



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Modalidad de Estudios a Distancia

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO A BASE DE ALOE VERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Carmita Zoraida Velastegui Atupaña

DIRECTOR:

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

**LOJA - ECUADOR
2015**

CERTIFICACIÓN

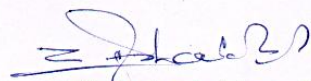
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de tesis titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO A BASE DE ALOE VERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO” elaborado por la postulante **CARMITA ZORAIDA VELASTEGUI ATUPAÑA** previo a la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, julio de 2015

Atentamente,




Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo CARMITA ZORAIDA VELASTEGUI ATUPAÑA declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Carmita Zoraida Velastegui Atupaña

FIRMA: 

CÉDULA: 1400650543

FECHA: Loja, julio de 2015

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

Yo, Carmita Zoraida Velastegui Atupaña, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO A BASE DE ALOE VERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en Loja ciudad de Loja, a los 17 días del mes de Julio del dos mil quince, firma la autora.



FIRMA:.....

AUTORA: CARMITA ZORAIDA VELASTEGUI ATUPAÑA

CÉDULA: 1400650543

DIRECCIÓN: Palora, Barrio la Florida, Calles: Gonzalo Diaz de Pineda y Av. Florida

CORREO ELECTRÓNICO: sorayda95@hotmail.com

TELÉFONO: 032312918 / 0983538133

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE. PRESIDENTE

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE. VOCAL

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc. VOCAL

DEDICATORIA

Este presente trabajo es dedicado a Dios, a mis padres NICOLAS VELASTEGUI Y MARIA ATUPAÑA que me han dado la existencia; y en ella la capacidad de superarme y desear lo mejor en cada paso por este camino difícil y arduo de la vida, a DAVID SANTARROSA, a mi hijo JHOEL FARES quienes han sido el pilar fundamental en mi vida y los cuales me ha impulsado a seguir adelante. Gracias por estar siempre a mi lado ya que su presencia y persona hay ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

A mis hermanas y amigos: que en el andar de la vida nos hemos ido encontrando; porque cada uno de ustedes han motivado mis sueños y esperanzas. Gracias a todos los que han recorrido con migo este camino, porque me han enseñado a hacer una mejor persona.

Carmita Velastegui

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional De Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional. De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Galo Salcedo Director de Tesis, quien supo guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de tesis.

Carmita Zoraida Velastegui Atupaña

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO A BASE DE ALOE VERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”

b. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es el realizar un “Estudio y elaboración un proyecto de factibilidad, para la creación de una empresa productora de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera y su comercialización en la provincia de Morona Santiago”, la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo el cual trata del Método Inductivo el cual parte de lo particular para llegar a lo general, el Método Estadístico el cual consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

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

En el estudio de mercado realizado en la provincia de Morona Santiago, con una muestra de 397 aplicable a la PEA y 5 comercializadoras de loción tratamiento para la caída de cabello; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 30.340 PEA, la Demanda Real 16.990 PEA, Demanda Efectiva 118.254 lociones para la caída de cabello a base de aloe vera, La Oferta de 5.088 lociones para la caída de cabello a base de aloe vera y la Demanda Insatisfecha de 113.166 lociones

para la caída de cabello a base de aloe vera, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 26.000 lociones para la caída de cabello a base de aloe vera de 250 gr., y cuya capacidad utilizada será de 15.600 lociones para la caída de cabello a base de aloe vera, de los cuales se producirá el 22,98% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 15.600 lociones para la caída de cabello a base de aloe vera, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Palora, en las calles Santiago Palacios y Juan Andrés Bello. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados. Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una

buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: Gerente, una Secretaria Contadora, un Conserje-Guardián, quienes serán parte del personal Administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un Jefe de producción, un Jefe de Ventas, Dos Obreros, y un vendedor.

El proyecto alcanza una inversión de 62.646,06 dólares y se financiará con un aporte de los socios el 52,11% del total de la inversión que corresponde a 32.646,06 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 47,89% que corresponde a 30.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 144.339,86 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 63,06%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 6 meses y 24 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 49% y disminuidos en un 18,48%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

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

ABSTRACT

The objective of this research is to perform a "Study and development project feasibility for the creation of a producer of lotion treatment for hair loss with aloe vera and marketing in the province of Morona Santiago" which allowed the application of different methods and techniques that research permits, as the deductive method which is the Inductive Method which part of the particular to reach general, the statistical method which consists of a set of procedures to management of qualitative and quantitative research data.

