



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÀREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

“Creación de una Empresa para la
Elaboración y Comercialización de Crema
de Aloe Vera, en la Ciudad de Loja”

*Tesis previa a optar el Grado
de Ingeniera Administración
de Empresas.*

AUTORA:

Liliana Mireya Rodríguez Sánchez

DIRECTOR:

Ing. Víctor Ríos Salinas

1859

LOJA – ECUADOR

2016

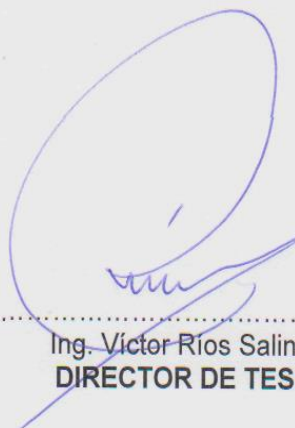
CERTIFICACIÓN

MG. SC. VICTOR RIOS SALINAS. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DEL AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Y EN CALIDAD DE DIRECTOR DE TESIS:

C E R T I F I C A:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes, el desarrollo de la Investigación: **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE CREMA DE ALOE VERA, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, de la autoría del aspirante: Lilibiana Mireya Rodríguez Sánchez, bajo mi dirección y asesoría y por estar sujeto a la normativa institucional, autorizo su presentación.

Loja, 10 de Noviembre de 2016



.....
Ing. Víctor Ríos Salinas
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Liliana Mireya Rodríguez Sánchez, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA y a sus Representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma,

Adicionalmente acepto y autorizo a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, la publicación de esta tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Liliana Mireya Rodríguez Sánchez

FIRMA: 

CÉDULA: 1104680093

FECHA: Loja, noviembre de 2016

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

Yo, **Liliana Mireya Rodríguez Sánchez**, declaro ser autora de la tesis titulada "CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA DE ALOE VERA, EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Administración de Empresas**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de noviembre de 2016, firma la autora.

Firma: 

Autora: Liliana Mireya Rodríguez Sánchez

Cedula de Identidad: 1104680093

Dirección: Loja, Barrio Los Cocos. C/ Manuel Zambrano y Abram Lincoln

Correo electrónico: rmireya82@yahoo.com

Teléfono: 0967812316

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Víctor Ríos Salinas

Presiente del Tribunal: Dra. Carmen Cevallos Cueva.

Miembro del Tribunal: Ing. Talía Quizhpe Salazar

Miembro del Tribunal: Ing. Manuel Pasaca Mora

AGRADECIMIENTO

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

Mi gratitud más sincera la quiero manifestar a todos los que me brindaron una palabra de apoyo, sé que cada esfuerzo ha sido recompensando con el logro de mis metas, ellos han sido mi fuente de inspiración, mi fortaleza, apoyo, amor incondicional como base para llegar a cumplir los objetivos trazados, la vida me ha regalado la oportunidad de ser madre y agradezco ya que gracias a ello he podido mantenerme en la lucha y optimismo, mis padres les estaré eternamente agradecidos por los valores y principios que forjaron en mí en fin los agradecimientos a las personas que han contribuido con el logro de la presente meta los hago llegar de la manera más sincera como a mis docentes ya que han sido básicamente guías para el logro del presente de compartir e impartir sus conocimientos.

Liliana Mireya Rodríguez Sánchez

DEDICATORIA

Esta tesis dedico de todo corazón a mis padres Amílcar y Hermita, a mi hija Analía Flores que son la razón de mi vida, a Dios que me ha dado la fortaleza para terminar este proyecto de investigación, y a toda mi familia que con mucho anhelo y responsabilidad me guiaron por el camino del saber, para que en el futuro tenga un mejor porvenir, principalmente a los docentes de los cuales puedo tomar sus conocimientos valiosos tanto en lo profesional como en lo personal, conocimientos importantes y fundamentales para el desarrollo del mismo. Esta gratitud la llevare en lo más profundo de mi corazón ya que el éxito se lo consigue con valentía mediante la responsabilidad el arduo trabajo la firme constancia en el estudio.

Liliana Mireya Rodríguez Sánchez

a. TITULO

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CREMA DE ALOE VERA, EN LA CIUDAD
LOJA”**

b. RESUMEN

Este trabajo investigativo se realizó en la ciudad de Loja, teniendo como objetivo principal realizar un estudio de factibilidad para la “creación de una empresa de elaboración y comercialización de crema aloe vera, en la ciudad de Loja.

Para esto se utilizó métodos como el inductivo y el deductivo, se utilizó además técnicas como la encuesta para los demandantes y oferentes, los mismos que permitieron recabar información relevante para el presente proyecto.

Los resultados presentan la información proveniente de los usuarios y comercializadores de productos para la piel, con ello se determinó los gustos y preferencias del mismo.

Pudiendo así realizar el estudio de mercado en el que básicamente se aplicó la encuesta a 396 personas de la ciudad de Loja, pudiéndose determinar que existe una demanda insatisfecha de 241.963 unidades; en cuanto a la oferta es 170.400 unidades, esto con relación a los sustitutos, ya que no existe en el mercado crema de aloe vera.

En el estudio técnico se analizó que la capacidad instalada es 219.000 unidades de crema de aloe vera en presentación de 100 gramos, por otro lado la capacidad utilizada es de 104.000 unidades; la macro y micro localización para determinar el lugar de la empresa, y será ubicada en la ciudad de Loja; Barrio Amable María, Parque Industrial.

También la distribución de la planta y los requerimientos técnicos para con ellos aprovechar al máximo haciendo una disposición ordenada y sistemática del toda el área productiva. En el diseño organizacional se determinó la constitución de la empresa, la misma que tendrá como razón social NATURES`SAB. EURL.

El estudio financiero se determina que la inversión total para este proyecto será de 58.777.90 dólares, para el primer año los costos unitarios serán de 3.04 dólares, el precio de venta para los dos primeros años es de 4 dólares la unidad.

En la evaluación financiera se determinó que el VAN es de 313.816.83 dólares, se obtuvo además una TIR de 123.85 % superior al costo de oportunidad de 10%, además la inversión se recuperará en el 10 meses, se determinó así mismo, una Relación Beneficio-Costo de 43 centavos por cada dólar invertido y finalmente se determinó que finió el proyecto soporta un incremento de hasta 26.80% en costos y una disminución de los ingresos de 19.50%.

Con los resultados favorables en cada uno de los estudios, permite concluir que la empresa de elaboración y comercialización de crema de aloe vera, en la ciudad de Loja es factible de implementarse.

ABSTRACT

This research work was carried out in the city of Loja, having as main objective to carry out a feasibility study for the "creation of a company to elaborate and commercialize aloe vera cream, in the city of Loja.

For this, methods such as inductive and deductive were used, as well as techniques such as the survey for plaintiffs and bidders, which allowed the collection of relevant information for the present project.

The results present the information coming from the users and marketers of products for the skin, with that was determined the tastes and preferences of the same.

In this way, the market study was carried out, in which the survey was basically applied to 396 people in the city of Loja, and it can be determined that there is an unsatisfied demand of 241,963 units; As for the supply is 170,400 units, this in relation to substitutes, since there is no aloe vera cream market.

In the technical study it was analyzed that the installed capacity is 219,000 units of aloe vera cream in presentation of 100 grams, on the other hand the capacity used is 104,000 units; The macro and micro location to determine the place of the company, and will be located in the city of Loja; Barrio Amable María, Industrial Park.

Also the distribution of the plant and the technical requirements for them to make the most of an orderly and systematic arrangement of the entire productive area. In the organizational design was determined the

constitution of the company, the same that will have NATURES`SAB as its corporate name. EURL.

The financial study determines that the total investment for this project will be \$ 58,777.90, for the first year unit costs will be \$ 3.04, the sale price for the first two years is \$ 4 a unit.

The financial assessment determined that the NPV is \$ 313,816.83, an IRR of 123.85% greater than the opportunity cost of 10% was obtained, in addition the investment will be recovered in the 10 months, it was also determined a Relationship Cost-Benefit of 43 cents for each dollar invested and finally it was determined that the project endured an increase of up to 26.80% in costs and a decrease in revenues of 19.50%.

With the favorable results in each of the studies, it is possible to conclude that the company of elaboration and commercialization of aloe vera cream in the city of Loja is feasible to be implemented.

c. INTRODUCCION

El tema del presente estudio de inversión es **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA DE ALOE VERA, EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

Las nuevas empresas deben lanzar al mercado productos y servicios que sean suficientes para que los clientes se sientan satisfechos, el proyecto tiene como fin lograr ingresos y utilidades que permita tener una estabilidad económica a sus inversionistas, de esta manera se prevé el éxito del negocio, como también brindar satisfacción al cliente y aportar con un producto natural y con estándares de calidad, en cuanto a las personas que laboren en la empresa es importante que perciban ingresos suficientes para el sustento de sus familias.

En el resumen se presenta de forma clara los aspectos más importantes del trabajo, destacando los resultados obtenidos, en la revisión de literatura se presenta información relacionada con la aloe vera (sabila) y sobre la metodología para la elaboración de los proyectos de inversión, En materiales y métodos se destaca la utilización de los métodos inductivo y deductivo para el estudio de mercado y revisión de literatura respectivamente, en los resultados se presenta la información proveniente de la aplicación de encuestas a usuarios y comercializadores que se

involucraran en el proyecto, en la discusión se realizan los estudios claves para el proyecto de inversión, esto es el de mercado, el técnico, el financiero; por último se realizó la Evaluación Financiera, utilizando los indicadores financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo y Análisis de Sensibilidad, para de esta manera conocer la sustentabilidad financiera que tiene el proyecto de generar liquidez y rentabilidad para sus inversionistas.

Finalmente se incluyen las conclusiones y recomendaciones estimadas para el trabajo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. ANTECEDENTES:

(ARAQUE, 2013, pág. 155), en su trabajo de investigación titulado "Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa Dedicada A La Producción Y Comercialización De Cremas En Base A La Tuna De Cochinilla Al Sur Del Distrito Metropolitano De Quito", determina que:

El estudio de mercado se convirtió en una herramienta de análisis para la competencia y consumidores, dentro de las cuales se establecieron estrategias de mercado que permitirán cumplir con las metas empresariales.

Las tendencias del consumidor para estos productos va más allá del precio, y la marca, en la actualidad el consumidor espera que el producto cumpla con las especificaciones y requerimientos para satisfacer sus necesidades.

(OLIVO, 2011, págs. 67, 68, 69), en su trabajo de investigación titulado ""Estudio De Factibilidad De Productos Cosméticos Y Medicinales En Base A Productos Vegetales" (Col), según la investigación realizada en su estudio determinó que el proceso productivo más adecuado para elaborar las cremas se detalla a continuación:

1.2. EL PROCESO DE PRODUCCION.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de producción de cremas y geles a base de col consta de las siguientes actividades.

ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

La materia prima a comprar es de primera calidad. Se debe seleccionar la sábila (Aloe vera), la misma debe tener hojas sanas y frescas.

ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA

En el laboratorio se analizará los distintos ingredientes a utilizar en la mezcla. A la sábila se le realizara una pequeña revisión de calidad a las que cumplen con la norma de tratamiento pasará al siguiente proceso, las que estén muy secas se desecharán.

MEZCLA DE LA MATERIA PRIMA

En este proceso se unificará a todos los ingredientes para la elaboración de cremas con el gel de sábila, vaselina, aceites, etc.

ETIQUETADO Y EMBALAJE

El producto final seleccionado pasará al etiquetado y embalaje con el fin de ser comercializado.

(FUEL, 2012, pág. 194) En su trabajo de investigación titulado "Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa Para La

Industrialización Y Comercialización De Mascarillas Estéticas Faciales Elaboradas A Base De Pulpa Del Cacao En La Ciudad De Ibarra Provincia De Imbabura" sostiene las siguientes recomendaciones:

Se debe aprovechar la inexistencia de empresas que presten este tipo de servicios, ofreciendo una excelente atención y precios accesibles, con lo que se evitaría la competencia desleal

Implementar nuestra empresa con un personal capacitado en el área técnica y de producción, lo que ayudará a obtener un producto estético de alta calidad que se brinde satisfacción a un público.

Al mantener un sistema de evaluación de la inversión, se contaría con información eficaz sobre los estándares de los indicadores de flujos netos de efectivo y VAN, cuyos resultados servirán para la toma de decisiones, especialmente para invertir en la compra de equipos y maquinaria.

Sería factible desarrollar un plan de trabajo para lograr resultados altamente positivos en todos los indicadores valorados en el presente proyecto, lo que establecerá equilibrio entre planificación, ejecución, resultados e impactos.

La Empresa debe aprovechar la existencia de profesionales en las diferentes áreas, lo que permitirá brindar un producto de calidad.

Fortalecer a nuestra empresa con publicidad y promociones para ampliar cada vez más el mercado contratante e incrementar el número de clientes al mes.

Poner en marcha inmediata el proyecto en cuanto los resultados obtenidos indican que es viable por lo tanto se está desaprovechando un mercado potencial.

ALOE VERA

El aloe vera produce dos sustancias, gel y látex, los que se pueden utilizar para distintos fines. El gel de aloe es la sustancia transparente y gelatinosa que se encuentra en la parte interior de la hoja de la planta de aloe.

El látex de aloe proviene justo de debajo la piel de la planta y es de color amarillo. Algunos productos de aloe se hacen mediante la hoja entera picada, por lo que contienen tanto gel como el látex. Esta planta puede ayudarnos a curar diferentes padecimientos y también es un gran cosmético, estos son los distintos usos del aloe vera. (Ecoagricultor, 2016), en este sitio web nos hace referencia lo que a continuación explicaremos:

PROPIEDADES MEDICINALES DEL ALOE VERA O SÁBILA:

Contiene vitaminas A, del grupo B, C, mucílagos, minerales, taninos, aceites, ácidos grasos, aminoácidos. (SANA, 2014).

- Tiene la propiedad de regenerar las células de la piel
- Tiene acción digestiva
- Tiene efecto depurativo
- Favorece la regeneración de tejidos internos
- Elimina hongos y virus
- Regenera las células de la piel
- Tiene efecto analgésico
- Protege el sistema inmunitario
- Posee acción antiinflamatoria

USOS MEDICINALES DEL ALOE VERA O SÁBILA:

Aplicando el gel localmente, es capaz de evitar y favorecer la desaparición de las ampollas y a continuación se describe para que podemos usar al aloe vera:

- Uso local del aloe vera sobre varices y venas varicosas
- Combate las irritaciones cutáneas
- La pulpa del aloe alivia el escozor y picos provocado por las picaduras de insectos, medusas o incluso ortigas.
- Se utiliza para colitis ulcerosa, colon irritable e incluso enfermedad de Crohn
- Por su efecto cicatrizante es muy efectivo para eliminar o difuminar cicatrices y otras marcas en la piel como, por ejemplo, estrías.
- Para pie y piernas cansadas

- Favorece la buena salud de las encías, combatir el sarro e incluso puede eliminar algunas manchas en los dientes y blanquearlos. Simplemente debemos masticar un trozo del gel durante unos minutos varias veces por semana.
- Lo podemos usar para protegernos de los rayos del sol.
- La Sábila evita el acné, y en caso de padecerlo ayuda a su eliminación.
- Cuando se aplica después del afeitado o depilación ayuda a que la piel se recupere antes y además evita que aparezcan rojeces y granitos.
- El gel de a sabia se puede usar como gomina para fijar un peinado.
- La pulpa ingerida tiene un ligero efecto laxante.
- Irritación causada por pañales
- Para artritis y reuma se puede ingerir o aplicar localmente
- Elimina los hongos, como por ejemplo el pie de atleta
- Aplicando el gel o pulpa localmente favorece la desaparición de las hemorroides.
- En casos de quemaduras por sol, aceite caliente, etc. podemos aplicar el gel del aloe directamente varias veces al día, reduciendo la inflamación y el dolor

2. MARCO TEORICO

2.1. LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.

2.1.1. QUE ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Según Baca Urbina Define “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana”. Siendo un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas para alcanzar objetivos específicos.

“Un proyecto de inversión es un plan, que si se le asigna determinado monto de capital se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad”,¹ a más de ello los proyectos de inversión privado buscan generar rentabilidad económica para el inversionista.

La finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio; Según Manuel Pasaca define, “el proyecto factible es un estudio que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta y modelo operativo viable para solucionar problemas.”

2.1.2. CICLO DEL PROYECTO

El ciclo del proyecto está compuesto de tres etapas que son: La Etapa de Pre inversión, de Inversión y de Operación.

¹BACA URBINA Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Sexta Edición, México 2010, Pag.nº 2.

ETAPA DE PREINVERSIÓN

Según Marcial Córdoba considera la primera etapa del proyecto “desde el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión y presenta los pasos a continuación”, en esta etapa se profundiza las ideas analizando las necesidades del mercado.

- **Identificación de la idea.** A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción.
- **Perfil.** En esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto.
- **Pre factibilidad.** La evaluación a este nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos.
- **Factibilidad.** En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada adicionándole los aspectos relacionados con la obra física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión.

ETAPA DE INVERSIÓN

Manuel Pasaca considera “Tomar la decisión de invertir significa de haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin”, poner en marcha o ejecución del proyecto. Según el autor dentro de ésta etapa se desencadenan los siguientes pasos.

- **Proyectos de Ingeniería.** En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre inversión.
- **Negociación del Financiamiento.** Se analiza las fuentes de financiamiento más favorables para el proyecto.
- **Implementación.** Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permite que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzca desfases.

ETAPA DE OPERACIÓN

Pasaca analiza la última etapa del proyecto como: “el desarrollo la obra física y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado produciendo beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión” es decir la nueva unidad empieza a operar sus actividades. Para ello el autor considera los siguientes pasos.

- **Seguimiento y Control.** Se refiere al conjunto de acciones que se aplica en un proyecto en la etapa de ejecución y recursos empleados.
- **Evaluación ex – post.** Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de terminar la

validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados.

- **Evaluación post – posterior.** Se realiza varios años después de que todos los costos se hayan desembolsado y todos los beneficios recibidos posteriores a cerrar su ciclo de vida.²

2.1.3. CONTENIDO DE UN PROYECTO

Un proyecto de factibilidad se compone de los siguientes elementos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, y Evaluación Financiera todos ellos deben ser delimitados en tiempo y espacio.

2.1.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Según Baca Urbina “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. Por otro lado el objetivo que el estudio de mercado persigue es comprobar la posibilidad real de penetración del producto en un nicho de mercado; debe hacerse un estudio minucioso y bien detallado paso a paso en cada fase del estudio; al llegar al balance de oferta y demanda podrá conocer en términos cuantificables el éxito o el riesgo de lanzar un nuevo producto; decisión que se debe analizar y poner en práctica.

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción detallada minuciosamente del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o

²PASACA MORA Manuel, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Pag nº 19.

usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características”³, también como punto central mostrar en detalle todos sus atributos con el fin de lograr los objetivos que se persigue.

PRODUCTO SECUNDARIO

Como su nombre mismo lo dice es un producto que se extrae del producto principal al momento de sufrir la transformación y se puede aprovechar para generar ingresos a la nueva unidad productiva; “aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de la materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita”⁴.

PRODUCTO SUSTITUTO

Según Manuel Pasaca “Se hace una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal” presentando propiedades similares se los conoce también como productos competitivos.

PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Son aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer una necesidad; la relación que se establece entre productos es tal que el consumo de uno va directamente unido al de los productos que lo complementan.

DEMANDANTES

Se debe distinguir claramente quienes serán nuestros demandantes, es decir identificar el nicho de mercado a donde se quiere dirigir la nueva

³IBID (7) pag. nº 42

⁴IBID (6) pag nº 51

unidad productiva; “y por ello es importante recalcar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de; sexo, edad, ingresos, tendencia, educación entre otros”⁵

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se determina el número de encuestados los mismos que serán aplicados en el trabajo de campo y por ende servirá para armar el proyecto.

Con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

ESTUDIO DE LA DEMANDA

En esta parte se determina la situación de la demanda para el producto dentro del mercado meta escogido. Según Córdoba Padilla, “La demanda es en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas entrevistas cuestionarios y otros”.

DEMANDA POTENCIAL

Según el autor Pasaca Mora; “la demanda potencial está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado” es por ello también que se considera la demanda total.

⁵IBID (7) pag nº 55.

DEMANDA REAL

Constituye la cantidad del producto que necesita el mercado considerando las unidades de consumo que acceden al producto.

DEMANDA EFECTIVA

Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica.

ESTUDIO DE LA OFERTA

“El comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el proyecto”⁶

BALANCE DE OFERTA- DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios ofertados que no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o precio.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Según Baca Urbina define al “plan de comercialización como un proceso en el cual le permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

⁶Córdoba Padilla Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos nº 168

Es importante conocer que para la comercialización se utilicen los canales de distribución los cuales son el camino que siguen los productos al pasar de manos del productos al consumidor y a través de ello poder llegar hasta en los últimos rincones.

2.1.3.2. ESTUDIO TÉCNICO

“Se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”⁷.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Es la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto, según Baca Urbina “se expresa en unidades de producción por año, además que se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

CAPACIDAD INSTALADA

El autor Córdoba como “capacidad máxima disponible que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado”.

CAPACIDAD UTILIZADA

“Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria”.⁸

⁷IBID (6), Pag.nº 74

⁸IBID (7) Pag nº 50 y 51

LOCALIZACIÓN

Según Manuel Pasaca “El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”, es decir llegar a determinar el sitio dónde se instalará la planta.

MACROLOCALIZACIÓN

Autor Córdoba “Consiste en determinar en qué lugar del país es más conveniente ubicar el proyecto: región, departamento, provincia”.

MICROLOCALIZACIÓN

Luego de haber determinado la macro localización, “consiste en determinar en qué parte de la ciudad seleccionada sería la ubicación óptima para la implementación del proyecto”.⁹

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Según el autor Marcial Córdoba “es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos”.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y tipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción

⁹SOTO CALDERÓN Oscar, “Formulación y Evaluación de Proyectos” Pag nº 56.

esperada de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer, de acuerdo al autor anterior; según Marcial Córdoba “la tecnología apropiada es aquella que genera la mayor eficiencia económica desde el punto de vista de la sociedad”

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador, el autor analiza luego de conocer los principales equipos y las instalaciones de servicio se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y cada instalación.

PROCESO PRODUCTIVO

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio; debe incluirse el flujo grama de procesos es decir representar gráficamente indicando los tiempos necesarios para cada fase.

DISEÑO DEL PRODUCTO

Pasaca dice que “el producto originario del proyecto reúne las características necesarias para el usuario logrando la satisfacción de una necesidad” involucrando un proceso creativo de diseño o a su vez materializando la solución de una idea.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

“Constituye una herramienta por medio de los cual se describe paso a paso

cada una de las actividades de que consta el proceso de producción”¹⁰ es decir se emplean simbologías para representar las operaciones.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

La estructura organizacional empresarial es la distribución formal de los puestos, la misma que puede mostrarse visualmente en un organigrama, y la creación o cambio de la estructura se involucra en el diseño organizacional, un proceso que implica especialización del trabajo y departamentalización.¹¹ Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley.

