544,40	1.544,40
Depreciación equipo de oficina	67,00	67,00	67,00	67,00	67,00
<b>TOTAL GASTOS D. ADMINISTR.</b>	<b>34.043,36</b>	<b>36.009,16</b>	<b>38.095,27</b>	<b>40.309,05</b>	<b>42.658,32</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Sueldos	11.819,36	12.542,70	13.310,32	14.124,91	14.989,35
Combustibles y lubricantes	2.491,20	2.643,66	2.805,45	2.977,15	3.159,35
SOAT y Matrícula	180,00	191,02	202,71	215,11	228,28
Publicidad	4.800,00	5.093,76	5.405,50	5.736,31	6.087,38
Depreciación de vehículo	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL DE GASTOS – VENTAS</b>	<b>24.290,56</b>	<b>25.471,14</b>	<b>26.723,98</b>	<b>28.053,48</b>	<b>29.464,36</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses de préstamo	5.771,25	4.556,25	3.341,25	2.126,25	911,25

<b>TOTAL DE GAST. FINANCIEROS</b>	<b>5.771,25</b>	<b>4.556,25</b>	<b>3.341,25</b>	<b>2.126,25</b>	<b>911,25</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortización del Activo Diferido	300,30	300,30	300,30	300,30	300,30
amortizacion de credito	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>5.300,30</b>	<b>5.300,30</b>	<b>5.300,30</b>	<b>5.300,30</b>	<b>5.300,30</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>69.405,47</b>	<b>71.336,86</b>	<b>73.460,80</b>	<b>75.789,09</b>	<b>78.334,22</b>
<b>COSTOS Y GASTOS TOTALES</b>	<b>386.555,96</b>	<b>407.784,11</b>	<b>430.385,78</b>	<b>454.445,04</b>	<b>480.051,08</b>

FUENTE: Cuadro N°42, 43, 44, 49

ELABORACIÓN: La Autora

## **Clasificación de los Costos**

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de

Producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en:

### ➤ **Costos Fijos:**

Se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

### ➤ **Costos Variables**

Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.



## CUADRO N°69

### CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 1

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>COSTO PRIMO</b>			
Materia Prima directa	19.463,36		19.463,36
Materia Prima Indirecta	273.074,49	273.074,49	
Mano de Obra directa	13.541,16	13.541,16	
Mano de Obra Indirecta	6.832,00	6.832,00	
Suministros de Producción	985,68		985,68
Depreciación de Maquinaria	1.730,00	1.730,00	
Dep Herramientas	82,00	82,00	
Dep. Utensilios de cocina	31,80	31,80	
Energía electrica(Producción)	1.260,00		1.260,00
agua potable (Producción)	150,00		150,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>317.150,49</b>		
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos	24.629,36	24.629,36	
Útiles de oficina	2.172,00	2.172,00	
Arriendo	4.200,00	4.200,00	
Útiles de aseo	487,80	487,80	
Consumo telefónico	115,20	115,20	
Servicio de Energía	240,00	240,00	
Servicio de Agua	36,00	36,00	
consumo internet	240,60	240,60	
Depreciación mueble y enseres	311,00	311,00	
Depreciación equipo de Comp.	1.544,40	1.544,40	
Depreciación equipo de oficina	67,00	67,00	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>34.043,36</b>		
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Sueldos	11.819,36	11.819,36	
Combustibles y lubricantes	2.491,20		2.491,20
SOAT y Matricula	180,00	180,00	
Publicidad	4.800,00	4.800,00	
Depreciación de vehículo	5.000,00	5.000,00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>24.290,56</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Intereses de préstamo	5.771,25	5.771,25	

<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>5771,25</b>		
<b>OTROS GASTOS</b>			
Amortización del Activo Diferido	300,30	300,30	
amortizacion de credito	5000,00	5.000,00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>5300,30</b>		
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>69.405,47</b>		
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>386.555,96</b>	<b>362.205,72</b>	<b>24.350,24</b>

FUENTE: 42,43,44,45

ELABORACIÓN: La Autora

## CUADRO N°70

### CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 3

DESCRIPCIÓN	AÑO 3	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>COSTO PRIMO</b>			
Materia Prima directa	21.918,57		21.918,57
Materia Prima Indirecta	307.521,59	307.521,59	
Mano de Obra directa	15.249,32	15.249,32	
Mano de Obra Indirecta	7.693,83	7.693,83	
Suministros de Producción	1.110,02		1.110,02
Depreciación de Maquinaria	1.730,00	1.730,00	
Dep Herramientas	82,00	82,00	
Dep. Utensilios de cocina	31,80	31,80	
Energía electrica(Producción)	1.418,94		1.418,94
agua potable (Producción)	168,92		168,92
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>356.924,99</b>		
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos	27.736,24	27.736,24	
Útiles de oficina	2.445,99	2.445,99	
Arriendo	4.729,81	4.729,81	
Útiles de aseo	549,33	549,33	
Consumo telefónico	129,73	129,73	
Servicio de Energia	270,27	270,27	
Servicio de Agua	40,54	40,54	
consumo internet	270,95	270,95	
Depreciación mueble y enseres	311,00	311,00	
Depreciación equipo de Comp.	1.544,40	1.544,40	
Depreciación equipo de oficina	67,00	67,00	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>38.095,27</b>		