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

In the market study in the province of Morona Santiago, with a sample of 397 applicable to the PEA to 5 trading lotion treatment for hair loss; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred then perform market analysis, determining the potential demand of 30,340 PEA, the PEA Real Demand 16,990, 118,254 Effective Demand lotions hair loss with aloe vera, The 5,088 Offer lotions hair loss with aloe vera and unmet Demand for 113,166 lotions hair loss with aloe vera, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 26,000 lotions hair loss with aloe vera 250 gr., Whose capacity

will be 15,600 used lotions hair loss with aloe vera, which will take place on 22.98% of capacity used for the first year corresponding to 15,600 lotions hair loss with aloe vera, plus the location of it to be located in the city of Palora is determined in the streets Santiago Palacios and Juan Andrés Bello. The production process requires the use of suitable equipment, which will guarantee for a quality product at reasonable prices.

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

Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and the functional organizational structure hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level Support Assistant, Operational Level Level as well as operating manuals, charts was performed; which served as a guideline for implementing a good organization, since there will be the following personnel: Manager, a Secretariat Contadora a Concierge-Keeper, who will be part of the administrative staff and operational staff distributed as follows: one Chief production, Head of Sales, Two Workers, and a seller.

The project reaches an investment of \$ 62,646.06 and will be financed with contributions from partners the 52,11% of the total investment corresponding to \$ 32,646.06 and a loan that will keep the project with the Development Bank constitute the 47.89% which corresponds to \$ 30,000 a 10 year term at 15% annual interest.

The financial evaluation presents the following results: According to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 144,339.86, which indicates that the project or investment is suitable.

For this project IRR is 63.06%, this being satisfactory value for the project, the time it would take to recover the original investment would be 1 year, 6 months and 24 days, for this project, the sensitivity values are less than one, so do not affect the project changes in costs and revenues increased 49% and decreased in 18.48%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

Subsequently the most significant findings and recommendations of the project arises

c. INTRODUCCIÓN

El mundo está al borde de otra recesión, la crisis por la que se atraviesa es un hecho real, la misma que ha generado un desequilibrio social, político y económico. En Latinoamérica se la siente con mayor intensidad, en los países subdesarrollados, lo cual impide el desarrollo de los pueblos. Otro efecto de la crisis mundial es el elevado desempleo en Europa y principalmente en España, lo que influirá para que nuestros compatriotas emprendan el retorno, lo cual provocará mayores demandas de empleo.

Al Ecuador le tocó enfrentar la crisis mundial, en medio de una coyuntura favorable, por la capacidad de sus gobernantes, al aplicar estrategias y políticas de carácter económicas, que han contribuido para entrar en una economía en franco crecimiento, si bien el crecimiento económico del país para 2014 se desacelerará en relación a 2013, seguirá registrando un crecimiento importante del 5%.

A pesar de este hecho favorable al país, aun le sigue afectando ésta crisis mundial en forma directa al sector de la industria. Debido a que estos sectores vienen arrastrando problemas como: baja inversión, poco interés investigativo tecnológico, escasos beneficios económicos para el sector industrial por el monopolio y acaparamiento de los productos de primera necesidad que producen en los sectores rurales del país.

La falta de apoyo por parte de las entidades financieras, si bien prestan beneficios para otro tipo de créditos, lo hacen con tasa de intereses altas lo cual es muy riesgoso para la inversión empresarial.

En la provincia de Morona Santiago no existen empresas competitivas que generen nuevas fuentes de trabajo ayudando al desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de la región, más bien han contribuido para que la demografía de estos sectores orientales haya sufrido un decrecimiento, tanto es por la migración de nuestros hermanos ecuatorianos, como por el control de natalidad, que hoy en día se aplica en la sociedad, dado que sus habitantes no poseen el suficiente sostén económico para crear sus familias.

La región Amazónica, por su aislamiento geográfico y la falta de políticas de apoyo al pequeño empresario, no ha podido tener acceso a los avances tecnológicos que se han desarrollado en el mundo, situándole en un escenario poco productivo en el área de la industria. Se ha podido evidenciar que en nuestra Provincia, este desarrollo empresarial es casi imperceptible, debido a la falta de emprendimiento en nuevos proyectos de inversión dirigidos a la producción.