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, según Pasaca se considera los principales requisitos:

Acta constitutiva: Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la organización.

La razón social o denominación: Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio: Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá

¹⁰SAPAG CHAIN NASSIR, Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos pag 50- 58

¹¹ STEPHEN P. Robbins, y COULTER Mary, “Administración”, Décima Edición, México 2010 Pag 184

indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

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

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

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Pasaca Manuel, afirma que “es parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma” además que permite adecuar de manera eficiente y oportuna al Talento Humano.

NIVELES JERARQUICOS

- **Nivel Legislativo-Directivo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios o Junta General de Accionistas luego los mismos que eligen a un Presidente.

- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.
- **Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, tareas de venta, o todo lo relacionado con las tareas de comercialización o tareas de marketing.
- **Nivel de Apoyo:** “Ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia”.¹²

ORGANIGRAMAS

Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. ¹³, cabe recalcar la

¹² IDEB (7) Pag nº 58

¹³ Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012.

importancia de representar en un organigrama ya que se observa la cantidad total del personal que trabaja dentro de la empresa.

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, es decir la departamentalización, lo cual permite conocer de una manera efectiva sus partes integrantes.
- **Organigrama Funcional:** Consiste en representar las funciones básicas de cada uno de los departamentos.
- **Organigrama Posicional:** Sirve para representar la distribución y remuneración del personal.

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción de las funciones generales que corresponden a cada empleo y la determinación de los requisitos para su ejercicio. “El diseño del cargo es la especificación del contenido de los métodos del trabajo y de las relaciones con los demás cargos para cumplir requisitos tecnológicos, empresariales, sociales y personales del ocupante del cargo”¹⁴.

Comprende los siguientes aspectos:

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- ✓ Naturaleza del trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias

¹⁴<http://www.slideshare.net/camilojimeno/manual-de-funciones-3751785>

- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto.

2.1.3.3. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero tiene como finalidad, demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto de inversión, así como de un beneficio, es decir, que el costo del capital invertido será menor que el rendimiento de dicho proyecto”,¹⁵ y se especifican las necesidades de recursos a invertir.

INVERSIONES

“Las inversiones financieras son las inversiones que las empresas realizan en el mercado financiero para obtener algunas rentabilidades”,¹⁶ es decir está constituida por todos los activos: fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar en el capital de trabajo.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

TERRENO. Área física que la empresa adquiere para construir la nave de producción y sus oficinas.

EDIFICIOS. Cuando la incluimos dentro del activo fijo, representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc.

MAQUINARIA Y EQUIPO. Rubros que comprenden los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo.

¹⁵ IBID (3), Pag nº 24

¹⁶<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

HERRAMIENTAS. Complementos para la utilización de la maquinaria.

MUEBLES Y ENSERES. Para la dotación de oficinas e instalaciones previas, también denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc.

EQUIPOS DE OFICINA. Componentes para facilitar las actividades del personal se controlará la inversión en calculadoras, máquinas de escribir, fotocopiadoras, etc.

EQUIPOS DE COMPUTO. Componentes para facilitar las actividades del personal administrativo como la computadora.

VEHICULO, activo que sirve para transportar tanto la mercadería como los productos terminados.

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc¹⁷, costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto antes de entrar en operación.

CAPITAL DE TRABAJO

Según Pasaca Mora define como “es el dinero necesario para cubrir los

¹⁷ IBID (6) Pag nº 320

gastos hasta que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos”.

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

Se refiere al monto total de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo o activo circulante.

FINANCIAMIENTO

El autor Pasaca refiere “Fondos nuevos proporcionados a un negocio, ya sea por otorgamiento de préstamos o por la compra de instrumentos de deuda o de acciones de capital”.

➤ LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNO.

“Estas provienen principalmente de las aportaciones de capital” que realizan los accionistas, ya bien pueden aportar al inicio del negocio o en un tiempo determinado durante la vida de la misma.

➤ LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNO. Son las hipotecas (préstamos bancarios), los pagarés, los préstamos quirografarios, y todos los préstamos de instituciones ajenas y/o externas a la empresa monto que se tomará para invertir en el proyecto.

ANÁLISIS DE LOS COSTOS

Se analizan los costos para determinar la inversión que vaya en función a la capacidad del proyecto.

COSTO DE PRODUCCIÓN O FABRICACIÓN

Los costos de producción están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

Los elementos del costo de producción se dividen en tres grupos:

- Materiales directos.
- Mano de obra directa y
- Costos generales de fabricación.

Se calculan en base a un programa de producción, tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CF = CP^1 + CGF}$$

CF= Costo de Fabricación

CP¹= Costo Primo

CGF= Costos Generales Fabricación

COSTO PRIMO

FÓRMULA:

$$\mathbf{CP^1 = MPD + MOD}$$

CP¹= Costo Primo

MPD= Materia Prima Directa

MOD= Mano de Obra Directa

Materia Prima: Es la parte esencial del producto y puede cuantificarse fácilmente.

Mano de Obra Directa: Está conformado por quienes intervienen directamente en la fabricación o generación de un bien, sea manualmente o accionando las máquinas que transforman la materia prima en producto terminado.

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

“Se los denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obra, se capitalizan al inventario de productos terminados y están representados por aquellos valores indirectos que no se puede cargar a unidades de costo o trabajo especial”¹⁸.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CGF = MI + MOI}$$

CGF= Costos Generales de Fabricación

MI= Materiales Indirectos

MOI= Mano de Indirecta.

Materiales Indirectos: Son todos aquellos que se integran en el proceso pero no se pueden medir con exactitud lo correspondiente a cada unidad de producto terminado; así tenemos mantenimiento de maquinaria y equipo, indumentaria industrial, gas, envases, material de empaque etc.

¹⁸IBID (7) pag nº 70

Mano de Obra Indirecta: Son depreciaciones, jefe de producción, servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono etc.

COSTOS DE OPERACIÓN

“Comprenden los gastos administrativos, de ventas, gastos financieros y otros gastos”¹⁹.

DEPRECIACIONES

Son los activos fijos a excepción del terreno que durante la utilización normal de los mismos sufren un desgaste o pierden la vigencia y por lo mismo pierden sus características de funcionalidad y operatividad.

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos como: Costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CP = CF + G. ADM + G. FIN + G. V + O. G}$$

CP= Costos de Producción.

CF= Costo de Fabricación.

G. ADM= Gastos Administrativos.

G. FIN = Gastos Financieros.

G. V = Gastos de Ventas.

O. G = Otros Gastos.

¹⁹IBID (6) pag nº 140

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

FÓRMULA:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

CUP= Costo Unitario de Producción.

CTP= Costo Total de Producción.

NUP= Número de Unidades Producidas.

EL PRECIO: Según Baca U. “Son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias”. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería.

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta se debe considerar siempre como base el costo total de producción sobre el cual se adiciona un margen de utilidad.

FÓRMULA:

$$PVP = CT + MU$$

PVP= Precio de Venta al Público.

CT= Costo Total.

MU= Margen de Utilidad.

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que cambia o Fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Ejemplo Materia prima, comisiones etc.

COSTOS FIJOS: Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar si cambia el volumen de producción, los salarios, depreciación, alquiler etc.²⁰

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Define Marcial Córdoba como “mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado” conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variables y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se han dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio.

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 y los costos los ingresos.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

²⁰ <http://www.ii.iteso.mx/Ing%20de%20costos%20I/costos/tema22.htm>

3. En Función de las Ventas

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total.

1= Constante Matemática.

CVT= Costo Variable Total.

VT= Ventas Totales.

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

4. En Función de la Capacidad Instalada

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

5. En Función de la Producción

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu} * 1$$

PVu= Precio de Venta Unitario

CVu= Costo Variable Unitario.

2.1.3.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

(Gabriel, 2010) La evaluación financiera describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anota sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y en ambas se muestra su aplicación práctica.

Los criterios más utilizados en la evaluación financiera son: Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Análisis de sensibilidad, se determina

además el periodo de recuperación de la inversión y beneficio monetario. (PASACA Manuel, 2014).

FLUJO DE CAJA

(CHAIN & SAPAG, 2008) La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre el mismo se efectuara sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar este proyecto está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional.

VALOR ACTUAL NETO

(Lopez, 2015) Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento.

Criterios de VAN:

- ❖ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto.
- ❖ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto.
- ❖ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista. (PASACA Manuel, 2014)

Para calcular el VAN utilizamos la siguiente formula:

$VAN = \sum VAN \text{ de } 1 \text{ a } 5 - INVERSION$

❖ **Factor de actualización**

(Lopez, 2015) Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación.

$$FD = (1 + i)^{(-t)}$$

❖ **Valor actualizado**

(Huerta Rios , 2012) Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

(Gabriel, 2010) Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Criterios de la TIR:

- ❖ Si la TIR es > que el costo de oportunidad, se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es < que el costo de oportunidad, se rechaza el proyecto.
- ❖ Si la TIR es = que el costo de oportunidad, la inversión queda a criterio del inversionista. (PASACA Manuel, 2014)

Para calcular la TIR utilizamos la siguiente formula:

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

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

(Gabriel, 2010) Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- ❖ $B/C > 1$ Se debe ejecutar el proyecto
- ❖ $B/C = 1$ Es indiferente ejecutar el proyecto
- ❖ $B/C < 1$ Se debe realizar el proyecto

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

(Gabriel, 2010) Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

La fórmula para calcular el periodo de recuperación del capital es:

$$PRC = \text{Año supera inversion} + \left(\frac{\text{inversion} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo neto año supera inversion}} \right)$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La finalidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

Criterios del Análisis de Sensibilidad:

- ❖ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios afectan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto. (PASACA Manuel, 2014)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- ❖ Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\%VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad: se obtiene con el incremento de costos

$$S = (\%VAR / N.TIR)$$

ANÁLISIS SE SENSIBILIDAD PARA DISMINUCION EN INGRESOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución en ingresos.
- ❖ Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el Porcentaje de Variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif. TIR}{TIR del PROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad

$$S. = \left(\frac{\% VAR}{NTIR} \right)$$

e. MATERIALES Y METODOS

Para llevar a cabo el presente trabajo de investigación se utilizaron materiales, métodos, técnicas y procedimientos que aportaron en el desarrollo de las diferentes actividades ejecutadas durante el proceso investigativo, los mismos que se citan a continuación:

1. MATERIALES

- ✚ Materiales de escritorio (hojas, esferos, carpetas, clip, corrector, perforadora, copias)
- ✚ Flash memory.
- ✚ Computadora portátil.
- ✚ Calculadora.

2. MÉTODOS

✚ Método Deductivo

Permitió recolectar y analizar información general de manera ordenada y lógica relacionada a los temas y conceptos del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Evaluación Financiera que se compone un proyecto, necesarias para comprender de manera más clara y concisa.

✚ Método Inductivo

El presente método se lo utilizó en la aplicación de las encuestas a las familias de la ciudad de Loja que conforman las 4 parroquias (Sucre, Sagrario, El Valle y San Sebastián) recolectando información necesaria y básica para su respectivo análisis. A través de éste método permitió comparar y analizar el comportamiento de la oferta y demanda. Así mismo

se trabajó en las conclusiones y recomendaciones para el inversionista; se conoció además los gustos y preferencias respecto de la crema de aloe vera.

3. TÉCNICAS

Para obtener una información confiable, clara y concreta se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos en el desarrollo de la presente investigación como son:

Entrevista

Fue aplicada a los propietarios de los distintos tipos de negocios dedicadas a vender el producto, para obtener información referente a la oferta.

Encuestas

La encuesta se aplicó a la población segmentada de las familias lojanas, específicamente a una muestra que permitió conocer gustos, preferencias y necesidades insatisfechas, en cuanto al producto; se empleó un conjunto de preguntas tipificadas en base a la crema de aloe vera

Consultas bibliográficas.

Éstas sirvieron para respaldar el marco teórico del proyecto de investigación a través de las diferentes fuentes de recolección de información, se utilizó: libros, folletos, tesis, documentos y páginas virtuales, etc.

Entrevista.

Se aplicó en los establecimientos donde se comercializa el producto tomando como muestra 59 locales comerciales, que permitió conocer la oferta y la distribución de producto. Se diseñaron dos cuestionarios, uno para los consumidores finales y otro para los oferentes.

4. PROCEDIMIENTO.

Población y Muestra

Se ha determinado que el segmento de mercado de nuestro proyecto fueron las empresas localizadas en la ciudad de Loja, específicamente farmacias, tiendas, bazares, puesto que en ellas se generan con mayor fuerza la necesidad de adquirir las cremas de aloe vera.

Muestra:

El INEC, es una entidad que proporciona datos sobre los habitantes de la ciudad de Loja, información importante que sirvió para determinar la muestra del presente proyecto de factibilidad. Se basó en el censo del año 2010.

De esta cantidad 180.617 se procedió a dividir para 4 miembros de familia, dándonos un total de 49.802, esta es la población que sirvió de base para calcular la muestra de este proyecto de tesis, así se lo demuestra en la siguiente tabla.

**Cuadro N° 1 POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO DEL 2010
(T.C.A)**

CIUDAD	POBLACIÓN	T.C.A.
Loja	180.617	2.65%

FUENTE: Censo del año 2010 (INEC)

ELABORACIÓN: La autora

CENSO PROYECTADO AL 2016

FORMULA:

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

DESARROLLO:

$$P_{2016} = 170.280(1 + 2.65)^6$$

$$P_{2016} = 170.280 (1 + 0.0265)^6$$

$$P_{2016} = 170.280(1.1699)$$

$$P_{2016} = 199.210.57$$

$$P_{2016} = \frac{199.210.57}{4}$$

$$P_{2016} = \mathbf{49,802}$$

DONDE:

Pf = Población final
Po = Población Inicial
I = Tasa de crecimiento
n = Número de años

Tamaño de la Muestra

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionara mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores.

FÓRMULA:

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

DESARROLLO:

$$n = \frac{49,802}{125.50}$$

DONDE:

n = Tamaño de la muestra
 N = Población
 E = Margen de error

n = 396 Encuestas

PROCEDIMIENTO.

De acuerdo con el marco teórico un proyecto de inversión contiene 4 estudios básicos que son:

ESTUDIO DE MERCADO. - Para saber la demanda potencial, demanda efectiva, demanda insatisfecha, y la oferta.

ESTUDIO TÉCNICO. - Dentro de este estudio se tuvo que buscar el tamaño del proyecto, la localización de la empresa, la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir, se pudo calcular y una capacidad utilizada, se estableció la macro y micro localización de la empresa, la organización empresarial.

ESTUDIO FINANCIERO. - Se realizó una cuantificación de las inversiones que permitió determinar que la implementación de la empresa es aconsejable.

EVALUACION FINANCIERA. Pues la inversión total para este proyecto, el financiamiento, constara los ingresos por ventas totales, el punto de equilibrio, la evaluación económica financiera con la ayuda del flujo de Caja, el VAN, la TIR, la Relación Beneficio-Costo y finalmente se define el proyecto con un porcentaje equivalente al promedio inflacionario de los últimos 5 años de los egresos e ingresos.

Mediante la utilización de los métodos y técnicas se pudo realizar los estudios mencionados, al tener resultados favorables en cada uno de ellos se concluye que la empresa de elaboración y comercializadora de crema de Aloe Vera, en la ciudad de Loja si es factible su implementación.

f. RESULTADOS:

a. Resultados de las Encuestas Dirigidas a: Los habitantes de la Ciudad de Loja, para determinar la demanda.

1. ¿Requiere de Crema para el rostro y cuerpo?

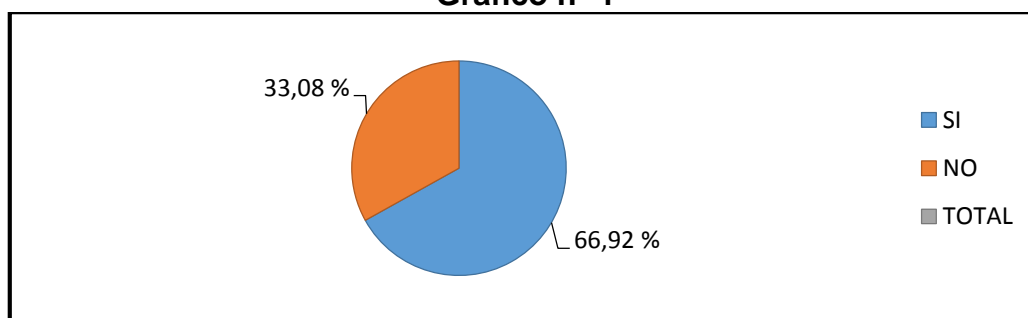
Cuadro N°2 REQUIERE DE CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
SI	265	66,92
NO	131	33,08
TOTAL	396	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 1



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Una vez realizada la técnica de la encuesta a la muestra objeto de estudio de la ciudad de Loja, se determinó que el 66.92 % de los encuestados **SI** requieren de crema, mientras que el 33.08 % de los encuestados **No** requieren de la misma, la cual nos favorece en la obtención de información.

2. ¿Cuántas unidades de crema de 100 gr requiere mensualmente?

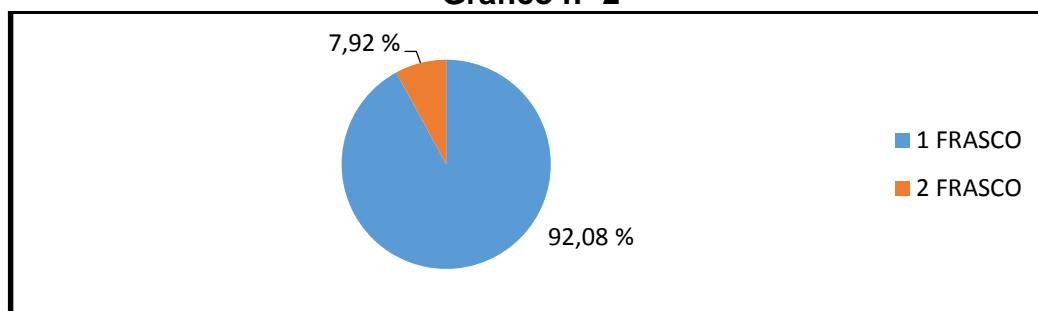
Cuadro N°3: CANTIDAD REQUERIDA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 FRASCO	244	92,08
2 FRASCO	21	7,92
3 FRASCO	0	0,00
4 FRASCO	0	0,00
5 FRASCO	0	0,00
TOTAL	265	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico nº 2



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las 265 encuestas realizadas se obtuvo los siguientes resultados el 92.08 % que corresponde a 244 personas consumen crema, 1 frasco al mes y el 7.92 % que corresponde a 21 personas que requieren 2 frascos al mes.

3. ¿Indique en qué tipo de presentación gusta el producto?

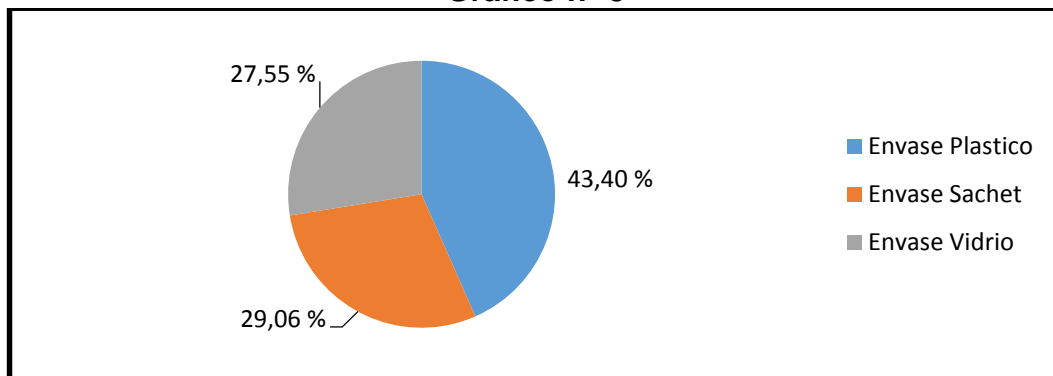
Cuadro N°4 PRESENTACIONES PARA LA CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Envase Plástico	115	43,40
Envase Sachet	77	29,06
Envase Vidrio	73	27,55
TOTAL	265	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 3



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a esta interrogante los siguientes resultados; un 43.40 % que corresponde a 115 personas manifestaron que la presentación del de la crema prefieren en un envase de plástico; un 29.06 % envase en sachet; 27.55 % envase de vidrio.

4. ¿Cuáles son las características que Ud. prefiere de la Crema?

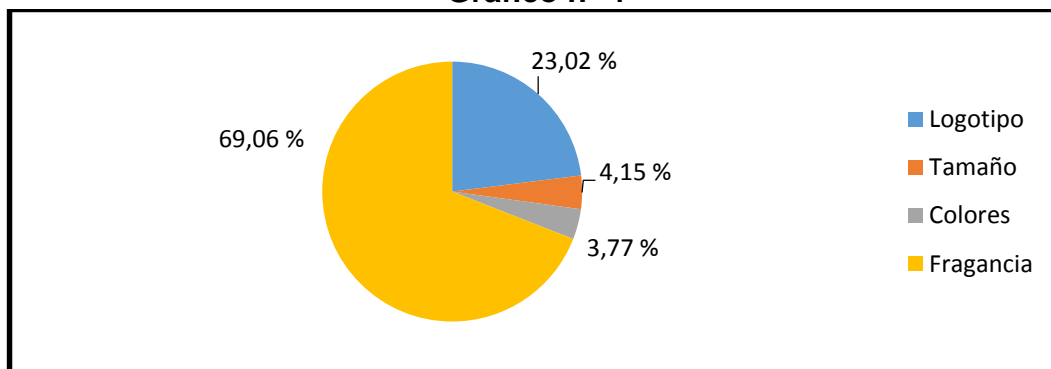
Cuadro N° 5 CARACTERÍSTICAS DE LA CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Sabor	61	23,02
Tamaño	11	4,15
Colores	10	3,77
Fragancia	183	69,06
TOTAL	265	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 4



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las características de la crema para el cutis el 69.06 % manifestaron que para elegir este producto toman en cuenta la fragancia; el 23.02 % el sabor; el 4.15 % eligen el tamaño; 3.77 % el color.

5. ¿Requiere de la Crema de aloe vera?