<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Sueldos	13.310,32	13.310,32	
Combustibles y lubricantes	2.805,45		2.805,45
SOAT y Matricula	202,71	202,71	
Publicidad	5.405,50	5.405,50	
Depreciación de vehículo	5.000,00	5.000,00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>26.723,98</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Intereses de préstamo	3.341,25	3.341,25	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>3.341,25</b>		
<b>OTROS GASTOS</b>			
Amortización del Activo Diferido	300,30	300,30	
amortizacion de credito	5.000,00	5.000,00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>5.300,30</b>		
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>73.460,80</b>		
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>430.385,78</b>	<b>402.963,88</b>	<b>27.421,91</b>

**FUENTE:** 42,44,45,46  
**ELABORACIÓN:** La Autora

## CUADRO N°71

### CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS AÑO 5

DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>COSTO PRIMO</b>			
Materia Prima directa	24.683,50		24.683,50
Materia Prima Indirecta	346.314,04	346.314,04	
Mano de Obra directa	17.172,95	17.172,95	
Mano de Obra Indirecta	8.664,37	8.664,37	
Suministros de Producción	1.250,04		1.250,04
Depreciación de Maquinaria	1.730,00	1.730,00	
Dep Herramientas	82,00	82,00	
Dep. Utensilios de cocina	31,80	31,80	
Energía electrica(Producción)	1.597,94		1.597,94
agua potable (Producción)	190,23		190,23
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>401.716,86</b>		
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos	31.235,04	31.235,04	
Útiles de oficina	2.754,54	2.754,54	

Arriendo	5.326,45	5.326,45	
Útiles de aseo	618,63	618,63	
Consumo telefónico	146,10	146,10	
Servicio de Energía	304,37	304,37	
Servicio de Agua	45,66	45,66	
consumo internet	305,13	305,13	
Depreciación mueble y enseres	311,00	311,00	
Depreciación equipo de Comp.	1.544,40	1.544,40	
Depreciación equipo de oficina	67,00	67,00	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>42.658,32</b>		
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Sueldos	14.989,35	14.989,35	
Combustibles y lubricantes	3.159,35		3.159,35
SOAT y Matricula	228,28	228,28	
Publicidad	6.087,38	6.087,38	
Depreciación de vehículo	5.000,00	5.000,00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>29.464,36</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Intereses de préstamo	911,25	911,25	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>911,25</b>		
<b>OTROS GASTOS</b>			
Amortización del Activo Diferido	300,30	300,30	
amortización de crédito	5.000,00	5.000,00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>5.300,30</b>		
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>73.454,00</b>		
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>480.051,08</b>	<b>449.170,02</b>	<b>30.881,06</b>

FUENTE: 42,43,44,45,46

ELABORACIÓN: La Autora

### Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos y sirve para:

- ✓ Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- ✓ Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- ✓ Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables

**En función de Ventas.** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que la empresa genera.

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

**En función de la capacidad Instalada.-** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la empresa para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los gastos.

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

### **PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO**

COSTO FIJO	362.205,72
COSTO VARIABLE	24.350,24
VENTAS TOTALES	463.867,15
COSTOS TOTALES	386.555,96

**En función a las ventas:**

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)} \quad PE = \frac{362.205,72}{1 - (24.350,24 / 463.867,15)} \quad PE = 382.272,74$$