Es por ello, que producto de este insipiente desarrollo empresarial y productivo ha convertido a nuestra sociedad en consumista de todo tipo de productos elaborados en otras provincias y luego comercializados en nuestra localidad.

Con estos antecedentes, consideramos atractiva la idea de emprender en un

proyecto de inversión para producción de una loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta producción, conociendo exclusivamente que una persona natural se dedica a la elaboración de este producto en forma artesanal, lo que motiva a aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo, aprovechando que la propietaria tiene la buena disposición de colaborar con la información necesaria para llevar a cabo este objetivo.

Por ello creemos que se puede realizar un **“Proyecto para determinar la factibilidad para la producción y comercialización de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera para la provincia de Morona Santiago”**. Que ofrezca servicios y costos accesibles a la ciudadanía. Y que estén diseñados acordes a la demanda y necesidad de los potenciales usuarios, respetando el entorno del sector. Ofertando un producto de calidad y con un precio accesible al mercado.

Se realiza un Estudio de Mercado en la cual se plantea el análisis de la Demanda y Oferta del producto, con ello se determina una Demanda Insatisfecha de loción caída de cabello a base de aloe vera de 250 gramos, posteriormente se realiza el análisis de las cuatro Ps., como es el Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Se plantea el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre y se sugiere un Manual de Funciones y de los puestos para el personal de la empresa.

Se realiza un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró los cuadros de presupuestos.

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

De acuerdo a los estudios realizados, como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y Evaluación Financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

“Una **loción** (del latín *lotio*, *lotionis*, lavado) es un producto líquido especialmente concebido para el aseo y la limpieza del cuerpo, aunque también se puede emplear el nombre con aquellas sustancias que se aplican sobre la piel con fines estéticos o para tratamientos cutáneos.

Las lociones suelen estar formadas con extractos de plantas medicinales (como *áloe vera*, *cola de caballo*), aceites esenciales , y diversas sustancias químicas.

Se usan para masajes terapéuticos y eróticos, contra la alopecia, para prevenir picaduras de insectos, etc.

Su uso debe ser siempre mediante aplicación tópica, ya que su ingestión puede provocar intoxicaciones. No hay que olvidar que se suelen tratar de medicamentos, por lo que hay que ponerlas fuera del alcance de los niños y consumirlas con prudencia.”¹

¹ Etimología de Loción. Dechile.net

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación.

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva o anónima² o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental.

Generalidades

Producción

Se refiere al aspecto tecnológico de ingeniería, el cual norma los procesos y recurso idóneos para fabricar productos y bienes aprovechables originados por la naturaleza y por la obra del hombre.

Administración de Empresas

La administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres

² SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos pág. 130-131

humanos y otros recursos.³Es decir, es la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

Mercado

Área o lugar geográfico donde concurren los demandantes y ofertantes para realizar transacciones de tipo comercial en base a parámetros dados, siendo libre en algunos casos la competencia en lo que tiene que ver con precios, calidad, cantidad y promoción del producto.

Mercadotecnia

Es un sistema integrado de actividades que pretenden lograr que los productos ingresen al mercado en las mejores condiciones, diseñando estrategias respecto a precios, publicidad y promoción, características del producto o servicios y teniendo en consideración a la competencia directa o indirecta.

³FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. MODULO #9. Administración de Empresas.

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

DEFINICIÓN.

El proyecto de inversión se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.⁴

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.”⁵

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

⁴FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. MODULO #9. Administración de Empresas.

⁵ BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011.

Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

UN PROYECTO ESTA FORMADO POR CUATRO ESTUDIOS PRINCIPALES.

Los componentes de este estudio profundiza la investigación por medio del Estudio de Mercado, Técnico, Organización y Financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión

ESTUDIO DEL MERCADO:

Definición

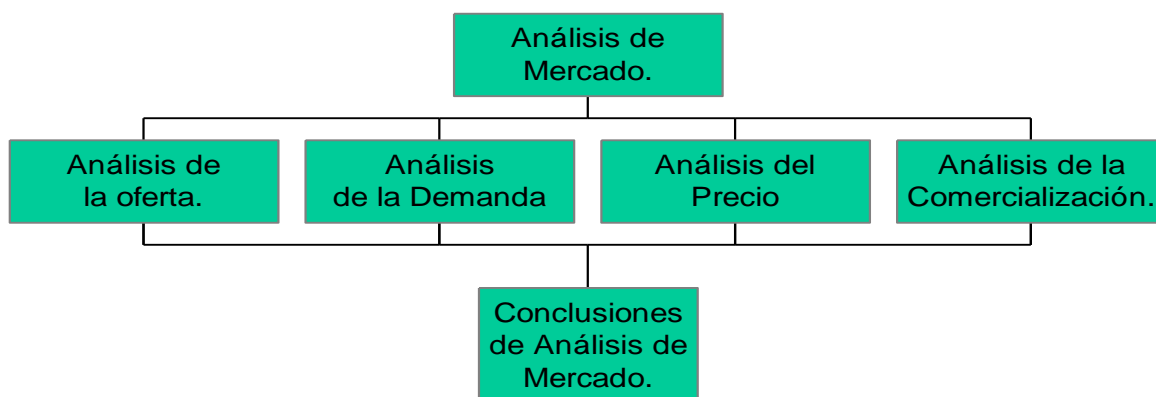
Lo primero es especificar el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su “unidad”: piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el “mercado”.

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se

oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.⁶

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”

GRAFICA 1



Objetivos

- “Es estimar las ventas, es decir nos permite conocer adecuadamente las necesidades del mercado en cantidad y calidad.
- Nos permite ofertar productos tangibles o intangibles a los demandantes en el momento justo y oportuno, de esta manera satisfacer las necesidades los clientes.

⁶BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha a la posibilidad de brindar un mejor servicio de los ya existentes.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios de un producto o un bien nuevo, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.”⁷
- Elaborar el estudio de mercado para conocer el riesgo que se corre de ser o no ser aceptado en el mercado.

Estructura de Análisis. Se reconocen 4 variables fundamentales.

“La investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- a) La recopilación de la información debe ser sistematizada.
- b) La recopilación debe ser objetiva y no tendenciosa.
- c) Los datos deben ser siempre una información útil.
- d) La investigación debe servir como base para la toma de decisión.

La investigación de mercados tiene una aplicación muy amplia, por ejemplo, investigación de publicidad, de ventas, precios, diseños, envases, etc. Sin embargo, en los estudios de mercado para un producto nuevo las investigaciones se realizarán sobre productos similares ya existentes para tomarlos como referencia.”⁸

⁷ BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011

⁸ BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011

Demanda

Definición.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que una colectividad está en condiciones de adquirir bajo determinados parámetros, para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Definición de cantidad demandada.

Son aquellas preferencias y gustos del consumidor.

Cuando existen estadísticas resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, cuando no existe ésta, la investigación de campo queda como único recurso.

Tipos de Demanda.

- *En relación con su oportunidad.*

Demanda insatisfecha (No cubre los requerimientos del mercado).

Demanda Satisfecha (Cubre los requisitos del mercado).

- *En relación con su necesidad.*

Demanda de bienes sociales y necesarios (Alimentos, vestido, vivienda, etc.).

Demanda de bienes no necesarios (Perfume, ropa y autos finos).

- *En relación con su temporalidad.*

Demanda continua (Alimentos).

Demanda Cíclica o estacional (regalos y artículos de Navidad, enfriadores de aire, ropa térmica, etc.).

- *De acuerdo con su destino.*

Demanda de bienes finales (El usuario los adquiere directamente con el productor).

Demanda de bienes intermedios o industriales (Requieren de algún procesamiento para ser bienes de consumo final).⁹

Los precios de bienes relacionados.

Definición.

Es la cantidad monetaria del precio de un producto, que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar.

Tipos de precios.

- Internacional. Importaciones y Exportaciones.
- Regional Externa. Solo en parte de un continente (Acuerdo de intercambios económicos).
- Regional interno. Solo en parte de un país.
- Local. Solo en una población.
- Nacional. En todo el país.

Cómo determinar el precio.

“¹⁰En cualquier tipo de producto hay diferentes calidades y precios, sin embargo también está influido por la cantidad que se compre.”

⁹ BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011

¹⁰ BOLTEN, Steven. Administración Financiera, Edit. Limusa, Vol. I, México 2011

Oferta

Definición.

Es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar y vender en el mercado a precios y condiciones determinadas.

Principales tipos de oferta.