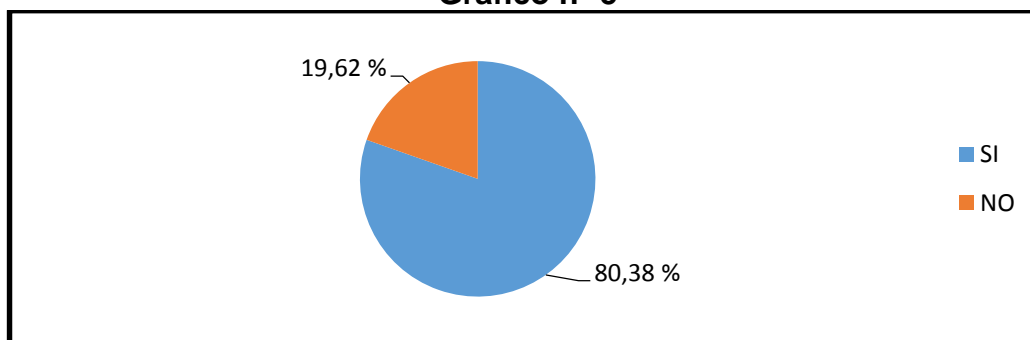
Cuadro N° 6 REQUIERE LA CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
SI	213	80,38
NO	52	19,62
TOTAL	265	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 5



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las 265 encuestas aplicadas a esta interrogante se deduce que el 80.38 % si requieren la crema de aloe vera, mientras que el 19.62 % mencionaron que no desean el producto.

6. ¿Si se implementara una empresa con este tipo de producto estaría dispuesto a comprarlo?

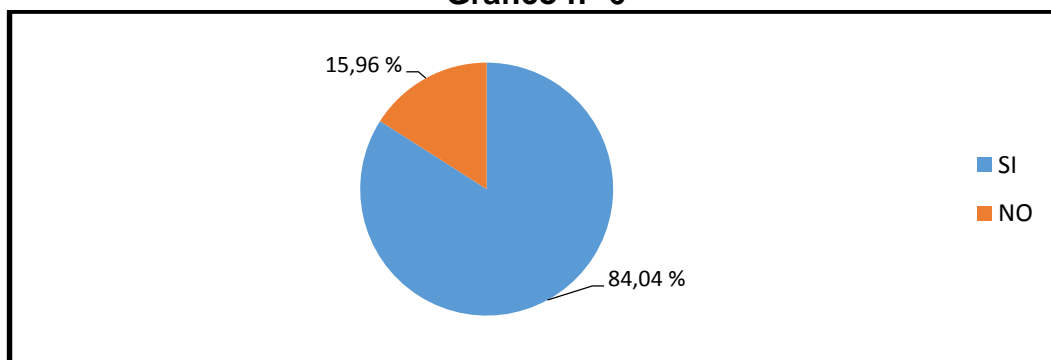
Cuadro N° 7 ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
SI	179	84,04
NO	34	15,96
TOTAL	213	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 6



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las 213 encuestas aplicadas a esta interrogante se deduce que el 84.04 % si están dispuestos a adquirir la crema de esta nueva empresa, mientras que el 15.96 % mencionaron que no estarían dispuestos adquirir ya que tiene elegida su empresa proveedora de su marca de producto.

7. ¿Cuánto pagaría por la Crema de aloe vera?

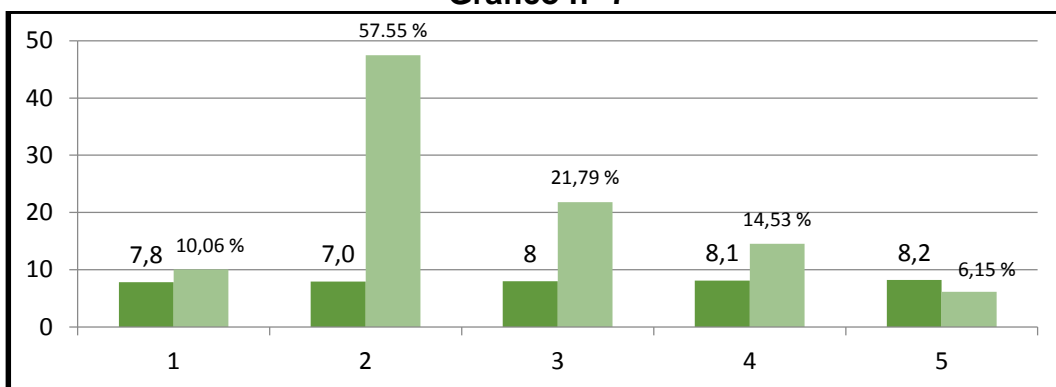
Cuadro N° 8 PAGARÍA POR LA CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
7,0	103	57,55
8.0	76	42 45
TOTAL	179	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 7



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a esta interrogante el 57.55 % de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar por este nuevo producto \$7,00. Mientras que el 42.45% pagarían 8 dólares.

8. ¿Usualmente en qué lugares le gustaría adquirir la Crema de Aloe Vera?

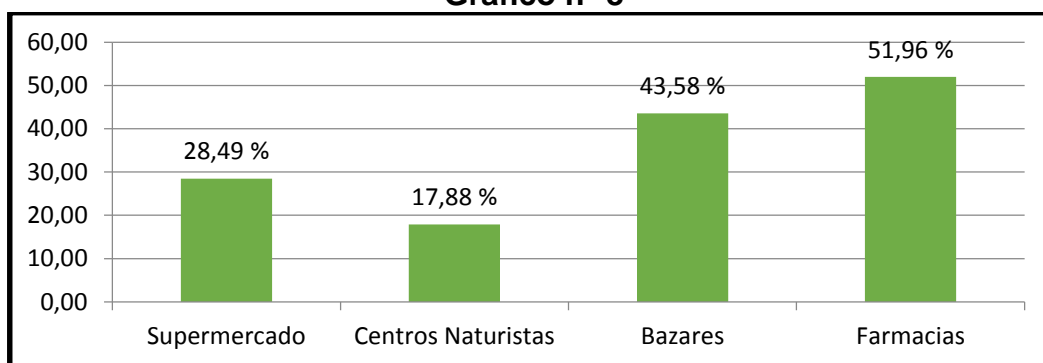
Cuadro N° 9 LUGARES PARA ADQUIRIR LA CREMA

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Supermercado	51	28,49
Centros Naturistas	32	17,88
Bazares	78	43,58
Farmacias	93	51,96
TOTAL	179	141,90

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 8



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las encuestas realizadas ordenando de mayor a menor se obtuvo los siguientes datos: un 51.96% desean que este producto se adquiera en farmacias. El 43.58% en bazares. El 28.49% en Supermercados. Y el 17.88% en centros naturistas.

9. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que la empresa le ofrezca?

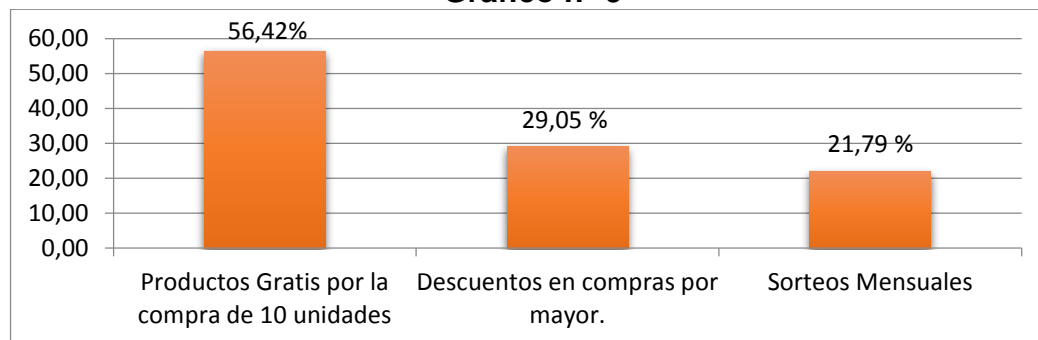
Cuadro N°10 PROMOCIÓN QUE DEBERIA LA EMPRESA OFRECER

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Productos Gratis por la compra de 10 unidades	101	56,42
Descuentos en compras por mayor.	52	29,05
Sorteos Mensuales	39	21,79

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 9



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: El 56.42 % de las personas encuestadas han manifestado que el tipo de promoción que desean que la empresa ofrezca productos gratis; Un 29.05 % desean descuentos compras por mayor; y un 21.79 % que se realicen sorteos mensuales.

10. ¿Porque medios publicitarios le gustaría a Ud. Informarse sobre la existencia de esta nueva empresa?

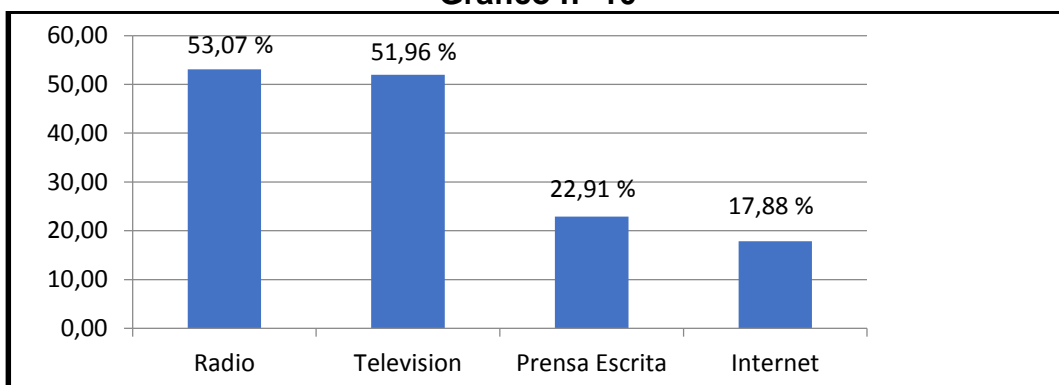
Cuadro N°11 MEDIOS PUBLICITARIOS PARA INFORMARSE

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Radio	95	53,07
Televisión	93	51,96
Prensa Escrita	41	22,91
Internet	32	17,88

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Grafico n° 10



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Con respecto a esta interrogante el 53.07% han manifestado que el medio de comunicación adecuado que recomiendan para informarse de esta nueva empresa es la radio y el 51.96 % la televisión; el 22.91 prensa escrita, 17.88 % internet o redes sociales.

b. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTA A LOS OFERENTES.

59 Locales

1. ¿Comercializa en su negocio cremas de ALOE VERA?

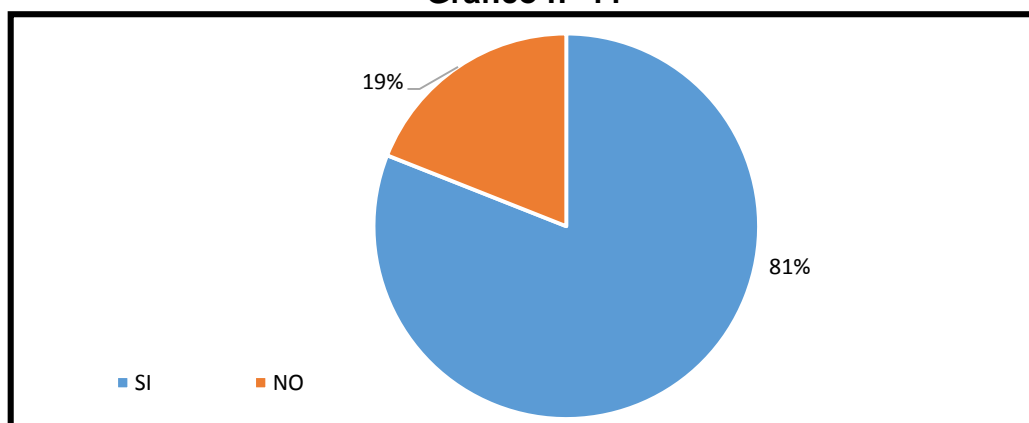
Cuadro N°12 COMERCIALIZACION CREMAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	81.35%
NO	11	18.64%
TOTAL	59	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 11



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Los lugares que comercializan cremas a base de productos naturales son 48 que representan el 81.35% y los lugares que no comercializan el producto son 11 siendo el 18.64%, es decir que la mayor parte de los locales comerciales a los que se aplicó la encuesta comercializan el producto.

2. ¿En qué presentación comercializa el producto?

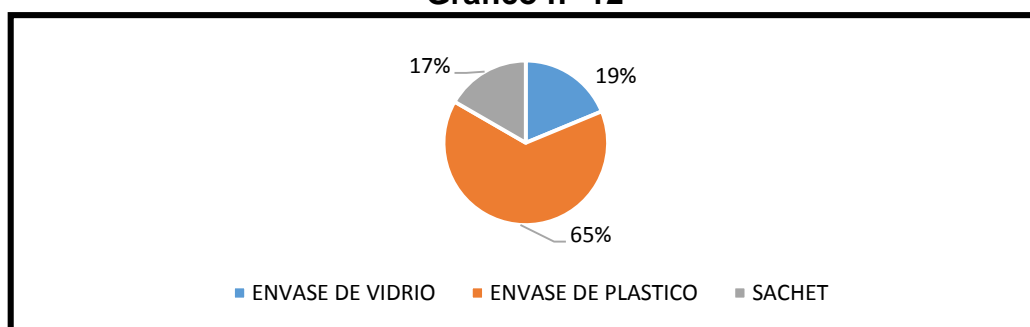
CUADRO N°13 PRESENTACIÓN COMERCIALIZA PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase de Vidrio	9	18.75%
Envase de Plástico	31	64.58%
Sachet	8	16.66%
TOTAL	48	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 12



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Según las 48 encuestas realizadas a los lugares de comercialización de cremas a base de productos naturales manifestaron que en 31 locales que representan el 64.58% comercializan el producto en envase de plástico, 9 locales que representan el 18.75% comercializan el producto en envase de vidrio, 8 locales que representan el 16.66% comercializan el producto en sachet, por lo tanto el envase más aceptado por los clientes es el envase de plástico.

3. ¿Ud. comercializa el producto en la presentación de 100g?

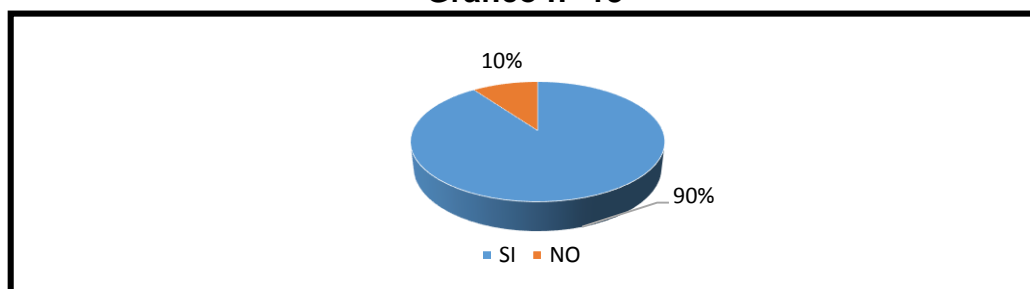
Cuadro N° 14 PRESENTACIÓN COMERCIALIZA EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	90%
NO	5	10%
TOTAL	48	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 13



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: De las 48 encuestas realizadas, 43 locales que representan el 90% manifestaron que si comercializan en la unidad de medida de 100g, y 5 locales que representan el 10% manifestaron que no, dándonos un 100%.

4. ¿Cuántas unidades de cremas de 100 ml a base de productos naturales vende por mes?

Cuadro N° 15 CANTIDAD ADQUIRIDA DE CREMA DE 100g

ALTERNATIVA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
FARMACIAS	6.200	74.400
SUPERMERCADOS	300	3.600
CENTROS NATURISTAS	7.500	90.000
ALMACENES DE COSMETICOS	200	2.400
TOTAL	14200	170.400

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

VENTAS TOTALES ANUALES: 170.400 Cremas.

Según la información recolectada la presentación de 100g, si adquieren las personas y que anualmente venden un total de **170.400** cremas.

5. ¿Qué porcentaje de variación de ventas obtuvo en el año?

Cuadro N° 16 PORCENTAJE DE VARIACIÓN DE VENTA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	% VARIACIÓN
FARMACIAS	31	1.1%
SUPERMERCADOS	3	1.6%
CENTROS NATURISTAS	5	1%
ALMACENES DE COSMETICOS	4	1.5%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Según la información recolectada de las 43 encuestas aplicadas, se realizó a 31 farmacias; 20 farmacias con el 1% y las 11 con un 1,5%; de los 3 supermercados; 2 de ellos con el 2% y una con el 1%; 5 centros naturistas; el primero con el 1%, el segundo con el 1,5%, el tercero con el 0,5%, el cuarto con el 1%, el quinto con el 2%; 4 almacenes de cosméticos; 2 de ellos con el 1%, 1 con el 3% y la última con el 2%.

6. ¿Cuál es el precio de venta de la crema de aloe vera?

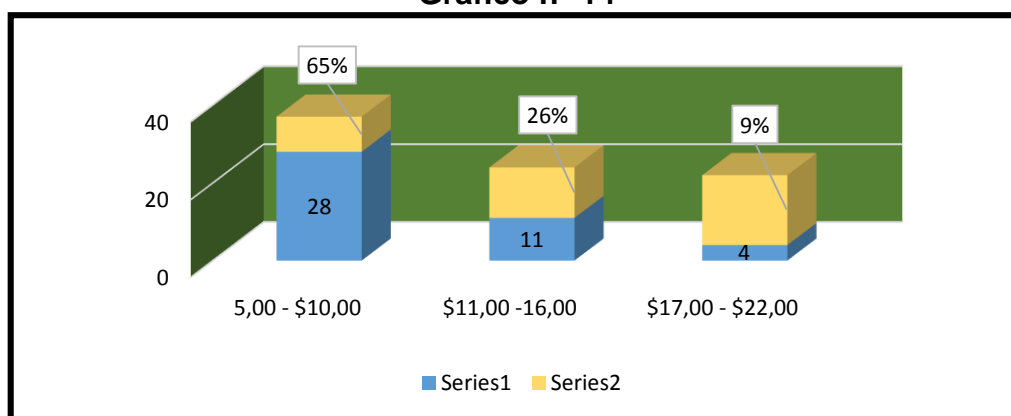
Cuadro N° 17 PRECIO EL CUAL SE VENDE LAS CREMAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	XM	f(XM)
5,00 - \$10,00	28	65.11%	9	252
\$11,00 -16,00	11	25.58%	13	143
\$17,00 - \$22,00	4	9.30%	18	72
TOTAL	43	100%	40,5	467

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 14



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Según las 43 encuestas realizadas se determinó que el precio de mayor frecuencia es de \$5,00 a \$10,00 que venden 28 locales siendo el 65.11%, de \$11,00 a \$16,00 venden 11 locales es decir representan el 25.58%, de \$17,00 a \$22,00 venden 4 locales siendo el 9.30%, con esta información indica que la crema nueva para lanzar al mercado es conveniente que oscile en un precio de \$5,00 a \$10,00.

7. ¿Qué promoción existe actualmente en su local por la compra de las cremas para la piel?

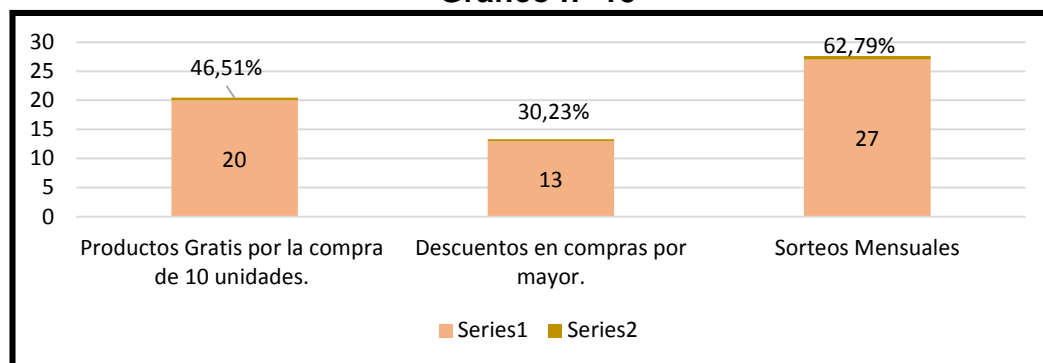
Cuadro N° 18 PROMOCION

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Productos Gratis por la compra de 10 unidades.	20	46,51%
Descuentos en compras por mayor.	13	30,23%
Sorteos Mensuales	27	62,79%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 15



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Actualmente la mayoría de los locales acceden a los sorteos mensuales siendo 27 locales el 62.79%, productos gratis por la compra de 10 unidades la cual ofrecen 20 locales siendo el 46.51% y descuentos en compras por mayor ofrecen 13 locales siendo el 30,23%, para obtener un mercado significativo una estrategia es dar promociones a los clientes para ganar aceptación y acogida.

8. ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa para la elaboración y comercialización de cremas naturales en la ciudad de Loja?

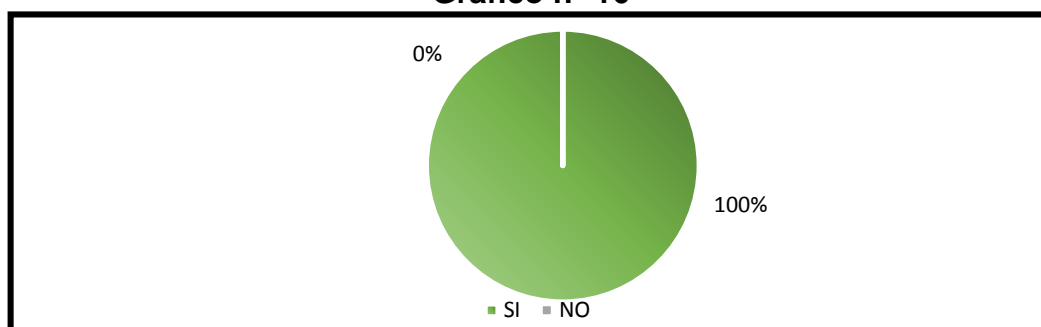
CUADRO N° 19 ACEPTACION DE LA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	100%
NO	0	0%
TOTAL	43	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico n° 16



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

Análisis e Interpretación: Al implementarse una nueva empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cremas faciales y corporales de sábila, en un 100% los locales que comercializan este producto están de acuerdo en la creación de la nueva empresa, por lo tanto tendría merca para su distribución.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. PRODUCTO PRINCIPAL

Crema de aloe vera. Es un producto natural para el cuidado a la piel; nos hidrata, rejuvenece y nutre la piel por las múltiples propiedades que tiene su materia prima, como es la planta conocida como sábila. Entre sus usos para la piel tenemos:

HIDRATANTE: Porque contiene lignina, que ayuda a penetrar en las capas más profundas de la piel aportando con vitaminas.

REJUVENECEDOR: contiene una gran capacidad de producir de 7 a 8 veces más rápido que lo normal las fibras fibroplásticas que se encuentran en la dermis; son las responsables producir colágeno que ayudan a atenuar las arrugas.

NUTRICION A LA PIEL: Los polisacáridos que contiene la materia prima ayudan a la nutrición de la piel; asegurando tonicidad y lozanía por su estimulación y regeneración de todas las células implicadas en el proceso.