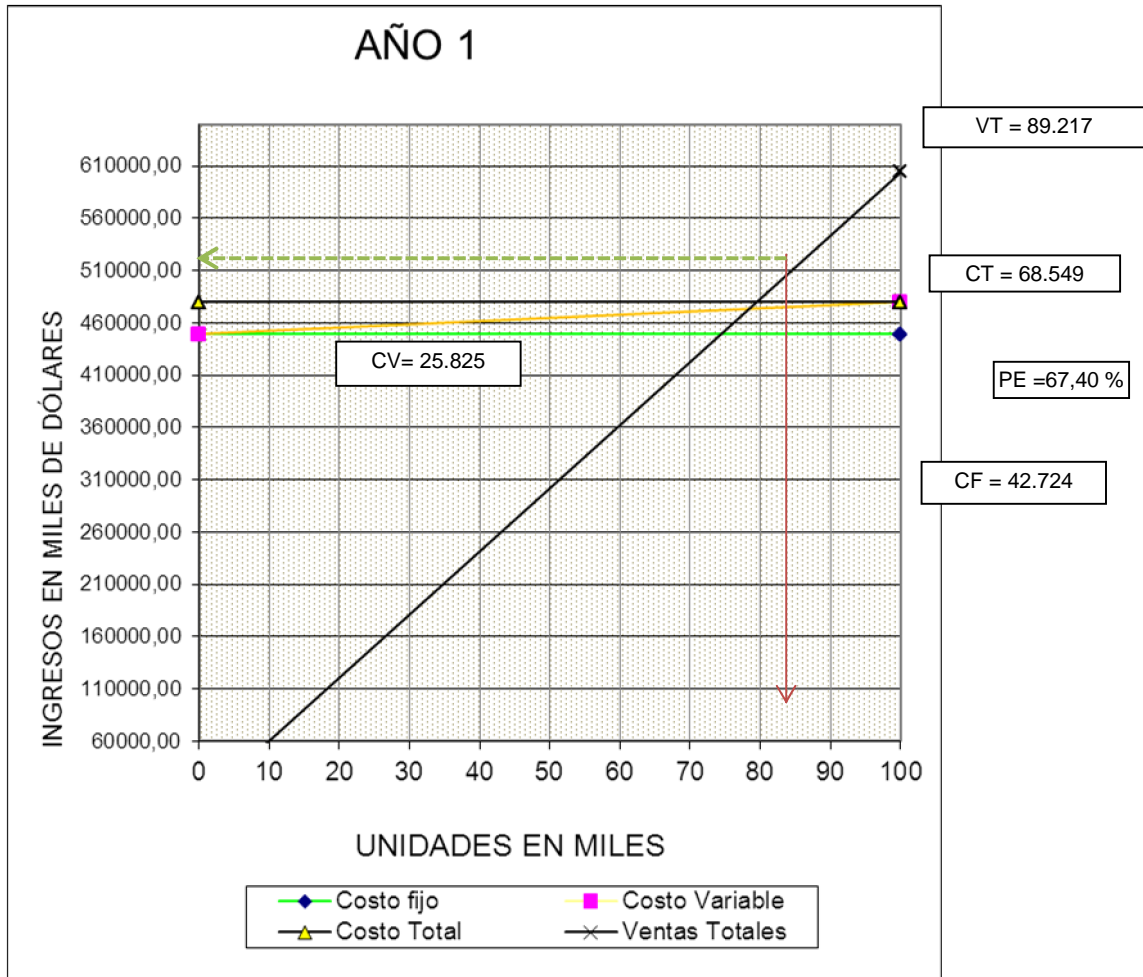
**En Función de la Capacidad Instalada**

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

$$PE = \frac{362.205,72}{463.867,15 - 250.898,40} \times 100 \%$$

$$PE = 82,41$$

**Grafico para el año 1**



## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TERCER AÑO

COSTO FIJO	402.963,88
COSTO VARIABLE	27.421,91
VENTAS TOTALES	529374,52
COSTOS TOTALES	430.385,78

### En Función de las ventas:

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

$$PE = \frac{402.963,88}{1 - (27.421,91 / 529.374,52)}$$

$$PE = 423.534,83$$

### En Función de la Capacidad Instalada:

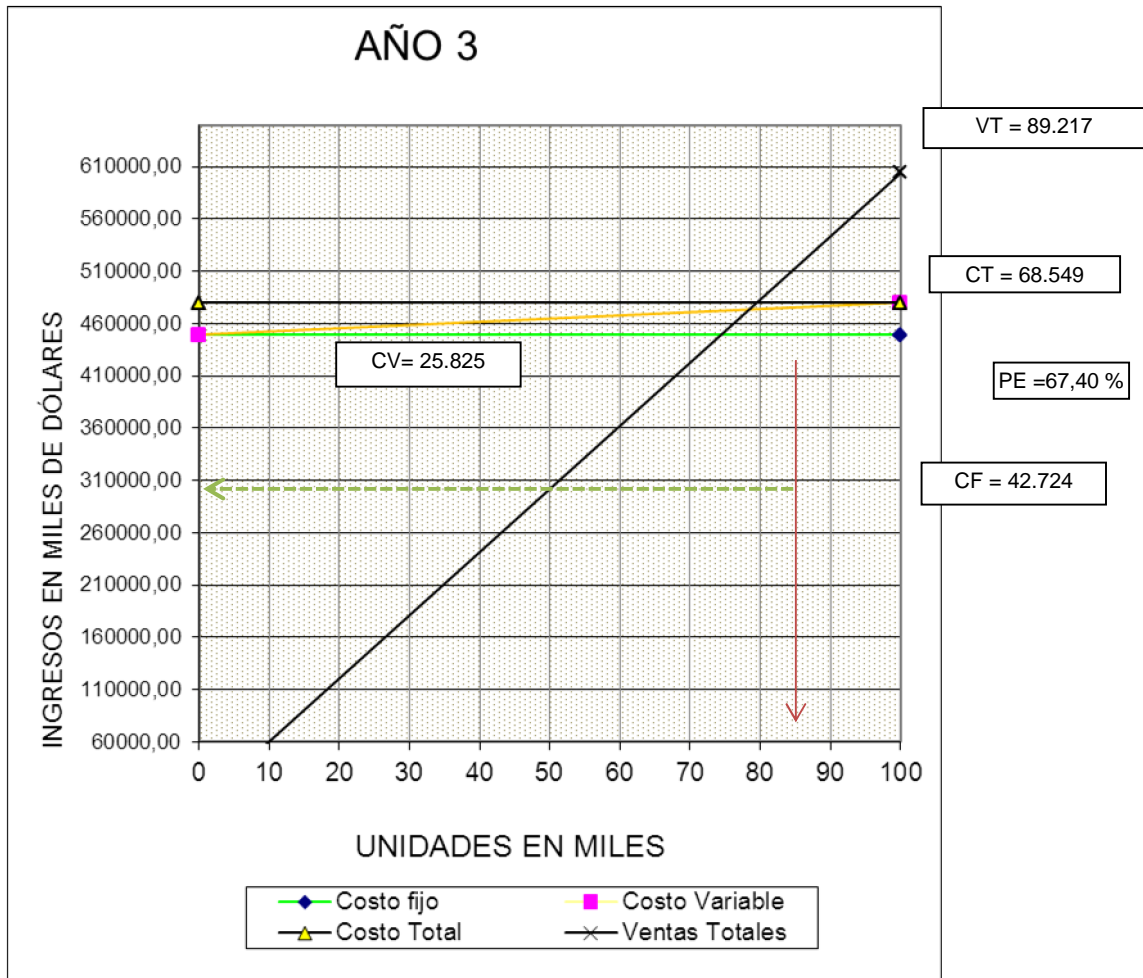
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{402.963,88}{529.374,52 - 27.421,91} \times 100$$

$$PE = 80,01\%$$



### Método grafico para el año 3



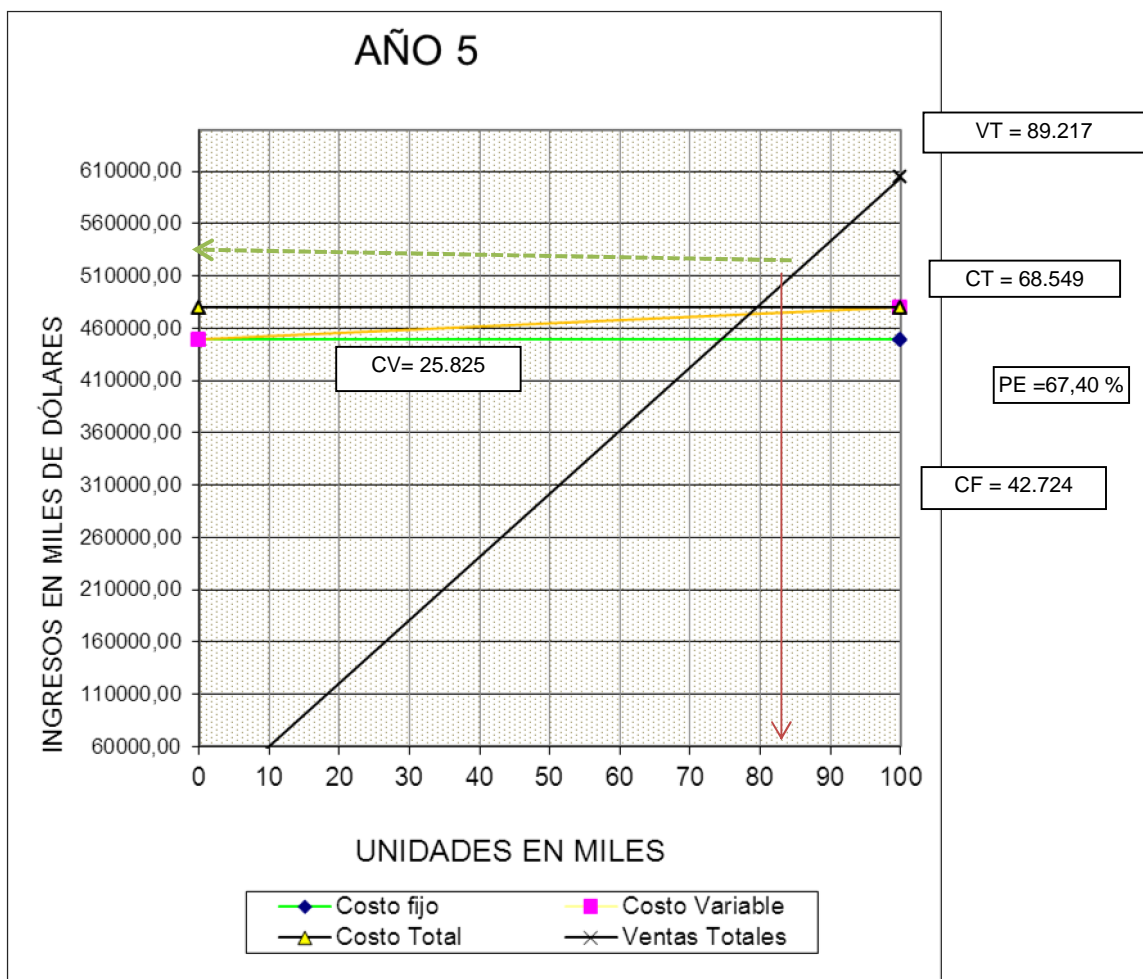
**En Función de las ventas:**

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

$$PE = \frac{88.590,45}{1 - (600.515,04 / 826.926,59)} \quad PE = 323.560,35$$

**En Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{88.590,45}{826.926,59 - 600.515,04} \times 100 \quad PE = 39,13\%$$