Las características del producto a producirse son las siguientes:

Cuadro N° 20
DATOS DEL PRODUCTO

DETALLE	UNIDAD
GEL DE SABILA	50 g
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	10 g
ACEITE DE VITAMINA E	10 g
ACEITE DE VITAMINA A	10 g
VASELINA	20 g

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

Grafico nº 17 DISEÑO CAJA FRONTAL Y POSTERIOR



1.2. PRODUCTO SECUNDARIO

No necesita

1.3. PRODUCTO SUSTITUTO

Las cremas para el cutis que existen en el mercado, tales como: NIVEA, CREMA PONDS, Colageina, entre otras.

1.4. PRODUCTO COMPLEMENTARIO

No requiere.

1.5. DEMANDANTES

Las familias de la Ciudad de Loja.

1.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

DEMANDANTES POTENCIALES

La constituyen todas las familias de la ciudad de Loja, pues la crema es de uso que no produce afectación al ser humano.

Cuadro N° 21 DEMANDANTES POTENCIALES

AÑO	POBLACION TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES
2016	199.211	49.803
2017	204.490	51.123
2018	209.909	52.477
2019	215.472	53.868
2020	221.182	55.295
2021	227.043	56.761

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

DEMANDANTES REALES

La compone el 80.38% de los demandantes potenciales que al momento utilizan cremas para el cutis.

Cuadro N° 22 DEMANDANTES REALES

AÑO	POBLACION TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES
			80,38%
2016	199.211	49.803	40.031
2017	204.490	51.123	41.092
2018	209.909	52.477	42.181
2019	215.472	53.868	43.299
2020	221.182	55.295	44.446
2021	227.043	56.761	45.624

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

DEMANDANTES EFECTIVOS

La compone el 88.04% de los demandantes reales que manifiestan su deseo de adquirir el producto de la empresa.

Cuadro N° 23 DEMANDANTES EFECTIVOS

AÑO	POBLACION TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS
			80,38%	84,04%
2016	199.211	49.803	40.031	33.642
2017	204.490	51.123	41.092	34.534
2018	209.909	52.477	42.181	35.449
2019	215.472	53.868	43.299	36.389
2020	221.182	55.295	44.446	37.353
2021	227.043	56.761	45.624	38.343

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

Cuadro N° 24 DEMANDA EFECTIVA

AÑO	DEMANDANTES EFECTIVOS	CONSUMO PERCAPITE	DEMANDA EFECTIVA
	84,04%	12	
2016	33.642	12	403.709
2017	34.534	12	414.407
2018	35.449	12	425.389
2019	36.389	12	436.662
2020	37.353	12	448.234
2021	38.343	12	460.112

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

1.7. ESTUDIO DE LA OFERTA

Como competencia directa en cuanto a la producción, no existe en la ciudad de Loja; lo que existe es una oferta de productos industrializados, esta se

realiza en 59 establecimientos, ello no constituye oferta directa, pero por afectar al proyecto lo consideramos como los competidores.

De acuerdo con la información proporcionada por los oferentes, misma que se presenta en el apartado de los resultados, el total de unidades de 100 gr comercializados en el año es de 170.400, con una tasa de incremento del 1.2% anual, con ello se tiene:

Cuadro N° 25 OFERTA ANUAL

AÑOS	OFERTA ANUAL
	1,2% INCREMENTO
0	170.400
1	172.445
2	174.514
3	176.608
4	178.728
5	180.872

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

BALANCE DE OFERTA- DEMANDA

En el cuadro siguiente se conoce el balance para determinar la demanda insatisfecha.

Cuadro N° 26 BALANCE DE OFERTA- DEMANDA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	414.407	172.445	241.963
2	425.389	174.514	250.875
3	436.662	176.608	260.054
4	448.234	178.728	269.506
5	460.112	180.872	279.239

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

1.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

➤ PRODUCTO:

Crema de Aloe Vera con propiedades de mejoramiento para la piel en general la cual se comercializará en un envase plástico de 100g.

LOGO PARA LA CREMA DE ALOE VERA:

Es el distintivo que va a identificar a la empresa y su producto crema de aloe vera.

Grafico nº 18 LOGOTIPO DEL PRODUCTO

Fuente y Elaboración: La Autora

SLOGAN

El eslogan del producto será:

CREMASAB

Vida, Salud y Belleza

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El producto que se puede ofrecer al mercado, tiene como nombre CREMASAB, elaborado a base de aloe vera, exclusivamente Artesanalmente envase plástico y sus respectivas identificaciones e instrucciones del producto, diseñado el envase para el contenido en una dimensión mediana de 5cm de ancho y 4cm de Altura, para que el cliente pueda llevarlo con facilidad, ya que de acuerdo al estudio de mercado es el tamaño que mayor acogida tiene por el consumidor. Su contenido será de 100 grs.

Grafico nº 19 PRESENTACION DEL PRODUCTO



Fuente y elaboración: La Autora

BENEFICIOS DEL PRODUCTO:

La crema de aloe vera tiene propiedades regenerativas e hidratantes evita también la aparición de erupciones especialmente para la piel del rostro y cuerpo. Es emoliente, es decir, reconstituye la piel y mejora su aspecto frente a los granos, las quemaduras y las ampollas e irritaciones. También sirve para eliminar las arrugas.

➤ **PRECIO**

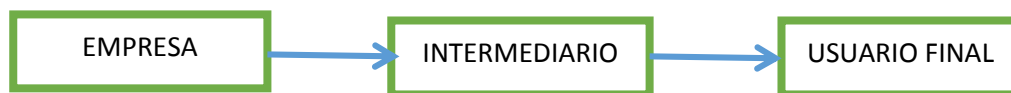
Tomando en cuenta su costo de producción y el costo de sustitutos el precio de la crema de aloe vera será de:

2.5 dólares por unidad.

➤ **DISTRIBUCION**

Para vender la crema CREMASAB de sábila, en los diferentes lugares de la ciudad de Loja, que es la plaza de influencia de mercadeo; se utilizaran como canal apropiado: Empresa – Intermediario – Consumidor Final.

**Grafico N° 20 CANAL DE DISTRIBUCION DE LA EMPRESA
CREMASAB**



➤ **PUBLICIDAD**

RADIO

Para la promoción y publicidad se empleara a dos empresas difusoras más escuchadas en la ciudad de Loja y dentro de la provincia de Loja, como Radio Loja 97.7 FM y Radio Boquerón 93. 7FM.

Dicha publicidad se la realizara de 06H00 – 12H00 y de las 19H00 en adelante, ya que de acuerdo a los resultados de estudio de campo en estos horarios es cuando más son sintonizadas por nuestra población de estudio.

Presupuesto de la publicidad: La publicidad que realizará la empresa será por internet, cuñas radiales y prensa, las cuales serán pagadas durante todo el año.

Cuadro N° 27 Presupuesto de Publicidad

MEDIO DE COMUNICACION	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Radio Loja 97.7 FM	60	5,00	300	3.600,00
Radio Boquerón 93. 7FM.	60	5,50	300	3.600,00
TOTAL ANUAL				7.200,00

Fuente: Medios de comunicación de Loja

Elaboración: La Autora

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION

2.1.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

CAPACIDAD INSTALADA

Para determinar la capacidad es necesario realizar un balance de materiales, hay que destacar que el proceso es artesanal y para ello se considera el trabajo de 2 personas. Se debe considerar además para determinar esta capacidad, que al ser un proceso manual en donde predomina la mano de obra, el ser humano, para no tener alteraciones en su salud, necesita 8 horas diarias de descanso, a más de ello se utiliza en promedio 4 horas al día para alimentación y aseo.

Se toma como referente la materia prima que es la básica para el proceso.

1 hoja de sábila arroja media libra de gel, 200 gramos, esto da para 4 unidades de crema de aloe vera.

La capacidad de proceso permite trabajar 100 hojas de sábila en una jornada de 8 horas al día, con ello se obtiene 400 unidades de crema de aloe vera.

Si la capacidad del ser humano es trabajar 12 horas al día, la capacidad instalada de la planta ser:

8 horas = 400 unidades

12 horas = 600 unidades

Si se trabaja 365 días al año, su capacidad es de:

600 unidades/día * 365 días = 219.000 unidades al año.

CAPACIDAD UTILIZADA

Las 100 hojas permiten obtener 400 unidades de crema de aloe vera.

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

8 horas = 400 unidades

Si se trabaja 260 días al año, su capacidad es de:

400 unidades/día * 260 días = 104.000 unidades al año.

2.1.2. LOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACIÓN

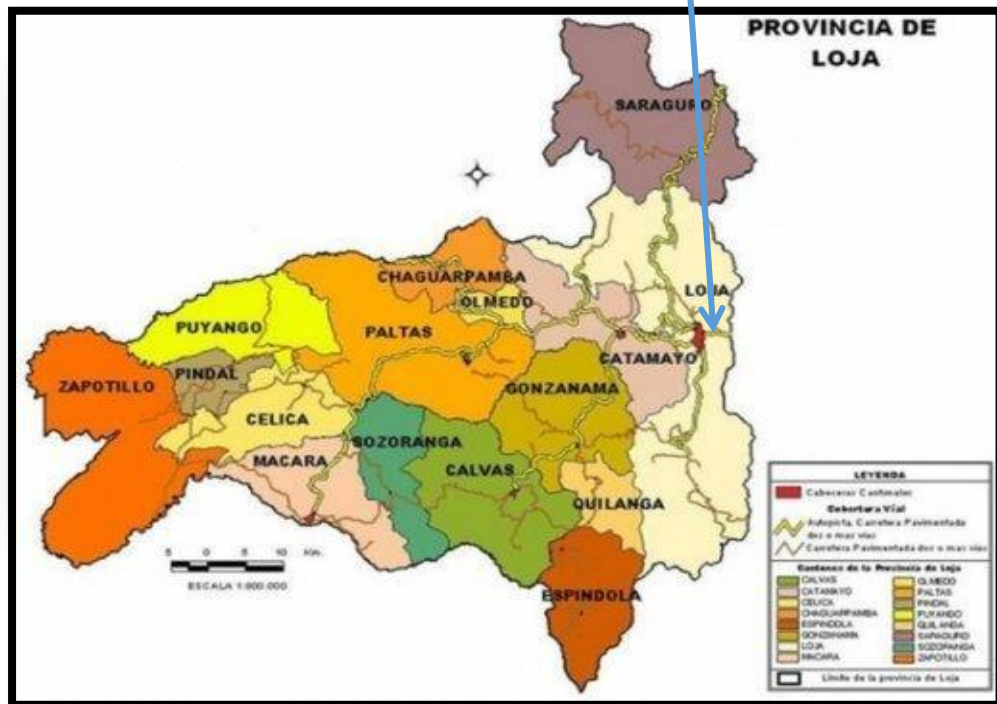
Pero el presente proyecto, la empresa estará ubicada de la siguiente manera:

País: Ecuador

Provincia: Loja

Cantón: Loja

Grafico N° 21 MACROLOCALIZACION DE LA EMPRESA
EMPRESA "NATURE`S SAB"



MICROLOCALIZACIÓN

La Materia Prima será adquirida por un proveedor de Catamayo ya que en trapichillo cuenta con grandes extensiones de terrenos sembrados de esta planta medicinal y la materia prima ya será clasificada se comprara la sábila clasificada.

Cuadro N° 28 SELECCIÓN DE MICROLOCALIZACION

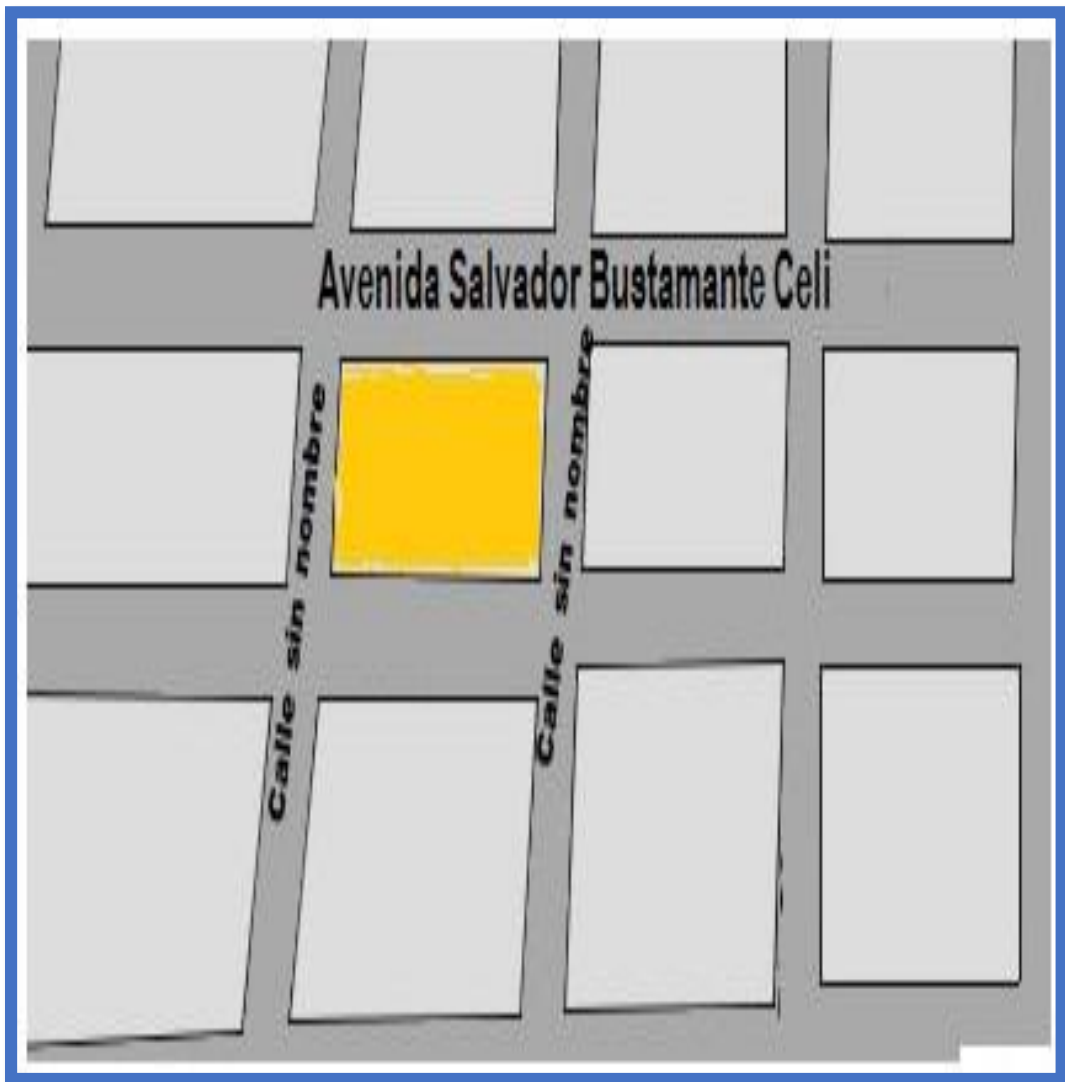
FACTORES	VALOR PONDERADO	ZONA SUR		PARQUE INDUSTRIAL		CATAMAYO	
		Calf	Peso	Calf.	Peso	Calf.	Peso
Materia Prima	0.4	1	0.4	3	1.2	4	1.6
Mercado	0.2	2	0.4	4	0.8	2	0.4
Marco Legal	0.1	2	0.2	3	0.3	4	0.4
Servicios Básicos	0.1	4	0.4	3	0.3	2	0.2
Vías de Comunicación	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Mano de Obra	0.1	1	0.1	4	0.4	3	0.3
TOTAL	1		1.9		3.3		3.2

Fuente y Elaboración: La Autora

En la matriz Localizacional se ha determinado tres lugares para ubicar la empresa, por lo tanto la alternativa optima para el establecimiento de la empresa es la ciudad de Loja, debido a los diferentes factores de analisis obteniendo mayor puntaje el **Parque Industrial** de 3.3 %, en segundo lugar Catamayo con 3.2 % y finalmente Zona Sur con una calificación 1.9 %; por lo tanto la empresa se instalara en el sector de mayor puntuación.

El sector donde se ubicará la empresa de crema de sábila para el rostro y cuerpo será el Zona Industrial. Este lugar cuenta con todos los servicios básicos y además una Ordenanza Municipal obliga al sector industrial ubicar sus empresas en este lugar. El lugar exacto es el siguiente:

Grafico N° 22
Plano de Micro localización



Fuente y Elaboración: La Autora

Cuadro N° 38: DATOS TECNICOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Región	Sierra
Latitud	03°59'S
Longitud	79°13'00"W
Clima	Oscila entre 16° C a 24° C.
Viento	En la ciudad de Loja, se da con más fuerza en los meses de julio y agosto la dirección predominante del viento es del Norte (Maldonado, 1985:131), porque la corriente de aire en movimiento tiende a desplazarse a lo largo del pequeño conducto orográfico que forma el río Zamora que corre de sur a norte.
Humedad	(1000 a 1 500 mm/año)
Altitud	6.310 m.s.n.m.
Lluvia	600 a 1 000 mm anual

Fuente: INAMHI

Elaborado: La Autora

Nota: Cabe aclarar que el hecho de que la planta de vaya a ubicar en el parque industrial no significa que la en la actualidad la producción ser a través de procesos industriales

2.2. INGENIERÍA DL PROYECTO

2.2.1. COMPONENTE TECNOLÓGICO

Por tratarse de un proceso manual no se requiere de tecnología de punta, la licuadora industrial es su único requerimiento tecnológico; todas las demás actividades se realizan a mano.

Gráfico N° 23 MAQUINA LICUADORA

Precio: \$400,00

Modelo: Industrial LI30

Marca: CITALSA

Voltaje: 220 (V)

Tamaño: 1100*520*1030 (mm)

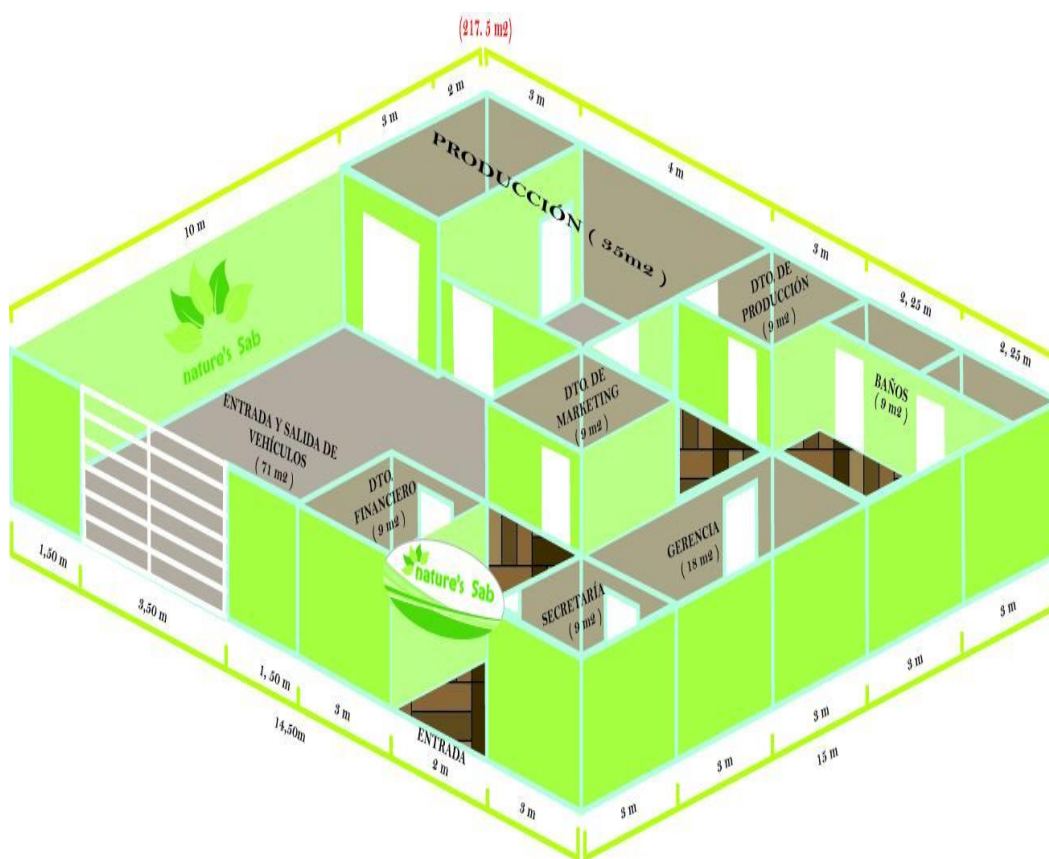
Capacidad: 150 libras



2.2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador, el autor analiza luego de conocer los principales equipos y las instalaciones de servicio se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y cada instalación.

Gráfico Nº 24 DISTRIBUCION EN PLANTA



2.2.3. PROCESO PRODUCTIVO

DISEÑO DEL PRODUCTO

Grafico nº 25 DISEÑO FRONTAL Y POSTERIOR



FLUJOGRAMA DEL PROCESO

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

1. RECEPCION DE MATERIA PRIMA. Puesto que esta se adquiere diariamente, se debe hacer la recepción y almacenamiento en forma adecuada.

2. LAVADO DE MATERIA PRIMA. Previo a su tratamiento las hojas de sábila necesitan que se quiten las impurezas que generalmente adquieren en la plantación.
3. DESPUNTADO Y TROZADO DE MATERIA PRIMA. Previo a la extracción mediante el triturado, es necesario que se quite las espinas y se proceda a cortar en pedazos manejables en el molino o licuadora, según el caso.
4. EXTRACCION DE GEL DE ALOE VERA. Mediante el molido se obtiene el gel de la sábila o aloe vera, el constituye la materia prima para la crema.
5. MEZCLA DE COMPONENTES. Una vez dosificado los componentes se procede a mezclar en el recipiente el gel con los aceites y la vaselina, se procede a batir hasta que se consigue una masa uniforme, con los componentes correctamente distribuidos.
6. SOLIDIFICACION DE LA CREMA. Una vez mezclado adecuadamente los componentes se deja en reposo por un tiempo prudencial, según la cantidad, la mezcla para que pase a un estado sólido la crema.
7. ENVASADO DE CREMA. Una vez en estado sólido se procede a envasar la crema en los frascos que contendrán 100 gramos.
8. ALMACENADO. Las unidades de 100 gramos de crema se colocan adecuadamente a fin de que no sufran desperfectos antes de su comercialización.

Cuadro N° 29 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

ACTIVIDADES						T	M
1.Recepción de la materia Prima	X					30min	
2.Lavado de materia prima	X			X		60min	
3.Despuntado y trozado	X			X		60 min	
4.Extracción del gel de aloe vera	X			X		60min	
5.Mezclado de componentes	X			X		60min	
6.Secado de la crema				X		30 min	
7.Envasado	X			X		120 min	
8.Almacenamiento					X	60 min	
TOTAL						480 min	8 horas

Fuente y Elaborado: La Autora

El tiempo que durara el proceso de elaboración diaria de la crema, NATURE`S SAB está programado para 8 horas laborables.

MEDIO AMBIENTE

Se entiende por medio ambiente el entorno que afecta y condiciona las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en conjunto. Como el aire, agua, plantas, animales, suelo.