## **7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA**

La Evaluación Financiera permite cuantificar e identificar los costos y beneficios que se obtendrán como rentabilidad próxima en el tiempo. El evaluar el proyecto es una de las etapas sobresalientes del estudio financiero, ya que permite conocer si es de carácter redituable, además de definir los beneficios futuros a obtenerse por parte de los socios y acreedores.

Para el análisis financiero del presente proyecto se han tomado en consideración los siguientes criterios de evaluación: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio/costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.

### **7.8.1. FLUJO DE CAJA**

Es uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. Los resultados que de este cálculo se obtengan posibilitaran efectuar la evaluación del proyecto.

Para determinar el flujo de caja, se relaciona los ingresos totales con los egresos totales, considerando como ingresos, a las ventas y a los egresos los costos, depreciaciones y amortizaciones

**CUADRO N°72**  
**FLUJO DE CAJA PARA EL PROYECTO PURO**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		463.867,15	497.496,61	529.374,52	563.511,85	600.063,85
Capital propio	41.098,01					
Capital prestado	50.000,00					
Valor Residual						4108,00
Otros Ingresos						
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>91.098,01</b>	<b>463.867,15</b>	<b>497.496,61</b>	<b>529.374,52</b>	<b>563.511,85</b>	<b>604.171,85</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>Activo fijo</b>	51.739,00					
<b>Activo diferido</b>	1.501,50					
<b>Activo circulante</b>	37.857,51					
Costo de Producción		315.306,69	334.603,45	355.081,19	376.812,15	399.873,06
Costo de Operación		62.483,07	64.414,46	66.538,40	68.866,69	71.411,82
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>91.098,01</b>	<b>377.789,76</b>	<b>399.017,91</b>	<b>421.619,59</b>	<b>445.678,84</b>	<b>471.284,88</b>
Utilidad Bruta (I-E)		86.077,39	98.478,70	107.754,93	117.833,01	132.886,97
(-) 15% Utilidad para trabaj.		12.911,61	14.771,81	16.163,24	17.674,95	19.933,05
Utilidad Ant. Impuestos		73.165,78	83.706,90	91.591,69	100.158,06	112.953,93
(-)25% Impuesto a la Renta		18.291,44	20.926,72	22.897,92	25.039,51	28.238,48
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>54.874,33</b>	<b>62.780,17</b>	<b>68.693,76</b>	<b>75.118,54</b>	<b>84.715,44</b>

FUENTE: Cuadro N°62

ELABORACIÓN: La Autora

### 7.8.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

**CUADRO N°73**

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIDAD 12,15%	VAN ACTUALIZADO
1	54.874,33	0,891663	48.929,41
2	62.780,17	0,795063	49.914,18
3	68.693,76	0,708928	48.698,94
4	75.118,54	0,632125	47.484,30
5	84.715,44	0,563642	47.749,21
			<b>242.776,04</b>
			91.098,01
			151.678,03

$$VAN = \sum VA_1^5 - INVERSIÓN$$

$$VAN = 242.776,04 - 91.098,91$$

$$VAN = 151.678,03$$

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

- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a cero, la decisión de invertir es indiferente.

#### **Análisis.-**

Por tanto el proyecto debido a que su VAN es mayor a uno.

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a cero, la decisión de invertir es indiferente.

#### **Análisis.-**

Por tanto el proyecto debido a que su VAN es mayor a uno.

### **7.8.3 TASA INTERNA DE RETORNO**

Es la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

## CUADRO N°74

### TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE DESC.	VAN Tm	FACTOR DE DESC.	VAN TM
		<b>63,00%</b>		<b>64,00%</b>	
1	54.874,33	0,613497	33.665,24	0,609756	33459,96
2	62.780,17	0,376378	23.629,11	0,371802	23341,83
3	68.693,76	0,230907	15.861,87	0,226709	15573,48
4	75.118,54	0,141661	10.641,35	0,138237	10384,17
5	84.715,44	0,086908	7.362,49	0,084291	7140,74
			<b>91.160,05</b>		
			91.098,01		
			62,04		
					<b>89.900,18</b>
					91.098,01
					<b>1.197,83</b>

**FUENTE:** Cuadro N°67

**ELABORACIÓN:** La Autora

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

$$TIR = 63 + 1 \left( \frac{62,04}{62,04 - (-1.197,83)} \right) TIR = 130,88$$

Por lo tanto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno  
 Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo  
 de capital la misma que es de 130,88%

### 7.8.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

Es un indicador que permite conocer en unidades monetarias el  
 rendimiento

que se espera de una inversión, indica el rendimiento por cada unidad  
 monetaria invertida.

**CUADRO N°75**  
**RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

AÑO	INGRESOS	FACTOR DESC.	INGRESOS ACTUALIZACIÓN	COSTOS	FACTOR DESCUENTO	COSTOS ACTUALIZADOS
		12,15%			12,15%	
1	463.867,15	0,89166295	413613,149	377.789,76	0,891662951	336861,13
2	497.496,61	0,79506282	395541,06	399.017,91	0,795062819	317244,30
3	529.374,52	0,70892806	375288,448	421.619,59	0,70892806	298897,96
4	563.511,85	0,63212489	356209,864	445.678,84	0,632124886	281724,69
5	604.171,85	0,56364234	340536,837	471.284,88	0,563642342	265636,11
			<b>1.881.189,36</b>			<b>1.500.364,19</b>

**FUENTE:** Cuadro N°68

**ELABORACIÓN:** La Autora

$$RBC = \left( \frac{\sum ING. ACTUALIZADOS}{\sum COSTOS ACTUALIZADOS} \right) - 1$$

$$RBC = \left( \frac{1.881.189,36}{1.500.364,19} \right) - 1$$

$$RBC = 1,25 - 1$$

$$RBC = 0,25$$

La relación beneficio costo es de \$ 1,25 es decir que por cada dólar invertido se ganara 0,25 centavos de dólar, por tanto el proyecto se acepta.

**ANÁLISIS:** Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente



Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

### CUADRO N°76

#### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FACTOR DESCUENTO	VALOR ACTUAL	VALOR APROXIMADO
			<b>12,15%</b>		
1	91.098,01	54.874,33	0,89166295	48.929,41	48.929,41
2		62780,17	0,79506282	49.914,18	98.843,59
3		68.693,76	0,70892806	48.698,94	147.542,53
4		75.118,54	0,63212489	47.484,30	195.026,83
5		84.715,44	0,56364234	47.749,21	242.776,04

**FUENTE:** Cuadro N°69

**ELABORACIÓN:** La Autora

$$PRC = AÑO QUE SUPERALAINVERSIÓN + \frac{INVERSIÓN - \sum PRIMEROS FLUJOS}{FLUJO QUE SUPERALAINVERSIÓN}$$

$$PRC = 2 + \frac{91.098,01 - 98.843,59}{49.914,18}$$

$$PRC = 2 + \frac{-7.745,58}{49.914,18}$$

$$PRC = 2 + (-11,76)$$

$$PRC = 9,76$$

TIEMPO	CANTIDAD
<b>Años</b>	2
<b>meses</b>	2
<b>Días</b>	1

## 7.9. ANALISIS DE SENCIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se lo realiza para ver el grado de porcentaje que soporta el proyecto, aumento de los una tasa de incremento en los costos y disminuyendo una tasa de porcentaje en los ingresos.

### CUADRO N°77

#### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

#### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 13,99 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 13,99%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 39%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 40%	VAN MAYOR
0						91098,01		91098,01
1	377789,76	430642,55	463867,15	33224,60	0,7194244604	23902,59	0,7142857143	23731,86
2	399017,91	454840,52	497496,61	42656,10	0,5175715543	22077,58	0,5102040816	21763,32
3	421619,59	480604,17	529374,52	48770,34	0,3723536362	18159,82	0,3644314869	17773,45
4	445678,84	508029,31	563511,85	55482,54	0,2678803138	14862,68	0,2603082049	14442,56
5	471284,88	537217,63	604171,85	66954,22	0,1927196502	12903,39	0,1859344321	12449,09
						<b>91906,06</b>		<b>90160,28</b>
						808,05		-937,73

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

$$NTIR = 39 + 1\left(\frac{808,05}{808,05 - (-937,73)}\right)$$

$$NTIR = 39,46$$

### **DIFERENCIA DE TIR**

$$Dif = TIR_{Proyecto} - NuevaTIR$$

$$Dif = 23,58$$

$$\% \text{ de Variación} = (Dif_{TIR} / TIR_{de Proyecto}) \times 100$$

### **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

$$\% \text{ de Variación} = (23,58/63) \times 100$$

$$\% \text{ de Variación} = 37,40\%$$

### **SENSIBILIDAD**

$$\text{Sensibilidad} = \% \text{ Var.} / \text{ Nueva TIR}$$

$$\text{Sensibilidad} = 37,40/39,46$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,948$$

- Análisis**
- Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
  - Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
  - Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que un el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 13,99