CUADRO N° 30 MEDIO AMBIENTE

ANÁLISIS DE IMPACTOS	ANÁLISIS DE MITIGACIONES	
EL AIRE	Contaminación	Limpieza con Agua
EL AGUA	Contaminación	Anular Químicos
EL SUELO	Disminución	Restitución
LA FAUNA	Disminución	Restitución
LA FLORA	Disminución	Restitución

Fuente y Elaborado: La Autora

CONTAMINACIÓN DEL AGUA

El agua interviene en el proceso de lavado, esta sirve como lubricante en las cuchillas que hacen los cortes a la sábila, así mismo poder tener gel de sábila limpio.

CONTAMINACIÓN DEL AIRE

A lo largo de todo el proceso el único punto donde podría haber algún tipo de contaminación en el aire es en el proceso de la obtención del gel o cristal de la sábila, por el yodo que contiene la sábila es muy fuerte.

MEDIDAS PARA LA MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Tienen como finalidad evitar o disminuir los efectos negativos generados por el proceso.

MEDIDAS PARA LA MITIGACIÓN DE CONTAMINACIÓN DEL AIRE

En la elaboración de la crema se generan pequeñas partículas en el ambiente que podrían generar algún tipo de malestar en el sistema

respiratorio del operario, por lo que la manera más viable para poder mitigar este problema es la utilización de una mascarilla, además de lentes protectores para evitar que las partículas puedan entrar en los ojos. A continuación se muestra el equipo a utilizar.

MASCARILLA PROTECTORA:

Grafico N° 26 MASCARILLA



Fuente y Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN:

- Diseño de bajo perfil, lo cual permite la utilización de otros equipos de protección personal.
- Válvulas de exhalación e inhalación extra grandes que permiten tener una menor resistencia a la respiración.

LENTES PROTECTORES

DESCRIPCIÓN:

- Patas ajustables para un mejor acoplamiento al operario.
- Recubrimiento que evita el empañamiento, rayones, ataques químicos y atracciones de partículas nocivas.

Grafico N° 27 LENTES PROTECTORES



FUENTE: Google

2.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL

2.3.1. ORGANIZACIÓN LEGAL

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

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una minuta de constitución de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OTORGANTE.- Concurren al otorgamiento de esta escritura la señora: LILIANA MIREYA RODRIGUEZ SANCHEZ con número de cédula 110468009-3, la compareciente declara ser ecuatoriana, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad, sin impedimento legal para contratar.

SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- La compareciente conviene libre y voluntariamente, en constituir la compañía en Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (EURL): “NATURES`SAB”, la misma que se registrará por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (EURL)

1. La constitución de estas compañías se la hace por medio de escritura pública y una vez que sea otorgada la misma, el gerente-propietario se dirigirá ante uno de los jueces de lo civil y pedirá su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil.
2. El capital inicial de la empresa, de acuerdo a la Ley es el monto total de dinero que el gerente-propietario hubiere destinado a la actividad misma, sin embargo este capital no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

2.3.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La empresa a implementarse poseerá una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades. Está compuesta por algunos niveles jerárquicos:

2.3.2.1. **Nivel Legislativo.-** Que es el de mayor autoridad y Responsabilidad, su funciones la de legislar sobre la política que debe seguir la institución, norma los procedimientos, dicta reglamentos,

ordenanzas, resoluciones etc.; y en fin decide sobre los aspectos más importantes.

2.3.2.2. **Nivel Ejecutivo.-** Es aquel que toma decisiones sobre políticas generales y sobre actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar el fiel cumplimiento, planea, orienta y dirige la vida administrativa, interpreta planes y más directivas técnicas.

2.3.2.3. **Nivel Asesor.-** Es el que aconseja informa y recomienda, prepara proyectos jurídicos, económicos, financieros, técnicos, contables, de ayuda comunitaria. Está integrado por expertos con amplio dominio de determinada técnica. No tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, no toma decisiones, solamente aconseja, informa y recomienda temporalmente o cuando la empresa lo requiera.

2.3.2.4. **Nivel Auxiliar o de Apoyo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

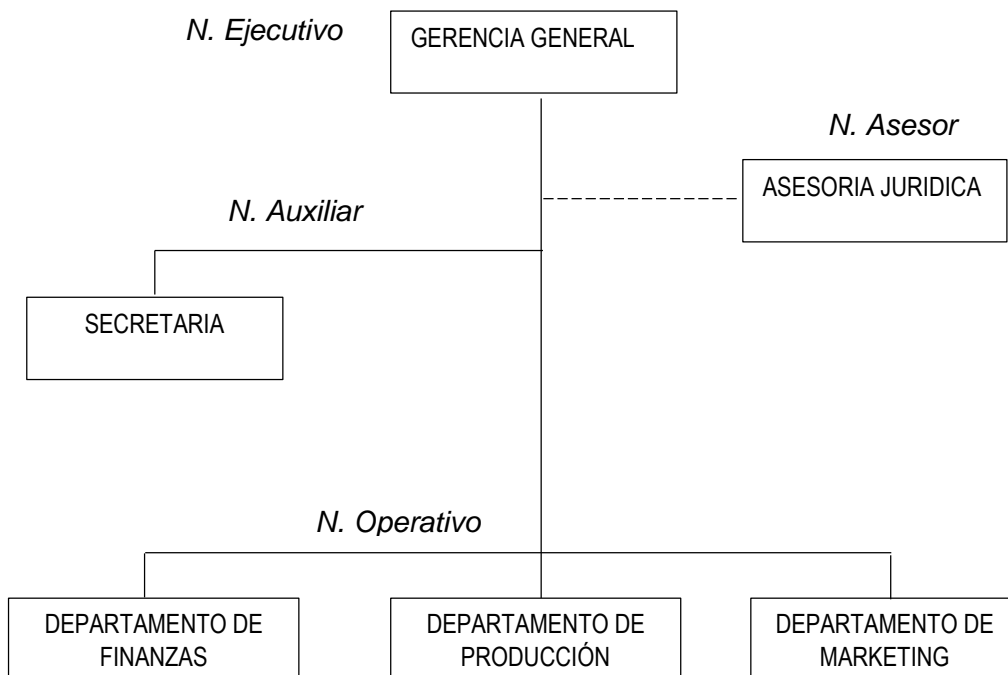
2.3.2.5. **Nivel Operativo.-** Es el responsable de ejecutar las actividades básicas de la Institución: ejecuta las órdenes dadas por los órganos legislativos y directivo, son unidades que tienen que ver con la operación de un proyecto. Ejecuta, transforma y materializa cualquier obra.

2.3.3. ORGANIGRAMAS

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

Grafico nº 28 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

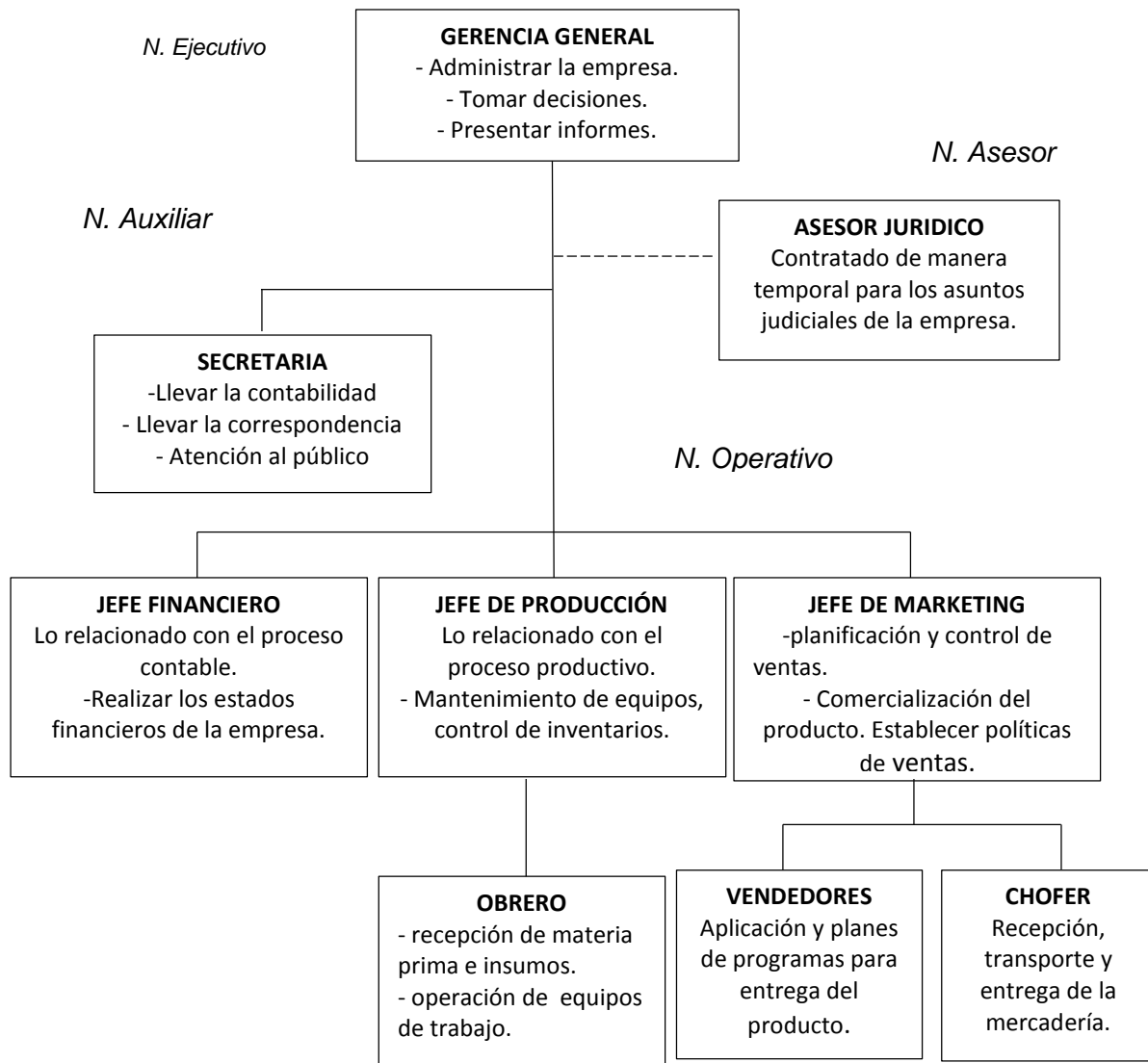
NATURE'S SAB EURL.



Fuente y elaboración: la autora

Grafico nº 29 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

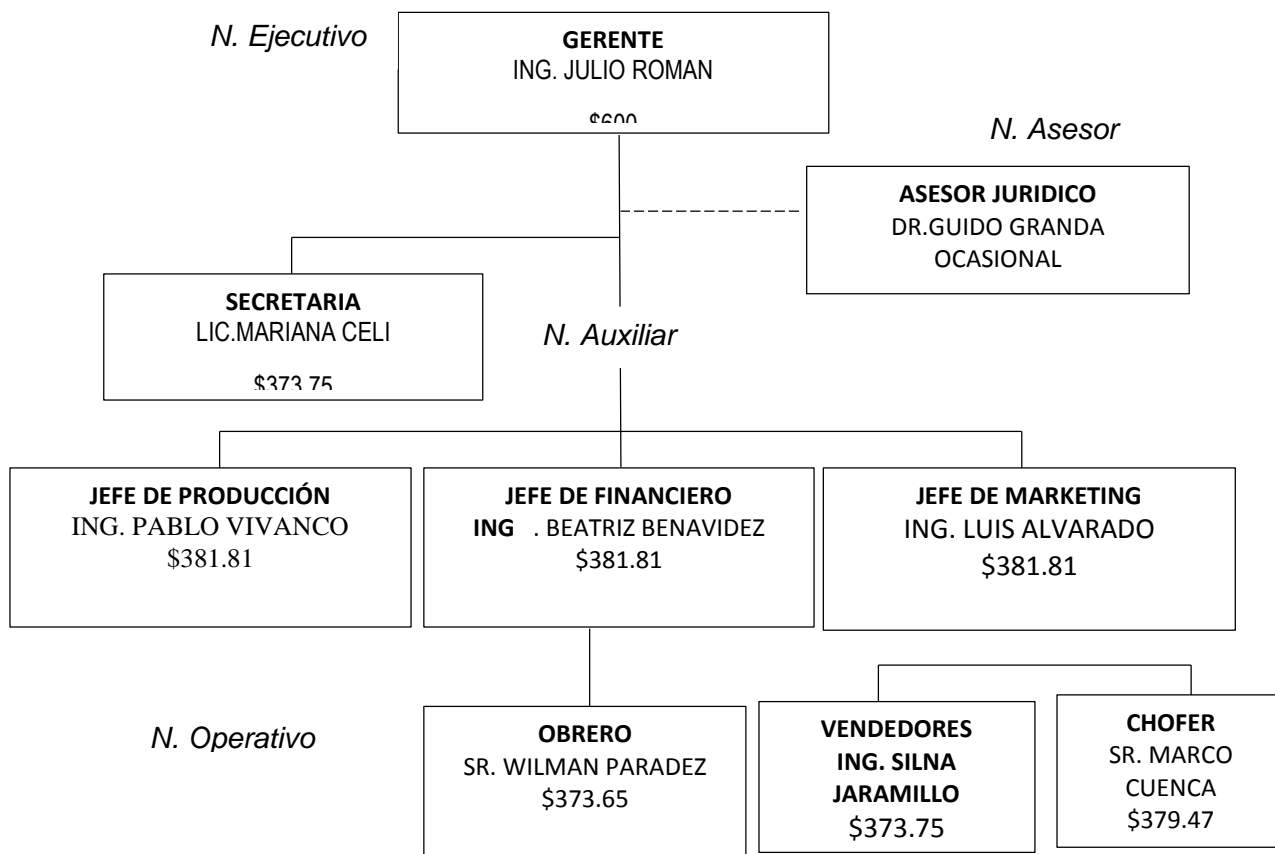
NATURE´S SAB EURL.



Elaboración: la autora

Gráfico nº 30 ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA

NATURE´S SAB EURL.



Fuente y Elaboración: la autora

2.3.4. MANUAL DE FUNCIONES

Estos son los siguientes manuales que se utilizaran en la empresa NATURE`S SAB, sus funciones y actividades debe realizar.

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 01
TÍTULO DEL PUESTO: Gerente
DEPENDE DE. Directorio
SUPERVISA A: Todo el personal
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
FUNCIONES: Cumplir con las disposiciones dadas en el Directorio e informar sobre la marcha de las mismas. Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa. Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima. Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento. Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. Organizar cursos de capacitación. Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Ingeniero Comercial Experiencia: Cuatro años en funciones similares.

NATURERES`SAB EURL.
CÓDIGO: 02
TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico
DEPENDE DE. Gerencia
SUPERVISA A: No aplica
NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa
FUNCIONES: Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico. Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. Participar en procesos contractuales. Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal. Realizar los trámites legales de la empresa. Preparar informes y dictámenes de tipo legal. Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Responsabilidad en la legalización de documentos
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Abogado Experiencia: Dos años en funciones similares

NATURERES`SAB EURL.
CÓDIGO: 03 TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria
DEPENDE DE. Gerencia
SUPERVISA A: No aplica
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.
FUNCIONES: Atender al público. Brindar información a los clientes. Redactar oficios, memorando y circulares internas. Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa. Manejar archivo. Administración de Caja Chica Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Media Título: Bachiller en secretariado Experiencia: Un año en funciones similares

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 04
TÍTULO DEL PUESTO: Jefe Financiero
DEPENDE DE. Gerencia
SUPERVISA A: Personal del departamento
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Manejar correctamente el instrumental financiero contables, que le permite una adecuada administración de los recursos financieros en la empresa.</p>
<p>Funciones:</p> <p>Elaboración de reportes financieros, de ventas y producción para la Gerencia General. Elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa. Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la empresa</p>
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Analítico y de rápida adaptación al cambio como capacidad para negociar y maximizar las utilidades de la empresa.</p>
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>Instrucción Formal: Superior Título: Ingeniero e Banca y Finanzas Experiencia: Mínimo dos o tres años en funciones similares Capacitación: Manejo de informática básica.</p>

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 05 TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Producción
DEPENDE DE. Gerencia
SUPERVISA A: Personal del departamento
NATURALEZA DEL TRABAJO: Organizar y dar seguimiento a la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción.
Funciones: <p>Actualizar los sistemas contables de la empresa. Responsabilidad sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo. Controlar inventarios de materias primas e insumos. Tratar con el Gerente sobre los planes a corto, medio y largo plazo para el progreso del área productiva. Dar el mantenimiento adecuado a las máquinas supervisando y controlando esta actividad. Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción. Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.</p>
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Tecnólogo en industrias Experiencia: Un año en labores a fines

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 06 TÍTULO DEL PUESTO: Obrero de Producción
DEPENDE DE. Jefe de producción
SUPERVISA A: No aplica
NATURALEZA DEL TRABAJO: Producción de la crema de aloe vera.
Funciones: Ejecutar el cumplimiento del programa de producción. Responsabilizarse de la herramienta que le sean suministrada para el desarrollo del trabajo. Mantener maquinaria e instalaciones en óptimas condiciones operativas siguiendo las normas y los procedimientos de la empresa. Trabajar en equipo con sus pares y colaboradores. Liderar proyectos de mejoramiento continuo en el proceso productivo. Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: No aplica
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Media Título: Bachiller en cualquier especialidad Experiencia: No indispensable

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 07
TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Marketing
DEPENDE DE. Gerencia
SUPERVISA A: Personal del departamento
NATURALEZA DEL TRABAJO: Generar ventas y pedidos para la empresa
Funciones: Tomar pedidos. Identificar posibles clientes. Proporcionar información clara y efectiva. Negociar condiciones de venta. Lograr los objetivos y metas de ventas impuestos por la empresa. Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes. Otras tareas que le sean asignadas
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración técnica y económica en el manejo de las operaciones comerciales
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Ingeniero en marketing Experiencia: Un año en funciones de venta

NATURES`SAB EURL.
CÓDIGO: 07
TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor
DEPENDE DE. Jefe de Marketing
SUPERVISA A: No aplica.
NATURALEZA DEL TRABAJO: Generar ventas y pedidos para la empresa
Funciones: Tomar pedidos. Identificar posibles clientes. Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes. Otras tareas que le sean asignadas
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración técnica y económica en el manejo de las operaciones comerciales
REQUISITOS MÍNIMOS: Instrucción Formal: Superior Título: Ingeniero en marketing Experiencia: Un año en funciones de venta

2.4. ESTUDIO FINANCIERO

2.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

ACTIVOS FIJOS

TERRENO: Es el sitio donde se construirá la empresa en el Parque Industrial de la ciudad de Loja, y para su instalación se requerirá de 222.24 m², cada metro cuadrado es de \$ 45 según el Municipio de Loja, con un valor estimado de USD\$ 10.000. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 31 INVERSION EN TERRENO

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Terreno	m ²	222.22	\$45	10.000
TOTAL				10000

Fuente: Parque Industrial

Elaborado: La Autora

CONSTRUCCIONES: Constituye el valor de las construcciones y adecuaciones en el terreno donde la empresa tendrá una estructura de hormigón armado. Y su costo asciende a 14.000,00. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 32 INVERSIONES PARA CONSTRUCCIONES

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Área Administrativa	m ²	45	77.79	3500,00
Área Productiva	m ²	29	100.00	2900,00
Área Complementaria	m ²	143.5	52.96	7600.00
TOTAL		217.5		14.000,00

Fuente: Arq. Ana Rodríguez

Elaboración: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPO: Constituye los diversos elementos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para

el proceso de transformación, cuyo valor es de USD 400,00. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 33 INVERSIONES PARA MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Licadora Industrial	1	400,00	400,00
TOTAL			400,00

Fuente: Comercial Álvarez

Elaborado: La Autor

VEHÍCULO: Se refiere a la adquisición de un vehículo para la movilización del producto (segunda), el precio que se cotizó es de USD 10.000. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 34 INVERSIONES EN VEHICULO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VAL. TOTAL
Camioneta marca Toyota	1	10.000
TOTAL		10.000

Fuente: Lojacar

Elaboración: La Autora

VAJILLA Y MENAJE: Los implementos necesarios que ayudarán al proceso de producción. Ascenden a 500,00. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 35 INVERSIONES EN VAJILLA Y MENAJE

DETALLE	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Ollas industrial Umco	3	\$ 120.00	\$ 360.00
Válvulas reguladoras de gas	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Set de utensilios de cocina	2	\$ 25.00	\$50.00
Set de Cuchillos	1	\$ 30.00	\$30.00
TOTAL			\$ 500.00

Fuente: Ferro eléctrico JKV

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES: Muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa, cuyo valor asciende a \$ 1.480,00. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 36 INVERSIONES PARA MUEBLES Y ENSERES

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Archivadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Escritorios simples	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Escritorio tipo gerente	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla tipo gerente	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Sillas de cuero	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Sillas de plástico	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Perchas metálicas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Mesa de sesiones	1	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 1.480,00

Fuente: Mueblería Delgado

Elaboración: La autora

EQUIPO DE OFICINA: Son los accesorios que ayudan a que el trabajo de oficina sea eficiente, y para nuestra empresa asciende su costo a \$ 150,00.

Se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 37 INVERSIONES PARA EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Equipo telefónico	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 150,00

Fuente: Electrónica Quezada

Elaboración: La autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN: El sistema de información que se va a manejar en la nueva empresa para desarrollar las actividades administrativas se requiere la inversión de sistemas computacionales. En este proyecto la suma es de: USD\$ 1500,00

Cuadro N° 38 INVERSIONES PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadoras	2	600.00	1200,00
Impresora Canon	2	150.00	300,00
TOTAL			1500,00

Fuente: Clone Computer Shop

Elaboración: La autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

En el siguiente cuadro se detalla la inversión total que se requiere para la instalación de la empresa.

Cuadro N° 39 INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

DETALLE	INVERSION
Terreno	10.000
Construcciones	14.000
Maquinaria y Equipo	400
Vehículo	10.000
Vajilla y menaje	500.00
Muebles y Enseres	1480.00
Equipo de Oficina	150.00
Equipo de Computación	1.500.00
TOTAL	34.400

Fuente: Activos Fijos

Elaborado: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años. Entre los cuales tenemos:

Cuadro N° 40 ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS		
DESCRIPCION	DOCUMENTOS	COSTO TOTAL
PATENTES	Logotipo Nombre de los Socios Actividad Comercial Escritura de constitución	200.00
ESTUDIOS PRELIMINARES	Estudio de mercado Estudio Técnico Estudio Organizacional	1200.00
PERMISOS	Funcionamiento Servicios de Rentas Internas	200.00
GASTOS DE CONSTITUCION	Acta de Constitución Aprobación de la Escritura Publica Inscripción en el Registro Mercantil Instalación y Adecuación	400.00
TOTAL		2.000.00

Fuente: Instituciones Públicas de la Cuidad de Loja

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

En el siguiente cuadro se detalla la inversión total que se requiere para la instalación de la empresa.

Cuadro N° 41 INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	INVERSION
Patentes	200
Estudios Preliminares	1.200
Permisos	200
Gastos de constitución	400
TOTAL	2.000

Fuente: Activos diferidos

Elaborado: La Autora

CAPITAL DE TRABAJO

COSTO DE PRODUCCION

MATERIA PRIMA DIRECTA: Son aquellas existencias que sufrirán transformación en el proceso de producción y están compuestas por materia prima.

Cuadro N° 42 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA POR UNIDAD DE PRODUCTO.

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	VALOR	CANTIDAD por unidad	COST O
Gel de sábila	Hoja	0,2	1	0,2
Aceite de oliva	Gramos	0,02	10	0,2
Aceite de vitamina E	Gramos	0,03	10	0,3
Aceite de vitamina A	Gramos	0,03	10	0,3
Vaselina	Gramos	0,02	20	0,4
COSTO UNITARIO				1.40
COSTO TOTAL ANUAL POR 104.000 UNIDADES.				145.600

Fuente: Farmalemana

Elaborado: La Autora

MATERIALES DIRECTOS: Elementos para mejor presentación del producto.

Cuadro N° 43 PRESUPUESTO DE ENVASES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Envases plástico	146.500	0,25	36.625
Etiquetas	146.500	0,02	2.930
Cartón presentación	146.500	0,2	29.300
TOTAL			68.855

Fuente: Comercial el Buen Plástico/ Guayaquil

Elaborado: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA: La mano de obra directa corresponde al personal que está encargado directamente de la producción, en este caso

son dos obreros las mismas que tendrá un sueldo básico unificado y todos los derechos de ley.

**Cuadro N° 44 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA
OBREROS**

DETALLE	COSTO
Salario Básico Unificado	400
Aporte Patronal 11,15%	44,6
Décimo Tercero	33,33
Décimo Cuarto	30,5
Vacaciones	16,67
Aporte IECE 0,5%	2
Aporte Secap 0,5%	2
Fondo Reserva 1/12	33,33
TOTAL	529,1
Número de Trabajadores	2
TOTAL MENSUAL	1.058,20
TOTAL ANUAL	12.698,40

FUENTE: Ministerio de Trabajo

ELABORACIÓN: La Autora

Energía Eléctrica: Para el funcionamiento de la planta se necesita de cierta fuerza matriz que en este caso brinda la energía eléctrica, valor que asciende a **\$36,05** dólares americanos.

CUADRO N° 45 ENERGIA ELECTRICA

SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Energía Eléctrica	KW/H	350	0,103	36,05
TOTAL MENSUAL				36,05
TOTAL ANUAL				432,6

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.

ELABORACIÓN: La Autora

Agua Potable: Es el consumo mensual de agua potable que se utilizara en la planta. Valor que asciende a **\$25,90** dólares americanos.

CUADRO N° 46 AGUA POTABLE

SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Agua Potable	m ³	70	0,37	25,90
TOTAL MENSUAL				25,90
TOTAL ANUAL				310,8

FUENTE: Municipio de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

Mano de obra indirecta: son los pagos por sus servicios que se le hará a la persona que dirige la producción., su valor asciende a **\$ 7.322,16** dólares americanos.

CUADRO N° 47 MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	JEFE DE PRODUCCION	TOTAL ANUAL
Salario Básico Unificado	450	
Aporte Patronal 11,15%	50,18	
Décimo Tercero	37,5	
Décimo Cuarto	30,5	
Vacaciones	18,75	
Aporte IECE 0,5%	2,25	
Aporte Secap 0,5%	2,25	
Fondo Reserva 1/12	18,75	
TOTAL MENSUAL	610,18	7.322,16

FUENTE: Ministerio de Trabajo

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 48 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCION

RUBRO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Materia Prima Directa	12.180,00	146.160,00
Materiales directos	5.737,92	68.855,00
Mano de Obra Directa	1058,20	12698,40
Energía eléctrica	36,05	432,60
Agua Potable	25,90	310,80
Mano de Obra Indirecta.	610,18	7322,16
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	17.917,92	215.015,00

COSTO DE OPERACIÓN**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Remuneraciones Administrativas: son los pagos por sus servicios que se le harán personal que labora en la empresa dentro de la parte administrativa, su valor asciende a **\$ 2.741,90** dólares americanos.

CUADRO N° 49 REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS

DETALLE	GERENTE	SECRETARIA-CONTADORA	ASESOR JURIDICO	CHOFER	TOTAL ANUAL
Salario Básico Unificado	1.200,00	450,00	120,00	380,00	
Aporte Patronal 11,15%	133,80	50,18		42,37	
Décimo Tercero	100,00	37,50		31,67	
Décimo Cuarto	30,50	30,50		30,50	
Vacaciones	50,00	18,75		15,83	
Aporte IECE 0,5%	6,00	2,25		1,90	
Aporte Secap 0,5%	6,00	2,25		1,90	
Fondo Reserva 1/12	50,00	18,75		15,83	
TOTAL MENSUAL	1.526,30	591,43	120,00	504,17	2.741,90
TOTAL ANUAL	18.315,60	7.097,10	1.440,00	6.050,04	32.902,74

FUENTE: Ministerio de Trabajo

ELABORACIÓN: La Autora

Servicio de Agua Potable: la empresa necesita de cierta fuerza motriz que brinda la energía eléctrica para que el personal administrativo pueda desempeñar sus funciones. Su valor asciende a **\$16,65** dólares americanos.

CUADRO N° 50 SERVICIO DE AGUA POTABLE

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Agua Potable	m ³	45	0,37	16,65
TOTAL MENSUAL				16,65
TOTAL ANUAL				199,80

FUENTE: Municipio de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

Servicio Telefónico: este servicio permitirá a la empresa atender las necesidades que se requieran en la misma y que exista buena comunicación dentro de ella, su valor asciende a **\$ 18,00** dólares americanos.

CUADRO N° 51 TELÉFONO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Teléfono	Minutos	300	0,06	18,00
TOTAL MENSUAL				18,00
TOTAL ANUAL				216,00

FUENTE: Empresa de telecomunicaciones CNT

ELABORACIÓN: La Autora

Energía Eléctrica: permite que el personal de la empresa pueda desempeñar sus funciones en cada uno de los departamentos se requiere de cierta fuerza motriz que brinda la energía eléctrica, su costo asciende a **\$ 15,97** dólares americanos.

CUADRO N° 52 SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Energía Eléctrica	KW/H	155	0,103	15,97
TOTAL MENSUAL				15,97
TOTAL ANUAL				191,64

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA)

ELABORACIÓN: La Autora

Internet: servirá para permitir al personal administrativo cumplir con sus funciones establecida, su valor asciende a **\$ 30,00** dólares americanos.

CUADRO N° 53 INTERNET

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Internet	MEGAS	1200	0,025	30,00
TOTAL MENSUAL				30,00
TOTAL ANUAL				360,00

FUENTE: Empresa de Telecomunicaciones CNT

ELABORACIÓN: La Autora

Útiles de Oficina: son requerimientos que permiten llevar a cabo tareas prescritas para todo el personal administrativo, su valor asciende a **\$148,70** dólares americanos.

CUADRO N° 54 UTILES DE OFICINA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Caja de Grapas	Caja	4	2	8,00
Perforadoras	Unidad	3	2	6,00
Facturero	Libretín	2	6	12,00
Grapadoras	Unidad	2	3	6,00
Cuaderno de registro	Unidad	1	2,5	2,50
Papel bond A4	Resmas	3	4,5	13,50
Archivadores	Unidad	5	5,5	27,50
Esferos	Docena	3	4,2	12,60
Carpetas	Unidad	4	0,35	1,40
Tinta de Impresora	cartucho	2	26	52,00
Clips	Caja 50u	2	0,8	1,60
Tijeras	Unidad	2	1,25	2,50
Marcadores	Unidad	4	0,65	2,60
TOTAL MENSUAL				148,20
TOTAL ANUAL				1.778,40

FUENTE: Librería Grafica Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

Útiles de Aseo: son requerimientos necesarios para mantener limpia el área de trabajo y los materiales que se utilizan en la empresa, su valor asciende a **\$ 52,00** dólares americanos.

CUADRO N° 55 UTILES DE ASEO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Trapeadores	Unidad	2	1,50	3,00
Escobas	Unidad	2	2,50	5,00
Jabón Líquido para manos	Litros	5	2,00	10,00
Papel higiénico rollo industrial	Unidad	3	3,50	10,50
Limpiones	Docena	2	4,00	8,00
Desinfectantes	Litros	6	1,25	7,50
Recogedor	Unidad	2	2,00	4,00
Bolsas de basura	Paquete	4	1,00	4,00
TOTAL MENSUAL				52,00
TOTAL ANUAL				624,00

FUENTE: Almacenes TIA

ELABORACIÓN: La Autora

GASTOS DE VENTAS

Remuneraciones: son los pagos que se le harán personal que labora en la parte de ventas, su valor asciende a **\$ 1.095.60** dólares americanos.

CUADRO N° 56 REMUNERACIONES EN VENTAS

DETALLE	JEFE DE MARKETING	VENDEDOR	TOTAL ANUAL
Salario Básico Unificado	450	380	
Aporte Patronal 11,15%	50,18	42,37	
Décimo Tercero	37,5	31,67	
Décimo Cuarto	30,5	30,5	
Vacaciones	18,75	15,83	
Aporte IECE 0,5%	2,25	1,9	
Aporte Secap 0,5%	2,25	1,9	
Fondo Reserva 1/12	18,75	15,83	
TOTAL MENSUAL	591,43	504,17	1.095,60
TOTAL ANUAL			13.147,20

FUENTE: Ministerio de Trabajo

ELABORACIÓN: La Autora

Presupuesto de publicidad: La publicidad que realizará la empresa será por internet, cuñas radiales y prensa, las cuales serán pagadas durante todo el año.

Cuadro N° 57 Presupuesto de Publicidad

MEDIO DE COMUNICACION	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Radio Loja 97.7 FM	60	5,00	300	3.600,00
Radio Boquerón 93.7FM.	60	5,50	300	3.600,00
TOTAL ANUAL				7.200,00

Fuente: Medios de comunicación de Loja

Elaboración: La Autora

Aceites Y Lubricantes: Líquido volátil, inflamable y de olor característico; lo vamos emplear como combustible llamado gasolina para los vehículos que vamos a utilizar para trasladarse.

CUADRO N° 58 ACEITES Y LUBRICANTES

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL ANUAL
Gasolina	Galón	500	1,50	750,00
Aceites	Tanque	4	400,00	1.600,00
TOTAL				2.350,00

Fuente: Gasolinera la Llave

Elaborado: La Autora

Matricula de Vehículo. De acuerdo al cilindraje tiene un costo de 450 dólares anuales.

GASTOS FINANCIEROS

Gastos correspondientes a las obligaciones financieras, tenemos remuneración del jefe financiero, intereses, servicios bancarios.

Cuadro N° 59 REMUNERACIONES JEFE FINANCIERO

DETALLE	JEFE FINANCIERO
Salario Básico Unificado	450
Aporte Patronal 11,15%	50,18
Décimo Tercero	37,5
Décimo Cuarto	30,5
Vacaciones	18,75
Aporte IECE 0,5%	2,25
Aporte Secap 0,5%	2,25
Fondo Reserva 1/12	18,75
TOTAL MENSUAL	591,43
TOTAL ANUAL	7.097,16

RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN**CUADRO N° 60 RESUMEN DE COSTOS DE OPERACIÓN**

RUBRO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Remuneraciones	2.741,90	12.902.74
Servicio de agua potable	16,65	199.80
Servicio Telefónico	18,00	216
Energía eléctrica	15,97	191.64
Internet	30,00	360
Útiles de Oficina	148,20	1778.40
Útiles de Aseo	52,00	624
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.022,72	36.272,64
GASTOS DE VENTAS		
Remuneraciones	1095.60	13147.20
Publicidad	600,00	7200
Aceite y lubricantes	195,83	2350
Matricula de vehículo	450,00	450
TOTAL GASTOS DE VENTAS	1.245,83	14.950,00
GASTOS FINANCIEROS		
Remuneraciones	591,43	7.097,16
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	591,43	7.097,16
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	4.859,98	58.319,80

FUENTE: Inversiones

ELABORACIÓN: La Autora

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 61 TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

RUBRO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Costo de producción	17.917,92	215.015,00
Costo de Operación	4.859,98	58.319,80
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	22.777,90	273.334,80

FUENTE: Inversiones

ELABORACIÓN: La Autora

RESUMEN DE INVERSIÓN

CUADRO N° 62 INVERSIÓN

RUBRO	TOTAL
Activo Fijo	34.000,00
Activo Diferido	2.000,00
Capital de Trabajo	22.777,90
TOTAL DE LA INVERSIÓN	58.777,90

FUENTE: Inversiones

ELABORACIÓN: La Autora

FINANCIAMIENTO:

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

FUENTES INTERNAS

El 40% del total de la inversión que corresponde a 8.777.90 dólares, será financiado por la accionista.

FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al BAN ECUADOR, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con la BAN ECUADOR constituirá el 60% que corresponde a \$ 50.000,00 dólares a 5 años plazo al 10.00% de interés anual.

Cuadro N° 63 FINANCIAMIENTO

FUENTES	INVERSION	PARTICIPACION
EXTERNA	50.000,00	85,07
INTERNA	8.777,90	14,93
TOTAL	58.777,90	100,00

Fuente: BAN ECUADOR

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 64 TABLA DE AMORTIZACIONES DEL PRESTAMO

N°	SALDO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
1	50.000,00	5.000,00	500,00	5.500,00	45.000
2	45.000,00	5.000,00	450,00	5.450,00	40.000
3	40.000,00	5.000,00	400,00	5.400,00	35.000
4	35.000,00	5.000,00	350,00	5.350,00	30.000
5	30.000,00	5.000,00	300,00	5.300,00	25.000
6	25.000,00	5.000,00	250,00	5.250,00	20.000
7	20.000,00	5.000,00	200,00	5.200,00	15.000
8	15.000,00	5.000,00	150,00	5.150,00	10.000
9	10.000,00	5.000,00	100,00	5.100,00	5.000
10	5.000,00	5.000,00	50,00	5.050,00	0

Fuente: BAN ECUADOR

Elaborado: La Autora

2.5. ANÁLISIS DE LOS COSTOS

En esta parte se determina el costo total de producción y el costo unitario.

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN.

Se determina el costo anual de toda la producción, en este caso de las 104.000 unidades de 10 gramos.

Materia Prima Directa, su costo anual es de 145.600 dólares.

Materiales Directos, su costo anual es de 68.855 dólares.

Mano De Obra Directa, su costo anual es de **12.698,40** dólares.

Energía Eléctrica, su costo anual es de 432,60 dólares.

Agua Potable, su costo anual es de 310.80 dólares.

Mano de obra indirecta, su costo anual es de 7.322.16 dólares.

Depreciaciones. El valor de depreciaciones de los activos correspondientes a los costos de producción se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 65

ACTIVO	COSTO	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Construcciones	14.000,00	20,00	5,00	700,00	10.500,00
Maquinaria y equipo	400,00	10,00	10,00	40,00	200,00
Vajilla y menaje	500,00	10,00	10,00	50,00	250,00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 66 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCION

RUBRO	TOTAL ANUAL
Materia Prima Directa	145.600,00
Materiales directos	68.855,00
Mano de Obra Directa	12.698.40
Energía eléctrica	432.60
Agua Potable	310.80
Mano de Obra Indirecta.	7.322.16
Depreciación de maquinaria y equipo	40.00
Depreciación de construcciones	700.00
Depreciación de vajilla y menaje	50.00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	214.455.00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

COSTO DE OPERACIÓN**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Remuneraciones Administrativas: su costo anual es de **32.902,74** dólares.

Servicio de Agua Potable: su costo anual es de **199,80** dólares.

Servicio Telefónico: su costo anual es de 216 dólares.

Energía Eléctrica: su costo anual es de 191.64 dólares.

Internet: su costo anual es de 360.00 dólares.

Útiles de Oficina: su costo anual es de 1.778.40 dólares.

Útiles de Aseo: su costo anual es de 624.00 dólares.

Depreciaciones. El valor de depreciaciones de los activos correspondientes a los gastos administrativos se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 67 Depreciaciones

ACTIVO	COSTO	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Muebles y enseres	1.480,00	10,00	10,00	148,00	740,00
Equipo de oficina	150,00	10,00	10,00	15,00	75,00
Equipo de computo	1.500,00	3,00	33,33	500,00	

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 68 RESUMEN DE GASTOS DE ADMINISTRACION

RUBRO	TOTAL ANUAL
Remuneraciones Administrativas	32.902,74
Servicio de Agua Potable	199,80
Servicio Telefónico	216,00
Energía Eléctrica	191,64
Internet	360,00
Útiles de Oficina	1.778,40
Útiles de Aseo	624,00
Depreciación de Muebles y enseres	148,00
Depreciación de Equipo de oficina	15,00
Depreciación de Equipo de computo	500,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	36.935,58

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS**Remuneraciones:** su costo anual es de 13.147.20 dólares.**Publicidad:** su costo anual es de 7.200.00 dólares.**Aceites y Lubricantes:** su costo anual es de 2.350.00 dólares.**Matricula de Vehículo.** su costo anual es de 450.00 dólares.**Depreciaciones.** El valor de depreciaciones de los activos correspondientes a los gastos de ventas se detalla en el cuadro siguiente:**Cuadro N° 69 Depreciaciones**

ACTIVO	COSTO	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Vehículo	10.000,00	5,00	20,00	2.000,00	-

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 70 RESUMEN DE GASTOS DE ADMINISTRACION

RUBRO	TOTAL ANUAL
Remuneraciones en ventas	13.147,20
Publicidad	7.200,00
Aceites y Lubricantes	2.350,00
Matricula de Vehículo	450,00
Depreciaciones	2.000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	25.147,20

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

GASTOS FINANCIEROS

Remuneraciones: su costo anual es de **7.097.16** dólares.

Intereses. Por concepto de interese en el primer año se paga un valor de 950 dólares, los valores anuales se registran en la columna interés anual.

Cuadro N° 71 Gastos Financieros

SEMESTRE	SALDO	CAPITAL	INTERES	INTERES ANUAL
1	50.000,00	5.000,00	500,00	
2	45.000,00	5.000,00	450,00	950.00
3	40.000,00	5.000,00	400,00	
4	35.000,00	5.000,00	350,00	750.00
5	30.000,00	5.000,00	300,00	
6	25.000,00	5.000,00	250,00	550.00
7	20.000,00	5.000,00	200,00	
8	15.000,00	5.000,00	150,00	350.00
9	10.000,00	5.000,00	100,00	
10	5.000,00	5.000,00	50,00	150.00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 72 RESUMEN DE GASTOS FINANCIEROS

RUBRO	TOTAL ANUAL
Remuneraciones en departamento financiero	7.097,16
Intereses	950,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	8.047,16

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

Otros Gastos

Amortización del activo diferido. Este activo se amortiza en 5 años, por tanto su valor es de 400.00 dólares anuales.

Amortización del crédito. El crédito se amortiza o se cancela una cuota anual de 10.000.00 dólares.

Cuadro N° 73 Otros Gastos

SEMESTRE	SALDO	CAPITAL	AMORTIZACION ANUAL
1	50.000,00	5.000,00	
2	45.000,00	5.000,00	10.000.00
3	40.000,00	5.000,00	
4	35.000,00	5.000,00	10.000.00
5	30.000,00	5.000,00	
6	25.000,00	5.000,00	10.000.00
7	20.000,00	5.000,00	
8	15.000,00	5.000,00	10.000.00
9	10.000,00	5.000,00	
10	5.000,00	5.000,00	10.000.00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 74 RESUMEN DE OTROS GASTOS

RUBRO	TOTAL ANUAL
Amortización del activo diferido	400.00
Amortización del crédito	10.000.00
TOTAL OTROS GASTOS	10.400.00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Para su cálculo se consideran ciertos elementos como: Costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos.

FÓRMULA:

CTP= COSTO DE PRODUC. + G. ADM + G. VENTAS + G.FINANC. + OTROS GASTOS

CTP= 236.008.96 + 36.935,58 + 25.147,20 + 8.047,16 + 10.400.00

CTP= 236.008.96 + 80.529.94

CTP= 316.538.90

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

FÓRMULA:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

Cup = 316.538.90 / 104.000

Cup = 3.04 dólares la unidad

2.6. ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta se debe considerar siempre como base el costo total de producción sobre el cual se adiciona un margen de utilidad.

FÓRMULA:

PVP= Cup + MU

PVP= 3.04 + 31.58%

PVP= 4.00

Se considera que el precio de los productos competidores en el mercado oscila entre 5 y 6 dólares, puesto que la empresa comercializará el producto a través de intermediarios, el costo para este será de 4,00 dólares, se espera obtener un margen de utilidad de 31.58% en el primer año, posteriormente este disminuirá pues se estima mantener el precio al menos durante dos años consecutivos.

2.7. PRESUPUESTO PROFORMADO.

Cuadro N° 75 Presupuesto de Costos

COSTO DE PRODUCCION	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
<u>Costo Primo</u>					
Materia Prima Directa	145.600,00	152.880,00	160.524,00	168.550,20	176.977,71
Mano de Obra Directa	12.698,40	13.333,32	13.999,99	14.699,99	15.434,98
Materiales directos	68.855,00	72.297,75	75.912,64	79.708,27	83.693,68
Total Costo Primo	227.153,40	238.511,07	250.436,62	262.958,45	276.106,38
<u>Gastos Indirectos de Fabricación</u>					
Energía eléctrica	432,60	454,23	476,94	500,79	525,83
Agua Potable	310,80	326,34	342,66	359,79	377,78
Mano de obra indirecta	7.322,16	7.688,27	8.072,68	8.476,32	8.900,13
Depreciación de construcciones	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Depreciación de maquinaria y equipo	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Depreciación de vajilla y menaje	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Total G.I.F	8.855,56	9.208,84	9.632,28	197,50	10.543,74
TOTAL COSTO PRODUCCION	236.008,96	247.719,91	260.068,90	263.155,95	286.650,12
COSTO DE OPERACIÓN					
<u>Gastos de Administración</u>					
Remuneraciones Administrativas	32.902,74	34.547,88	36.275,27	38.089,03	39.993,49
Servicio Agua Potable	199,80	209,79	220,28	231,29	242,86
Servicio telefónico	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55
Energía Eléctrica	191,64	201,22	211,28	221,85	232,94
Internet	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Útiles de Oficina	1.778,40	1.867,32	1.960,69	2.058,72	2.161,66
Útiles de Aseo	624,00	655,20	687,96	722,36	758,48
Depre. Equipo de Oficina	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Deprec. Muebles y Enseres	148,00	148,00	148,00	148,00	148,00
Deprec. Equipo de Computo	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	36.935,58	38.749,21	40.653,52	42.653,05	44.752,55
<u>Gastos de Ventas</u>					
Remuneraciones en ventas	13.147,20	13.804,56	14.494,79	15.219,53	15.980,50
Publicidad	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Aceites y lubricantes	2.350,00	2.467,50	2.590,88	2.720,42	2.856,44
Matricula de vehículo	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98
Deprec. De vehículo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	25.147,20	26.304,56	27.519,79	28.795,78	30.135,57
<u>Gastos Financieros</u>					
Remuneraciones	7.097,16	7.452,02	7.824,62	8.215,85	8.626,64
Intereses sobre crédito	950,00	750,00	550,00	350,00	150,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	8.047,16	8.202,02	8.374,62	8.565,85	8.776,64
<u>Otros Gastos</u>					
Amortización del activo diferido	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Amortización del crédito	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00	10.400,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	80.529,94	83.655,79	86.947,93	90.414,67	94.064,76
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	316.538,90	331.375,70	347.016,83	353.570,63	380.714,87

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 76 Presupuesto de Ingresos

	1	2	3	4	5
Costo Unitario	3,04	3,19	3,34	3,40	3,66
Unidades producidas	104.000,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00	104.000,00
Precio de venta	4,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Ingresos	416.000,00	416.000,00	520.000,00	520.000,00	624.000,00

Fuente. Capital de trabajo

Elaboración: La Autora

2.8. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Define Marcial Córdoba como “mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado” conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento.