**CUADRO N°78****ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 11,1%**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 11,10%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 40,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MAYOR
0						<b>91098,01</b>		<b>91098,01</b>
1	377789,76	463867,15	412377,89	34588,13	0,7142857143	24705,81	0,7092198582	24530,59
2	399017,91	497496,61	442274,49	43256,58	0,5102040816	22069,68	0,5029928072	21757,75
3	421619,59	529374,52	470613,94	48994,35	0,3644314869	17855,09	0,3567324874	17477,88
4	445678,84	563511,85	500962,03	55283,19	0,2603082049	14390,67	0,2530017641	13986,75
5	471284,88	604171,85	537108,78	65823,90	0,1859344321	12238,93	0,1794338752	11811,04
						<b>91260,18</b>		<b>89564,00</b>
						162,17		-1534,01

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

$$NTIR = 40 + 1\left(\frac{162,17}{162,17 - (-1534,01)}\right)$$

$$NTIR = 40,10\%$$

$$Dif = TIR \text{ Proyecto} - NuevaTIR$$

$$Dif = 63,04 - 40,10$$

$$Dif = 22,94\%$$

### **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

$$\% \text{ de Variación} = (\text{Dir. TIR} / \text{TIR de Proy.}) * 100$$

$$\% \text{ de Variación} = (22,49 / 63,04) * 100$$

$$\% \text{ de Variación} = 36,40\%$$

### **SENSIBILIDAD**

$$\text{Sensibilidad} = \% \text{ Var.} / \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Sensibilidad} = 36,40 / 40,10$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,908$$

- Análisis**
- Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
  - Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 11,10%

## **h. CONCLUSIONES**

Sobre la base del desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar las conclusiones, las cuales son las siguientes:

- ✓ Al momento de aplicar las encuestas se pudo apreciar en los resultados obtenidos, que las personas buscan un Shampoo que le brinde muchos beneficios; en la actualidad se ven afectadas por la caída del cabello ya que los Shampoo que utilizan contienen químicos muy fuertes. Están dispuestos a cambiar de Shampoo por uno natural como lo es el Shampoo de Romero.
- ✓ Luego de haber realizado el estudio de mercado, se ha determinado que existe demanda insatisfecha que está de acuerdo en usar el Shampoo de Romero por los grandes beneficios que ofrece.
- ✓ El estudio de mercado realizado, específicamente en la ciudad de Loja, determina que el proyecto debe ejecutarse, por los resultados obtenidos que el 79% adquiriría el producto. En el análisis de la demanda y oferta se obtiene que el proyecto es factible para la producción.
- ✓ El estudio técnico la demanda que se pretende satisfacer por parte de la empresa se la obtuvo midiendo la capacidad de la maquinaria considerando las horas, días, meses que se trabajara.

- ✓ Para obtener la inversión del proyecto se la hizo basándose en cotizaciones y proformas dando un total de 91.098,01 \$, con un financiamiento externo de 50.000\$ para lo cual se hará un préstamo en el Banco de Loja. Para 5 años con una tasa de interés del 12,15%
- ✓ La evaluación financiera representa el VAN del presente proyecto cuyo valor es positivo de \$151.678,03 dólares americanos, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente.
- ✓ Para el presente proyecto la TIR es 63,04%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.
- ✓ El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería de 2 años, 2 meses y 7 días. Cabe indicar, que la recuperación del capital no significa que el proyecto arroje rentabilidad.
- ✓ Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en 13,99% y disminuidos en 11,10 % respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios.

## **i. RECOMENDACIONES.**

Al finalizar el trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Que para el alto consumo y acogida del Shampoo de Romero en el mercado se realice la publicidad dando a conocer esencialmente las bondades y beneficios que trae la planta de romero para el cabello, sino también en la parte económica de las mismas.
- ✓ La contratación de mano de obra local, es importante para reducir parte del gran problema del desempleo que existe en Loja y la provincia.
- ✓ Las instituciones financieras locales, a través de mecanismos de crédito deben facilitar préstamos, para de esta manera fomentar el desarrollo empresarial en la ciudad y provincia.
- ✓ Estimular la inversión del sector privado en este tipo de empresas, desarrollando mecanismos de financiamiento en los sectores financieros, para proteger la inversión local de la competencia desleal de empresas extranjeras.



## j. BIBLIOGRAFIA

- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
- ❖ <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioDeMercado.htm>
- ❖ <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/39/estructural>
- ❖ <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/sustitutos.shtml>
- ❖ <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>
- ❖ [es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_mercado](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado)
- ❖ [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administracion y Finanzas › Marketing
- ❖ [www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html](http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html)
- ❖ [www.mitecnologico.com/Main/EvaluacionFinanciera](http://www.mitecnologico.com/Main/EvaluacionFinanciera)
- ❖ [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administracion y Finanzas
- ❖ [www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EvaluacionFinanciera.htm](http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EvaluacionFinanciera.htm)
- ❖ [www.ccee.edu.uy/ensenian/catpyep/transpestfin.PDF](http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catpyep/transpestfin.PDF)
- ❖ [www.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226](http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226)
- ❖ [emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20Financiero.htm](http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20Financiero.htm)
- ❖ [www.slideshare.net/luppiabdon/estudio-tecnico-presentation](http://www.slideshare.net/luppiabdon/estudio-tecnico-presentation)
- ❖ [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › *Economia*
- ❖ [emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm](http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm)