Cuadro N° 77 Estado de Perdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	416,000.00	416,000.00	520,000.00	520,000.00	624,000.00
TOTAL DE INGRESOS	416,000.00	416,000.00	520,000.00	520,000.00	624,000.00
Costo de producción	236,008.96	247,719.91	260,068.90	263,155.95	286,650.12
Costo de operación	80,529.94	83,655.79	86,947.93	90,414.67	94,064.76
COSTO TOTAL	316,538.90	331,375.70	347,016.83	353,570.63	380,714.87
UTILIDAD BRUTA	99,461.10	84,624.31	172,983.17	166,429.37	243,285.13
15% utilidad trabajadores	14,919.17	12,693.65	25,947.48	24,964.41	36,492.77
UTILIDAD ANT.IMPTO	84,541.94	71,930.66	147,035.69	141,464.97	206,792.36
25% impuesto a la renta	21,135.48	17,982.66	36,758.92	35,366.24	51,698.09
UTILIDAD ANT.RESERVA	63,406.45	53,947.99	110,276.77	106,098.73	155,094.27
10% Reserva Legal	6,340.65	5,394.80	11,027.68	10,609.87	15,509.43
UTILIDAD LIQUIDA	57,065.81	48,553.19	99,249.09	95,488.85	139,584.84

Fuente. Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

2.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro N° 78 CLASIFICACION DE COSTOS

Rubros	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS					
Depreciación de maquinaria y equipo	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Depreciación de construcciones	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Depreciación de vajilla y menaje	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Deprec. de muebles y enseres	148,00	201,22	211,28	221,85	232,94
Deprec. de equipo de oficina	15,00	454,23	476,94	500,79	525,83
Deprec. Equipo de Computación	500,00	34.547,88	36.275,27	38.089,03	39.993,49
Deprec. Vehículo	2.000,00	209,79	220,28	231,29	242,86
Mano de obra directa	12.698,40	226,8	238,14	250,05	262,55
Mano de obra indirecta	7.322,16	378,00	396,90	416,75	437,58
Remuneraciones administrativas	32.902,74	655,20	687,96	722,36	758,48
Agua Potable	199,80	1.867,32	1.960,69	2.058,72	2.161,66
Servicio telefónico	216,00	655,20	687,96	722,36	758,48
Energía eléctrica	191,64	15,00	15,00	15,00	15,00
Internet	360,00	148,00	148,00	148,00	148,00
Útiles de oficina	1.778,40	500,00	500,00	500,00	500,00
Útiles de aseo	624,00	38.749,21	40.653,52	42.653,05	44.752,55
Remuneración en ventas	13.147,20	0,00	0,00	0,00	0,00
Matricula de vehículo	450,00	13.804,56	14.494,79	15.219,53	15.980,50
Remuneraciones depto. financiero	7.097,16	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Intereses	950,00	2.467,50	2.590,88	2.720,42	2.856,44
Amortización del activo diferido	400,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Amortización del crédito*	10.000,00	331.375,70	347.016,83	353.570,63	380.714,87
TOT. COSTOS FIJOS	91.790,50	434.625,60	455.322,43	467.184,71	499.902,86
COSTOS VARIABLES					
Materia prima directa	145.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales directos	68.855,00	152.880,00	160.524,00	168.550,20	176.977,71
Energía eléctrica	432,60	13.333,32	13.999,99	14.699,99	15.434,98
Agua Potable	310,80	238.511,07	250.436,62	262.958,45	276.106,38
Publicidad	7.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aceites y lubricantes	2.350,00	454,23	476,94	500,79	525,83
TOT. COSTOS VARIABLES	224.748,40	405.178,62	425.437,55	446.709,43	469.044,90
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	316.538,90	839.804,22	880.759,98	913.894,14	968.947,76

Fuente. Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

En Función de las Ventas

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

$$PE = \frac{91.790.50}{1 - \left(\frac{224.748.40}{416.000}\right)}$$

PE = 199.658 dólares.

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100 \qquad PE = \frac{91.790.50}{416.000 - 224.748.40} * 100$$

PE = 47,99%

En Función de la Producción

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

PVu= 4.00

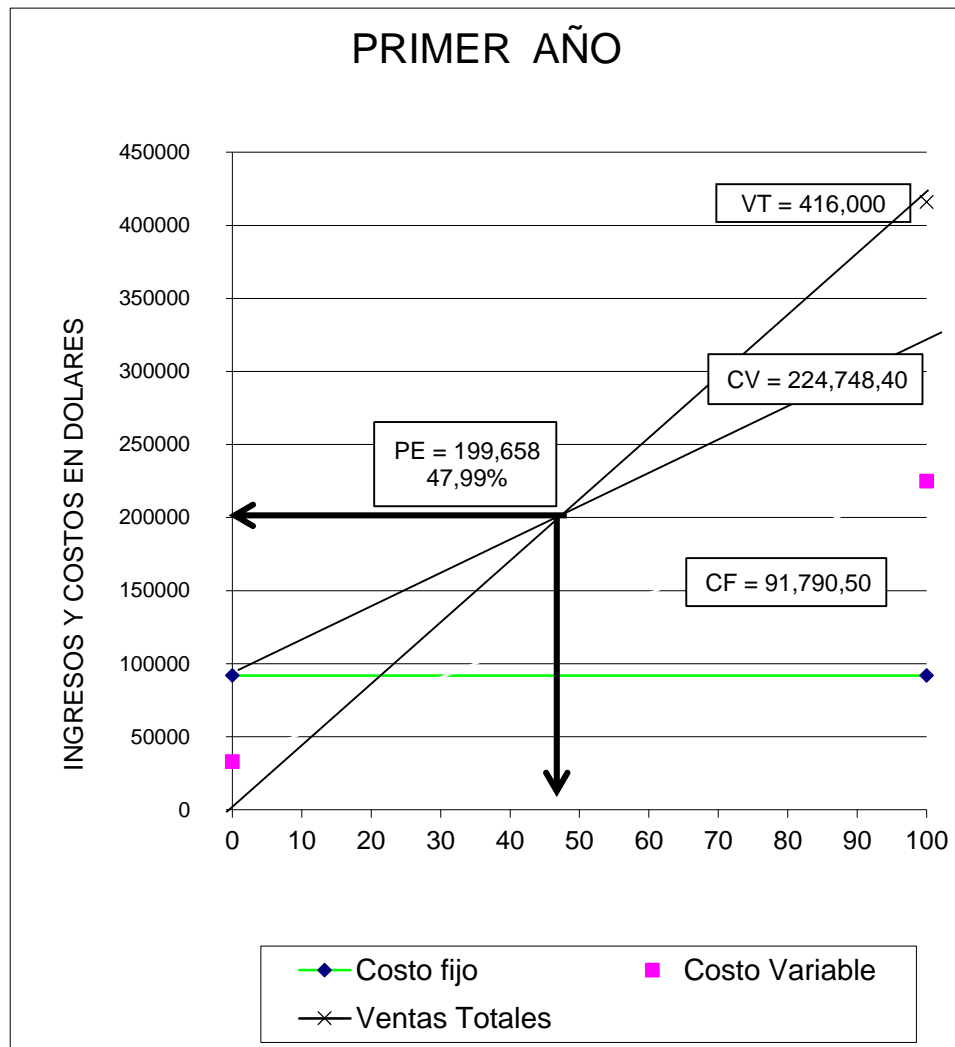
CVu= 2.16

$$PE = \frac{91.790.50}{4.00 - 2.16}$$

PE = 49.914

Significa que la empresa trabajando al 47.99% de su capacidad instalada, debe producir 49.914 unidades que al venderlas a un precio de 4.00 dólares deben generar un ingreso de 199.658 dólares con lo cual la empresa cubre sus costos por lo cual no pierde pero tampoco gana.

Gráfico N° 31
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LOS INGRESOS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA



3. EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil

determinados para el proyecto, considerando los ingresos y egresos reales de dinero en la empresa si se pusiera en marcha.

Cuadro N° 79 Flujo de caja

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	416,000.00	416,000.00	520,000.00	520,000.00	624,000.00
valor residual	0.00				11,765.00
TOTAL DE INGRESOS	416,000.00	416,000.00	520,000.00	520,000.00	635,765.00
EGRESOS					
Costo de producción.	236,008.96	247,719.91	260,068.90	263,155.95	286,650.12
Costo de operación	80,529.94	83,655.79	86,947.93	90,414.67	94,064.76
EGRESO TOTAL	316,538.90	331,375.70	347,016.83	353,570.63	380,714.87
UTILIDAD GRAVABLE	99,461.10	84,624.31	172,983.17	166,429.37	255,050.13
15% Trabajadores	14,919.17	12,693.65	25,947.48	24,964.41	38,257.52
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	84,541.94	71,930.66	147,035.69	141,464.97	216,792.61
25% Impto. a la renta	21,135.48	17,982.66	36,758.92	35,366.24	54,198.15
UTILIDAD NETA	63,406.45	53,947.99	110,276.77	106,098.73	162,594.46
Depreciaciones	3,453.00	3,453.00	3,453.00	3,453.00	3,453.00
FLUJO DE CAJA	66,859.45	57,400.99	113,729.77	109,551.73	166,047.46

Fuente. Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Según el criterio si el VAN es positivo, se acepta el proyecto.

Cuadro N° 80 Valor Actual Neto

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	66,859.45	0.90909	60,781.32
2	57,400.99	0.82645	47,438.84
3	113,729.77	0.75131	85,446.86
4	109,551.73	0.68301	74,825.30
5	166,047.46	0.62092	103,102.41
		Sumatoria	371,594.73
		Inversión	57,777.90

Fuente. Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Para calcular el VAN utilizamos la siguiente formula:

$VAN = \sum VAN \text{ de } 1 \text{ a } 5 - INVERSION$

$VANP = 313,816.83$

Como se observa el VAN es mayor que uno, por lo tanto el proyecto es conveniente de ejecutarse.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para calcular la TIR utilizamos la siguiente formula:

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

Cuadro N° 81 Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		123.00%		124.00%	
0			-58,777.90		-58,777.90
1	66,859.45	0.448430	29,981.82	0.446429	29,847.97
2	57,400.99	0.201090	11,542.76	0.199298	11,439.93
3	113,729.77	0.090175	10,255.56	0.088973	10,118.83
4	109,551.73	0.040437	4,429.96	0.039720	4,351.38
5	166,047.46	0.018133	3,010.98	0.017732	2,944.37
			443.18		-75.43

$$TIR = 123 + 1 \left(\frac{443.18}{443.18 + 75.43} \right)$$

$TIR = 123.85\%$

- Si la TIR es mayor que el CO debe aceptarse del proyecto.

En el presente proyecto la TIR es de 123.85 %, por lo cual es conveniente la realización del proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

Cuadro N° 82 Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	416,000.00	0.9091	378,181.82
2	416,000.00	0.8264	343,801.65
3	520,000.00	0.7513	390,683.70
4	520,000.00	0.6830	355,167.00
5	635,765.00	0.6209	394,760.04
			1,862,594.21

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	316,538.90	0.9091	287,762.64
2	331,375.70	0.8264	273,864.21
3	347,016.83	0.7513	260,718.88
4	353,570.63	0.6830	241,493.50
5	380,714.87	0.6209	236,393.98
			1,300,233.21

RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) - 1

RBC = (1,862,594.21/ 1,300,233.21) - 1

RBC = 1.4325078

RBC = 0.4325078

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si la relación Beneficio-Costo es mayor a uno se acepta el proyecto.

La relación de beneficio- costo es de 0.43 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de 43 centavos.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

La fórmula para calcular el periodo de recuperación del capital es:

$$PRC = \text{Año supera inversión} + \left(\frac{\text{inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo neto año supera inversión}} \right)$$

Cuadro N° 83 Periodo de Recuperación de Capital

AÑOS	FLUJO NETO	SUMATORIA
	57,777.90	
1	66,859.45	66,859.45
2	57,400.99	
3	113,729.77	
4	109,551.73	
5	166,047.46	
		66,859.45

$PRC = \text{Año } q' \text{ supera inversión} + (\text{Inversión} - \text{Sumator. Prim.flujos} / \text{Flujo año } q' \text{ sup.inv.})$

$$PRC = 1 + ((57777.90 - 66859.45) / 66859.45)$$

$$PRC = 0,86$$

Significa que la inversión se recupera en 10 meses, 11 días..

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right)$$

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif. TIR}{TIR del PROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad:

$$S = (\%VAR / N.TIR)$$

Cuadro N° 84 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 26.80% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL
		26.80%	
1	316,538.90	401,371.33	416,000.00
2	331,375.70	420,184.38	416,000.00
3	347,016.83	440,017.34	520,000.00
4	353,570.63	448,327.56	520,000.00
5	380,714.87	482,746.46	635,765.00

ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	55.00%		56.00%	
		-57,777.90		-57,777.90
14,628.67	0.64516	9,437.85	0.64103	9,377.36
-4,184.38	0.41623	-1,741.68	0.41091	-1,719.42
79,982.66	0.26854	21,478.34	0.26341	21,067.94
71,672.44	0.17325	12,417.25	0.16885	12,101.91
153,018.54	0.11177	17,103.52	0.10824	16,562.32
		917.39		-387.80

1). Nueva TIR

$$NTIR = 55 + 1 \left(\frac{917.39}{917.39 + 387.80} \right)$$

$$NTIR = 55.70\%$$

2) DIFERENCIA DE TIR

$$\text{Dif. Tir.} = \text{Tir proy.} - \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Dif. Tir.} = 68.15\%$$

3) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% \text{ Var.} = (\text{Dif. Tir.} / \text{Tir del proy.}) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = 55.03\%$$

4)

SENSIBILIDAD

$$\text{Sensib.} = \% \text{ Var.} / \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.9878408$$

Cuadro N° 85 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 19.50% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL
1	316,538.90	416,000.00	334,880.00
2	331,375.70	416,000.00	334,880.00
3	347,016.83	520,000.00	418,600.00
4	353,570.63	520,000.00	418,600.00
5	380,714.87	635,765.00	511,790.83

ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	55.00%		56.00%	
		-57,777.90		-57,777.90
18,341.10	0.6452	11,832.97	0.6410	11,757.12
3,504.30	0.4162	1,458.61	0.4109	1,439.97
71,583.17	0.2685	19,222.76	0.2634	18,855.46
65,029.37	0.1732	11,266.34	0.1689	10,980.22
131,075.95	0.1118	14,650.91	0.1082	14,187.31
		653.69		-557.82

1). Nueva TIR

$$NTIR = 55 + 1 \left(\frac{653.69}{653.69 + 557.82} \right)$$

$$NTIR = 55.54\%$$

2) DIFERENCIA DE TIR

$$\text{Dif. Tir.} = \text{Tir proy.} - \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Dif. Tir.} = 68.31\%$$

3) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% \text{ Var.} = (\text{Dif. Tir} / \text{Tir del proy.}) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = 55.16\%$$

4) SENSIBILIDAD

$$\text{Sensib.} = \% \text{ Var.} / \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.9931197$$

h. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera de este trabajo investigativo se pudo concluir lo siguiente:

- Mediante el estudio de mercado se determinó que el producto tiene una aceptación del 84.04 % al existir una demanda insatisfecha de 403.709 unidades, para el primer año.
- El estudio técnico se determinó que la empresa debe estar situada en la zona industrial conforme lo determina la ordenanza municipal por lo que influyo en la toma de decisiones tomando en consideración la materia prima, servicios básicos y vías de comunicación, y de esta manera determinar la reingeniería del proceso productivo de manera eficiente y eficaz que permita reducir tiempos y movimientos del proceso productivo obteniendo un producto de calidad para los usuarios.
- La capacidad instalada es de 219.000 unidades y la capacidad utilizada es de 104.000 unidades.
- Con el estudio administrativo se determinó la forma de organización de la empresa que es Unipersonal de responsabilidad limitada para ello se registrará a la ley para la adecuada administración de la empresa contara con estatutos y reglamentos que normen el buen funcionamiento determinando así lo niveles jerárquicos de la organización que los empleados deben conocer y cumplir.

- El estudio financiero determino que las inversiones son de \$ 58.777, para la implementación de la empresa y de esta manera determinar las fuentes de financiamiento, en este caso será BANECUADOR con un credito de 50.000 a 5 años plazo con 10% de interés.
- El costo unitario para el primer año es de 3.04 dólares y su precio de venta en los 2 primeros años es de 4 dólares.
- Al realizar la evaluación del proyecto mediante los indicadores financieros se obtuvo los siguientes valores: VAN, es de 313.816.83, la TIR es de 123.85%, la B/C es de 0.73 dólares y la inversión se recuperara en el 10 meses. En el Análisis de Sensibilidad se determina que el proyecto soporta la disminución de los ingresos el 19.50 % y en el incremento de los costos el 26.80%.
- Con estos resultados se determina que el proyecto es factible de su implementación.

i. RECOMENDACIONES

Luego de elaborar el presente proyecto se puede recomendar lo siguiente:

- A los Inversionistas se les recomienda que implementen este tipo de proyectos, pues tienen una rentabilidad y seguridad en la inversión, puesto que los indicadores son positivos, tanto el VAN, TIR ya que nos dicen es factible el proyecto.

- Fomentar en la Universidad Nacional de Loja en especial en la carrera de Administración de Empresas la generación de emprendimientos productivos y la creación de nuevas ideas de inversión que permitan desarrollar el sector empresarial de la ciudad de Loja.

- Se sugiere a la Sociedad, impulsar nuevas alternativas de negocios que permitan a las familias el acceso al consumo de bienes o servicios.

j. BIBLIOGRAFIA:

- Botica, L. (05 de 2016). <http://www.laboticadelosperfumes.com/catalogo/cosmetica-natural/linea-aloe-vera>. Obtenido de <http://www.laboticadelosperfumes.com/catalogo/cosmetica-natural/linea-aloe-vera>.
- Castro, A. M., & Castro, J. A. (año 2009.). *Proyectos de inversión-Elaboración y Formulación*.
- Chain, N. S. (1997). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Colombia : Martha Edna Suroren.
- CHAIN, N. S., & SAPAG, C. R. (2008). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. BOGOTÁ.
- Ecoagricultor. (05 de 2016). <http://www.ecoagricultor.com/propiedades-y-usos-del-aloe-vera/>. Obtenido de <http://www.ecoagricultor.com/propiedades-y-usos-del-aloe-vera/>.
- Emprendedores. (2014). *Emprendedores*.
- Gabriel, B. U. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- HORA, D. L. (25 de 02 de 2015). https://issuu.com/la_hora/docs/diario_la_hora_loja_25_de_febrero_2_3_ba0834ccb48ea. Obtenido de https://issuu.com/la_hora/docs/diario_la_hora_loja_25_de_febrero_2_3_ba0834ccb48ea.
- Huerta Rios , E. (2012). *Analisis y evaluacion de proyectos de inversion de capital*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Publicos.
- Lopez, O. A. (2015). *Direccion Estrategica de la Empresa*. Madrid: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- MAGAP. (2012). <http://sinagap.agricultura.gob.ec/estado-de-cultivos>. Obtenido de <http://sinagap.agricultura.gob.ec/estado-de-cultivos>.
- Maldonado, C. (Julio de 2015). *Empresarial.com*. Obtenido de Empresarial.com.

- Miecotienda. (05 de 2016). <http://www.miecotienda.com/hidratantes-corporales/99-crema-hidratante-facial-y-corporal-con-aloe-vera-100-250-ml.html>. Obtenido de <http://www.miecotienda.com/hidratantes-corporales/99-crema-hidratante-facial-y-corporal-con-aloe-vera-100-250-ml.html>.
- PASACA Manuel, M. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja.
- SANA, V. (16 de 09 de 2014). <http://vidasana.sv/beneficios-del-aloe-vera-para-la-salud/>. Obtenido de <http://vidasana.sv/beneficios-del-aloe-vera-para-la-salud/>.
- Zona, E. (Mayo de 2015). <http://www.zonaeconomica.com/evaluacion-proyectos-inversion>. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/evaluacion-proyectos-inversion>.

k. ANEXOS.**ANEXO 1:****RESUMEN DEL PROYECTO****a. TEMA**

“CREACION DE UNA EMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE CREMA DE ALOE VERA EN LA CIUDAD LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

Antiguamente los productos naturales fueron ampliamente utilizados, y su formulación casera, no perjudicaba a la piel ni a la salud humana, ni tampoco causaban contaminación ambiental.

En la actualidad según (MAGAP, 2012), están manejando nuevas políticas que buscan defender y proteger los recursos naturales y la salud del ser humano, como centro, principio y fin de toda investigación. Por ello es importante el consumo de productos naturales, ya que al introducir productos que cuiden la salud sin atentar contra el ambiente son temas de salud y belleza que los medios de comunicación se han encargado de crear un prototipo de hombre y mujer del siglo XXI personas con cuerpos y pieles perfectos. Según estudios un producto alternativo para atenuar estas consecuencias es el uso de la sábila.

Con el avance científico y en el marco de las actuales tecnologías desarrolladas, se le ha atribuido a la sábila mayores beneficios para el ser humano, ahí la importancia de la fabricación de cremas elaboradas con productos naturales, con la utilización de conservantes naturales.

En vista que en la provincia de Loja, cuenta con sembríos de Sábila (Aloe Vera) y con tierras aptas para el cultivo, pero NO EXISTE UNA EMPRESA DEDICADA EXCLUSIVAMENTE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS NATURALES, sin embargo hay que señalar que existen productos similares que se transportan de otras ciudades como Quito y Guayaquil, y por ello se ha visto conveniente con la ayuda de las investigaciones y con las modernas tecnologías desarrolladas, se podría destinar al procesamiento de esta planta medicinal para la transformación de una crema de Aloe Vera y así aportar al mejoramiento de la calidad de vida.