- ❖ [www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-4-el-estudio-tecnico/](http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-4-el-estudio-tecnico/)
- ❖ [www.plantasquecuran.com/plantas-medicinales/romero.html](http://www.plantasquecuran.com/plantas-medicinales/romero.html)
- ❖ [www.natureduca.com/med\\_espec\\_romero.php](http://www.natureduca.com/med_espec_romero.php)
- ❖ [es.wikipedia.org/wiki/Rosmarinus\\_officinalis](http://es.wikipedia.org/wiki/Rosmarinus_officinalis)
- ❖ [www.euroresidentes.com/Alimentos/hierbas/romero.htm](http://www.euroresidentes.com/Alimentos/hierbas/romero.htm)
- ❖ [www.euroresidentes.com/Alimentos/hierbas/hierbas.htm](http://www.euroresidentes.com/Alimentos/hierbas/hierbas.htm)
- ❖ [www.forosbuscadores.es/archive/index.php/t-57276.html](http://www.forosbuscadores.es/archive/index.php/t-57276.html)
- ❖ [blogellas.com/tag/como-hacer-shampoo-de-romero/](http://blogellas.com/tag/como-hacer-shampoo-de-romero/)
- ❖ [www.mis-remedios-caseros.com](http://www.mis-remedios-caseros.com) › ... › [Cabello](#) › Acelerar crecimiento
- ❖ [foro.enfemenino.com](http://foro.enfemenino.com) › [Los Foros](#) › [Belleza](#) › [Cuidados](#)
- ❖ [es.wikipedia.org/wiki/Proyecto](http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto)
- ❖ [www.dspace.espol.edu.ec/.../PROYECTO%20DE%20INVERSIÓN.p](http://www.dspace.espol.edu.ec/.../PROYECTO%20DE%20INVERSIÓN.p)
- ❖ [www.elciudadano.gov.ec/index.php?...proyectos-de-inversion](http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?...proyectos-de-inversion)

**k) ANEXOS**



*UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA*

*AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA*

*CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

**Estimado amigo (a)**

Sírvase a responder las siguientes preguntas las mismas que son con fines académicos

**ENCUESTAS**

**1.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

-----  
-----

**2.- ¿Utiliza usted Shampoo?**

-----  
-----

**3.- ¿Que marca de Shampoo utiliza?**

-----  
-----

**4.- ¿Qué ventajas le brinda el Shampoo que utiliza, señale las que considera importantes?**

-----  
-----

**5.- Al momento de comprar un Shampoo, cuales son los aspectos que toma en cuenta?**

---

---

**6.- ¿Usted sabe los beneficios de la planta de Romero?**

---

---

**7.-¿Adquiriría usted un shampoo natural de romero que le brinde a su cabello todos los beneficios que necesita?**

---

---

**8.- ¿Con que frecuencia adquiriría el Shampoo de romero?**

---

---

**9.- ¿En qué cantidad prefiere el Shampoo?**

---

---

**10.-¿ Cual le gustaría que sea la presentación?**

---

---

**11 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Shampoo de Romero?**

---

---

**12.- ¿Cuál sería el lugar preferido que le gustaría que se expendiera el Shampoo?**

---

---

## 2) ENCUESTA A LOS OFERTANTES (Distribuidores)

1.- Distribuye usted Shampo naturales

SI

NO

2.- Comercializa usted Shampoo de Romero

SI

NO

3.- Cuales son sus clientes más comunes

- Minoristas
- Agentes Vendedores
- Consumidor Final

4.- Cual es la presentación de Shampoo de romero que más se vende

- ✓ 500ml
- ✓ 900ml

6.- Que cantidad mensual vende usted

ALTERNATIVA	VENTAS MENSUAL ENVASES
500ml	
900ml	

**7.- Usted realiza alguna promoción del producto**

**SI**

**NO**

**8.- En que me dio de comunicación realiza usted la publicidad**

<b>ALTERNATIVA</b>
Televisión
Radio
Prensa

## INDICE

<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoría</b> .....	iii
<b>Dedicatoria</b> .....	iv
<b>Agradecimiento</b> .....	v
<b>a) Tema</b> .....	1
<b>b) Resumen</b> .....	2
<b>c) Introducción</b> .....	6
<b>d) Revisión de Literatura</b> .....	10
<b>e) Materiales y Métodos</b> .....	35
1. Materiales.....	35
2. Métodos.....	35
3. Técnicas.....	37
4. Procedimiento.....	39
<b>f) Resultados</b> .....	40
<b>g) Discusión</b> .....	59
1. Estudio de Mercado.....	59
2. Estudio Técnico.....	71
3. Estudio Financiero.....	103
4. Evaluación Financiera.....	146
<b>h) Conclusiones</b> .....	157
<b>i) Recomendaciones</b> .....	159
<b>j) Bibliografía</b> .....	160
<b>k) Anexos</b> .....	162
<b>l) Índice</b> .....	167