En un futuro, la falta de investigación y fabricación de un producto saludable, formulado con elementos naturales orgánicos, como lo es la Sábila, acrecentaría el deterioro del ambiente y daría lugar al consumo de productos químicos que traen consecuencias negativas en los seres humanos, incrementando los problemas en la piel.

La finalidad de este proyecto es ofrecer a la ciudadanía Lojana la implementación de una nueva empresa de elaboración y comercializadora

de crema a base de productos naturales para pieles propensas a daños causados por cicatrices, acné, inflamaciones a la piel. La misma permita crear fuentes de trabajo aprovechando los recursos naturales existentes creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Determinar la factibilidad para la elaboración y comercializadora de *crema de Aloe vera para rostro y cuerpo en la ciudad de Loja*.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto crema de aloe vera, así como las estrategias de marketing.
- Diseñar un estudio técnico para establecer el tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio, así como la ingeniería del proyecto y su estructura orgánica-funcional.
- Realizar un Estudio Económico – financiero para determinar la inversión y financiamiento del proyecto así como los presupuestos el ingreso, egresos.
- Realizar la Evaluación Financiera, utilizando los indicadores financieros : Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo y Análisis de

Sensibilidad, para de esta manera conocer la sustentabilidad financiera que tiene el proyecto de generar liquidez y rentabilidad para sus inversionistas.

f. METODOLOGIA

Para ejecutar el presente proyecto denominado “**CREACION DE UNA EMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE CREMA DE ALOE VERA EN LA CIUDAD DE LOJA**”, se aplicará metodología los mismos que facilitaron en el desarrollo del mismo, tomando en consideración lo siguiente:

MÉTODOS:

Método inductivo.- Parte de un proceso que va de lo particular a lo general, su análisis permitirá estudiar en forma particularizada cada uno de los factores que inciden en el tema objeto de estudio, y a su vez justificar la razón del porque la iniciativa de poner en marcha este tipo de proyecto. Este método servirá para establecer la demanda y los requerimientos de gustos y preferencias de los usuarios e inducir hacia la población de estudio.

Método deductivo.- Es un proceso que parte de un principio general para inferir sobre las consecuencias particulares, mediante este método

primeramente se realizará un análisis sobre las conceptualizaciones generales del proyecto de inversión, luego llegar a cumplir los objetivos como son el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero, los mismos que servirán de guía para el desarrollo del presente proyecto. También se lo utilizara para obtener el tamaño de la muestra, y determinar el número de encuestas que serán aplicadas en la investigación.

TÉCNICAS:

Es necesario dar a conocer algunas técnicas e instrumentos que permitirán llegar a obtener información necesaria para el desarrollo de la siguiente investigación, entre ellas se requerirá:

La Encuestas: La aplicación de las encuestas se las realizará con la finalidad de recolectar información primaria para poner en marcha la creación de una empresa para la elaboración y comercialización de crema aloe vera en la ciudad Loja, y a si determinar la viabilidad del proyecto.

Estas encuestas estarán dirigidas a una muestra respectivamente de la población con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Se aplicó también a los establecimientos donde se comercializa el producto tomando como muestra 59 locales comerciales, que permitirá conocer la oferta y la distribución de producto.

Técnica Bibliográfica.- La técnica bibliográfica ayudó para adquirir el conocimiento sobre el tema de estudio apoyándose en numerosas fuentes de información.

LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Se ha determinado que el segmento de mercado de nuestro proyecto serán las Empresas localizadas en la ciudad de Loja y sectores aledaños, específicamente farmacias, bazares, puesto que en ellas se generan con mayor fuerza la necesidad de adquirir las cremas de aloe vera.

Muestra:

El INEC, es una entidad que proporciona datos sobre los habitantes de la ciudad de Loja, información importante que sirvió para determinar la muestra del presente proyecto de factibilidad. Se basó en el censo del año 2010.

De esta cantidad se procedió a dividir para 4 miembros de familia, dándonos un total de 114838. Esta es la población que sirvió de base para calcular la muestra de este proyecto de tesis, así se lo demuestra en la siguiente tabla.

POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO DEL 2010 (T.C.A)

CUADRO N° 2

CIUDAD	POBLACIÓN	T.C.A.
Loja	180.617	2.65%

FUENTE: Censo del año 2010 (INEC)
ELABORACIÓN: El Autor

CENSO PROYECTADO AL 2016

DONDE:

Pf = Población final

Po = Población Inicial

I = Tasa de crecimiento

n = Número de años

DESARROLLO:

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

$$P_{2016} = 170280(1 + 2.65)^6$$

$$P_{2016} = 170280 (1 + 0.0265)^6$$

$$P_{2016} = 170280(1.1699)$$

$$P_{2016} = 199210.57$$

$$P_{2016} = \frac{199210.57}{4}$$

$$P_{2016} = 49,802$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionara mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores.

FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA

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

DONDE:

n = Tamaño de la muestra (número de encuestas)

N = Población

E = Margen de error

Remplazando valores:

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

$$n = \frac{49,802}{1 + 0.05^2 (49,802)}$$

$$n = \frac{49,802}{125.49}$$

n = 396 Encuestas

NUMERO DE ENCUESTAS A APLICAR: Para determinar el número de encuestas que se aplicará en este proyecto, se procederá a realizar el tamaño de la muestra y se determinó un total de 396 este será el número de encuestas que se aplicaran, para luego realizar la organización de respuestas, posteriormente presentarlas en cuadros e índices detallados que facilitaron el análisis e interpretación de resultados y de esta forma llegar a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ANEXOS 2:
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Cuestionario de Investigación de Mercado.

Objetivo: Obtener información de las familias de la ciudad de Loja para la elaboración y comercialización de una crema hidratante artesanal a base de sábila en la cual no contenga ninguna clase de químicos en su elaboración.

DATOS GENERALES

Distrito:
Sector:
Barrio:

INFORMACION:

1.- ¿Requiere de Crema para el rostro y cuerpo?

Si ()

No ()

2.- Si su respuesta es positiva. ¿Cuántas unidades de crema requiere mensualmente? Marque con una X una sola opción.

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

3.- ¿En qué presentación adquiere Usted? Marque con una X una sola opción.

150g

120g

100g

80g

4.- ¿Elija cuál de las siguientes presentaciones es de su agrado para la Crema del Cutis? Marque con una X una sola opción.

Envase Plástico Envase Sachet Envase vidrio

5.- ¿Cuáles son las características que Ud. prefiere de la Crema? Marque con una X una sola opción.

Logotipo () Tamaño () Colores () Fragancia ()

6.- ¿Si se implementara una empresa con este tipo de producto estaría dispuesto a comprarlo?

Si ()

No ()

En caso de ser su respuesta negativa termina la encuesta.

7.- ¿Le gustaría que se comercialice el producto en la presentación de 100g? Marque con una X

Si ()

No ()

8.- ¿Cuánto pagaría por la Crema de sábila? Marque con una X una sola opción.

7,80	7,90	8	8,10	8,20

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la crema de Aloe Vera? Marque con una X una sola opción.

7,80	7,90	8	8,10	8,20

10.- ¿Qué precio usted consideraría Caro para la Crema Aloe Vera? Marque con una X una sola opción.

7,80	7,90	8	8,10	8,20

11.- ¿Qué precio Usted considera que es bajo para la Crema Aloe Vera? Marque con una X una sola opción.

7,80	7,90	8	8,10	8,20

12.- ¿Usualmente en qué lugar le gustaría adquirir la Crema de Aloe Vera?

Supermercado ()

Centros Comerciales ()

Bazares ()

Farmacias ()

13.- ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

Si ()

No ()

14.- Si su preferencia es positiva señale ¿Qué tipo de promoción le gustaría que la empresa le ofrezca? Marque con una X.

Producto Gratis Por compra de más de 10 ()

Descuentos compras por mayor ()

Sorteos Mensuales ()

15.-Porque medios publicitarios le gustaría a Ud. Informarse sobre la existencia de esta nueva empresa?

Radio ()

Televisión ()

Prensa Escrita (Diario la Hora) ()

Internet ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

DISEÑO DE LAS ENCUESTAS A LOS OFERRENTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ESTIMADO SEÑOR(A) MUY COMEDIAMENTE ME DIRIJO A USTED PARA PEDIRLE SE DIGNE CONTESTAR EL PRESENTE CUESTIONARIO, EL CUAL SERVIRA COMO REFERENCIA PARA REALIZAR EL ESTUDIO DE UN PROYECTO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE CREMA DE SABILA, REALIZADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

1.- ¿Qué tipo de negocio tiene usted?

FARMACIAS

SUPERMERCADOS

CENTROS NATURISTAS

ALMACENES DE COSMETICOS

2.- ¿Comercializa en su negocio cremas a base de productos naturales? (si su respuesta es NO gracias por su colaboración)

SI NO

3.- ¿En qué presentación comercializa el producto?

ENVASE DE VIDRIO _____

ENVSE DE PLASTICO _____

SACHET _____

4.- ¿Ud. comercializa el producto en la presentación de 100g?

SI _____ NO

5.- ¿Cuántas unidades de cremas de 100 ml a base de productos naturales vende por mes?

FARMACIAS _____

SUPERMERCADOS _____

CENTROS NATURISTAS _____

ALMACENES DE COSMETICOS _____

6.- ¿Qué porcentaje de variación de ventas obtuvo en el año?

FARMACIAS _____

SUPERMERCADOS _____

CENTROS NATURISTAS _____

ALMACENES DE COSMETICOS _____

7.- ¿Cuál es el precio el cual se vende las cremas a base de productos naturales?

- \$5,00 A \$10,00 _____
- \$11,00 A 16,00 _____
- \$17,00 A \$22,00 _____

8.- ¿Qué promoción existe actualmente en su local por la compra de las cremas naturales?

- Productos Gratis Por La Compra De 10 Unidades. _____
- Descuentos en compras por mayor. _____
- Sorteos Mensuales _____

9.- ¿Las cremas a base de productos naturales que usted comercializa tiene procedencia?

- LOCAL _____
- NACIONAL _____
- INTERNACIONAL _____

10.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de cremas faciales a base de col en la ciudad de Loja?

SI _____ NO

11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse del nuevo producto?

RADIO _____

TELEVISION _____

PRENSA ESCRITA _____

REDES SOCIALES _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

DISTRITO I	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
1. PRADERA YAGUARCUNA	1230	3,80%	15
Pradera	600	1,85%	7,32
Yaguarcuna	600	1,85%	7,32
Cruz de Yaguarcuna	16	0,05%	0,20
Sauces de Yaguarcuna	14	0,04%	0,17
2. 18 DE	705	2,20%	9
Geranios	200	0,62%	2,55
Arupos	180	0,56%	2,30
Molinos	150	0,47%	1,91
Alma Lojana	175	0,55%	2,23
3. PUCARÁ	325	1,02%	4
Panecillo	125	0,39%	1,54
Pucará	200	0,63%	2,46
4. Zamora Huayco	710	2,20%	9
Zamora Huayco	400	1,24%	5,07
Quebrada Minas	80	0,25%	1,01
Quebrada Pizarro	50	0,15%	0,63
Estancia	60	0,19%	0,76
Faíquez	80	0,25%	1,01
Tejar de Jericó	50	0,15%	0,63
5. Orillas Del Zamora	1270	4,00%	16
Tejar	100	0,31%	1,26
Cdla. Zamora	350	1,10%	4,41
Buena Esperanza	180	0,57%	2,27
Palmeras	360	1,13%	4,54
Salle	100	0,31%	1,26
Palmera Alto	100	0,31%	1,26
Churo	80	0,25%	1,01
6. 24 de Mayo	400	1,30%	5
24 de Mayo	400	1,30%	5,00
7. San Sebastián	850	2,70%	11
San Sebastián	400	1,27%	5,18
Máximo Rodríguez	250	0,79%	3,24
San Agustín	200	0,64%	2,59
8. Central	800	2,50%	10
Central	800	2,50%	10

9. Juan de Salinas	500	1,60%	6
Juan de salinas	500	1,60%	6
10. Capulí	60	0,20%	1
Capulí	60	0,20%	1
Total de distrito 1	6850	21.50 %	86
DISTRITO II	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
1. Argelia	150	0,50%	3
Argelia	150	0,50%	3,00
2. San Isidro	275	0,90%	4
Punzara Bajo	100	0,33%	1,45
Cdla. Electricista	175	0,57%	2,55
3. Punzará	730	2,30%	9
Héroes del Cenepa	550	1,73%	6,78
Punzara chico Bajo	180	0,57%	2,22
4. Tebaida	650	1,90%	7
Tebaida	400	1,17%	4,31
Cdla. Bellavista	100	0,29%	1,08
Santa Teresita	150	0,44%	1,62

5. Daniel Álvarez	575	1,80%	7
Daniel Álvarez	400	1,25%	4,87
SOMECE	75	0,23%	0,91
Unión Lojana	100	0,31%	1,22
6. Isidro Ayora	1200	3,80%	14
Cdla. Maestro Lojano II	100	0,32%	1,17
Época	500	1,58%	5,83
Alberto Zambrano	150	0,48%	1,75
Isidro Ayora	350	1,11%	4,08
Capulí Loma	100	0,32%	1,17
7. Perpetuo Socorro	350	1,10%	5
Perpetuo Socorro	350	1,10%	5,00
8. Miraflores	1055	3,30%	13
Miraflores	350	1,09%	4,31
Peñas	250	0,78%	3,08
Muñoz Vivanco	180	0,56%	2,22
Miraflores Alto	200	0,63%	2,46
Peñón del Oeste	75	0,23%	0,92
9. San Pedro	460	1,40%	6

San Pedro	280	0,85%	3,65
Coop. Pío Jaramillo	60	0,18%	0,78
Buenavista	70	0,21%	0,91
El Progreso	50	0,15%	0,65
10. Ramón Pinto	550	1,70%	8
IV Centenario	350	1,08%	5,09
Sevilla de Oro	200	0,62%	2,90
11. El Pedestal	555	1,70%	7
Pedestal	85	0,26%	1,07
El Dorado	100	0,31%	1,26
Balcón Lojano	120	0,37%	1,51
Alba E. Cabrera	100	0,31%	1,26
La Esmeralda	50	0,15%	0,63
La Chorrera	100	0,31%	1,26
12. Colinas Lojanas	323	1,00%	4
Colinas Lojanas	150	0,46%	1,86

Coop. Madre Laura	50	0,15%	0,62
Junta Bar Colinas L.	73	0,23%	0,90
SINAB	50	0,15%	0,62
13. Menfis	1525	4,80%	18
Menfis Bajo	175	0,55%	2,07
Paraíso	100	0,31%	1,18
Menfis Central	400	1,26%	4,72
Menfis Chamanal	80	0,25%	0,94
Menfis Alto	120	0,38%	1,42
Las Rosas	50	0,16%	0,59
Tierras Coloradas	600	1,89%	7,08
14. Chonta Cruz	260	0,80%	3
Chonta Cruz	75	0,23%	0,87
Reinaldo Espinosa	75	0,23%	0,87
Santa Inés	110	0,34%	1,27
15. Bolonia	500	1,60%	6
Bolonia	300	0,96%	3,6
Eucaliptos	200	0,64%	2,4
16. Obrapia	800	2,50%	10
Obrapia	180	0,56%	2,25
Vicente Rocafuerte	50	0,16%	0,63
Las Acacias	80	0,25%	1,00

San Francisco	150	0,47%	1,88
Dolorosa	200	0,63%	2,50
Sta, Bárbara	80	0,25%	1,00
Chamanal	60	0,19%	0,75
17. La Alborada	75	0,20%	1
La Alborada	75	0,20%	1
Total Distrito II	10033	31,30%	125
DISTRITO III	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
1. San Cayetano	1007	3,20%	12
San Cayetano Alto	292	0,93%	3,48
San Cayetano Bajo	460	1,46%	5,48
Las Orquídeas	100	0,32%	1,19
El Calvario	80	0,25%	0,95
Yanacocha	75	0,24%	0,89

2. El Valle	700	2,20%	10
Cdla. Las Palmeras	100	0,31%	1,43
El Valle	300	0,94%	4,29
Recreo El Valle	100	0,31%	1,43
Isaac Ordóñez	200	0,63%	2,85
3. San Vicente	835	2,60%	10
San Vicente	300	0,93%	3,59
Coop. 8 de Diciembre	400	1,25%	4,79
El Bosque	75	0,23%	0,90
San José Alto	60	0,19%	0,72
4. Manuel Carrión	1530	4,80%	20
Celí Román	280	0,88%	3,66
Lojana de Turismo	300	0,94%	3,92
San José Alto	250	0,78%	3,27
San Rafael	300	0,94%	3,92
Las Americas	400	1,25%	5,23
5. Gran Colombia	1255	3,90%	16
Gran Colombia	450	1,40%	5,74
Cdla. Fabiola	380	1,18%	4,84
Cdla. El Maestro	360	1,12%	4,59
La Cuadra	75	0,23%	0,96
6. Jipiro	325	1,00%	4
Samana	125	0,38%	1,54
Jipiro Bajo	120	0,37%	1,48

Jipiro Alto	80	0,25%	0,98
7. Nueva Granada	800	1,90%	8
Nueva Granada	800	1,90%	8,00
8. Turunuma	75	0,20%	1
Turunuma Alto	75	0,20%	1,00
9. Clodoveo Jaramillo	500	1,60%	6
Clodoveo Jaramillo	350	1,12%	4,2
Clodoveo Alto	150	0,48%	1,8
10. Belén	780	2,40%	10
Campiña	50	0,15%	0,64
Borja	200	0,62%	2,56
Belén	350	1,08%	4,49

Colinas de Belén	80	0,25%	1,03
Eloy Alfaro	50	0,15%	0,64
Cdla. Shushuhuayco	50	0,15%	0,64
11. Las Pitas	1330	4,20%	13
Cdla. Chofer Pitas I	450	1,42%	4,39
Esmeraldas Norte	200	0,63%	1,95
Consacola	400	1,26%	3,91
Laureles	80	0,25%	0,78
Cazadores de los Ríos	100	0,32%	0,98
Bolocachi	100	0,32%	0,98
12. La Paz	1000	3,10%	12
La Paz	360	1,12%	4,32
La Inmaculada	300	0,93%	3,6
Estancia Norte	200	0,62%	2,4
Molinos	150	0,47%	1,8
13. La Banda	975	3,00%	12
La Banda	125	0,38%	1,54
Quebrada Seca	100	0,31%	1,23
La Banda Alto	150	0,46%	1,85
San Jacinto	100	0,31%	1,23
Cdla. Chofer Banda	350	1,08%	4,31
La Florida	150	0,46%	1,85
14. Motupe	960	3,00%	12
Motupe	400	1,25%	5,00
Motupe Alto	120	0,38%	1,5
Pucacocha	150	0,47%	1,88

Pucacocha Alto	120	0,38%	1,50
Monte de los Olivos	50	0,16%	0,63
Motupe Bajo	20	0,06%	0,25
San Vicente Bajo	100	0,31%	1,25
15. Amable María	950	3,00%	12
Amable María	180	0,57%	2,27
Virgen PAMBA	350	1,11%	4,42
Chinguilanchi	300	0,95%	3,79
Zhucos	120	0,38%	1,52
16. Sauces Norte	550	1,70%	7

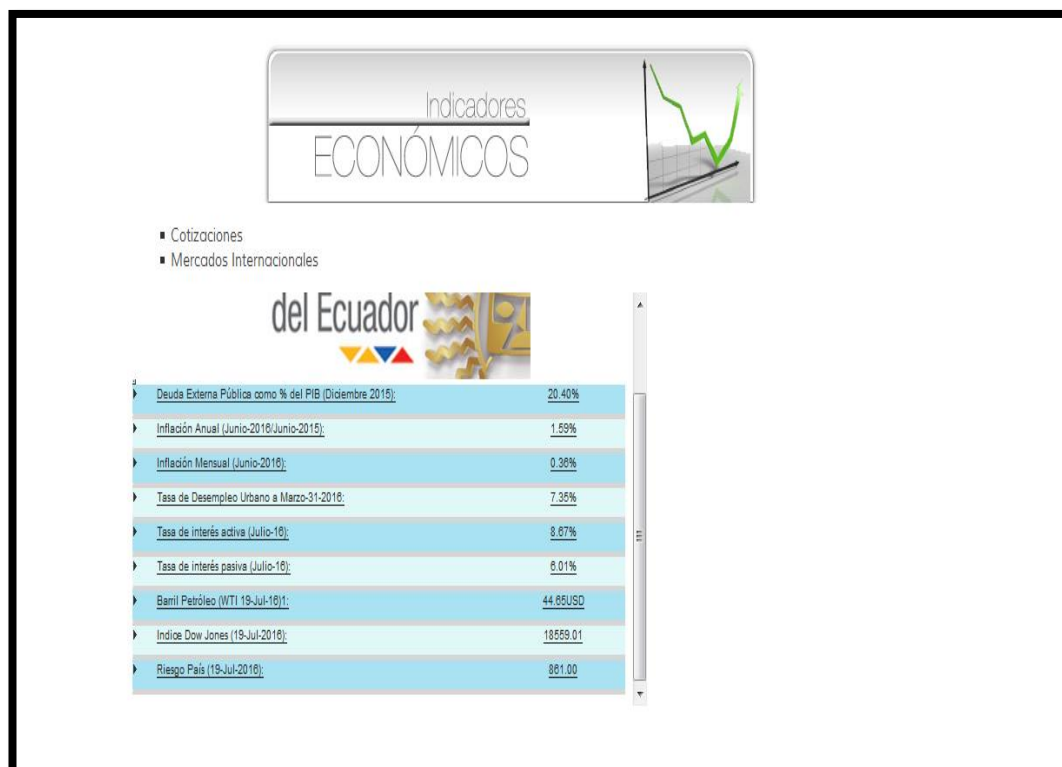
Sauces Norte	550	1,70%	7
17. El Plateado	550	1,70%	7
El Plateado	550	1,70%	7
18. Carigan	730	2,30%	9
Carigán	400	1,26%	4,93
Valle Hermoso	100	0,32%	1,23
Concepción	150	0,47%	1,85
Manzanos	80	0,25%	0,99
19. Zalapa	420	1,30%	5
Zalapa Alto	300	0,93%	3,57
Pucará	120	0,37%	1,43
Total Distrito III	15075	47,20%	186
TOTAL		100%	396

FUENTE: I. Municipio de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO 4:

DATOS BANCO CENTRAL PARA SACAR COSTO DE OPORTUNIDAD



Fuente: BANCO CENTRAL

Elaborado: LA AUTORA

INDICE.

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCION	6
d. REVISIÒN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y METODOS.....	43
f. RESULTADOS:.....	49
g. DISCUSIÒN	67
h. CONCLUSIONES	139
i. RECOMENDACIONES	141
j. BIBLIOGRAFIA:	142
k. ANEXOS.....	144
INDICE.....	216