- Oferta Competitiva. (Mercado Libre). Ésta se encuentra en libre competencia ya que son artículos iguales y el mercado está en función del precio, calidad y servicio.
- Oferta Oligopólica. Oligos = pocos. Se caracteriza por que el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores y ellos determinan el precio y la oferta.
- Oferta Monopólica. Esta se refiere a que solo existe un solo productor de bienes o servicios y por tal motivo domina el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad

Proceso de Comercialización

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

Es importante señalar que para la producción del producto se utiliza las 4Ps.

Producto.- Bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores.

Precio.- Se determina de la comparación del número de unidades a producir, luego se margina un porcentaje de utilidad según la competencia probado de esta manera el pulso del mercado, el cual ayudará a determinar posibles incrementos o constancias de precios.¹¹

Plaza.- Son los lugares donde se colocará los productos en servicios y que estén al alcance de los posibles clientes.

Promoción.- Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor o cliente.

El Estudio Técnico.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

¹¹ BACA URBINA, Gabriel 2009 Evaluación de Proyectos, III Edición.

“Es decir, determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados del estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.”¹²

Materia Prima

Son los bienes de gran consumo en el proceso productivo a lo largo del ejercicio económico, contablemente se los considera costos y forman parte del producto final.

Tamaño

Se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.¹³

Localización de la Planta

Es ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para la cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación, tanto económica como relacionada con el entorno empresarial y de mercado.

¹² BACA URBINA, Gabriel 2009 Evaluación de Proyectos, III Edición

¹³ ETTINGER, Karl, (2010), Administración y Productividad pág. 10-12

Micro-localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cuál se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Macro-localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Capacidad Instalada

Es aquella que indica cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Ésta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc.¹⁴

Capacidad Utilizada

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

¹⁴FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. MODULO #9. Administración de Empresas.

Ingeniería del Proyecto

Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. Está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

Infraestructura del Proyecto

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

Distribución en Planta

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

Flujo grama de procesos

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los Flujo-gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su

elaboración el mismo será criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.¹⁵

Estudio Organizacional

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social.

Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos. En el caso de nuestra organización este concepto no se ha quedado atrás y por el contrario nos da mayor relevancia como estará organizada la empresa.

Organización Administrativa

“Para obtener una buena formación administrativa se debe empezar principalmente con la misión y visión de la empresa y llevar a la práctica los objetivos y metas de la planeación administrativa, a través de la cuantificación y determinación de actividades que deben desarrollarse mediante el estudio, diseño y aprobación de la estructura adecuada para su deficiente funcionamiento.

¹⁵ NACIONES UNIDAS, Manual de Proyectos de Desarrollo Económico, México DF, Diciembre 2008.

Por tal razón, la empresa objeto del proyecto estará constituida por un sistema de funciones jerárquicas enlazadas entre sí y orientada a producir bienes.

Organización Jurídica

De acuerdo al régimen jurídico la constitución legal de una empresa puede ser: sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple y sociedad en comandita por acciones.”¹⁶

Organigramas

Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización que muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella.¹⁷

Los organigramas permitirán ver con facilidad los diferentes niveles jerárquicos y los departamentos que contendrá la empresa. Éstos brindarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa.

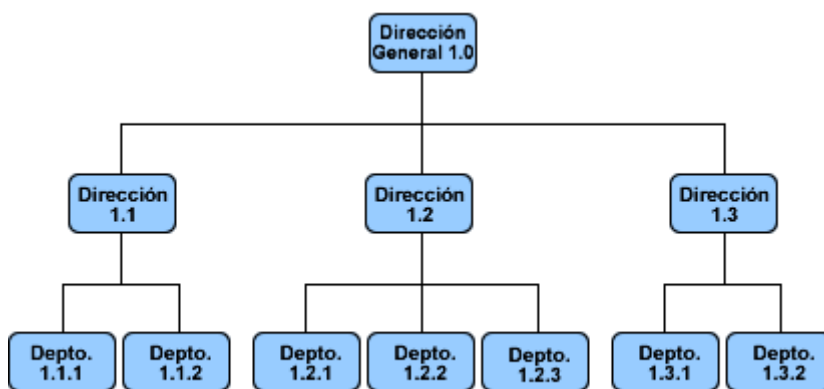
Organigrama Estructural.- Representa en sí la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor, operativo,

¹⁶ NACIONES UNIDAS, Manual de Proyectos de Desarrollo Económico, México DF, Diciembre 2008

¹⁷ PASACA MORA, Manual 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008.

financiero, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente.

GRAFICA 2



18

Organigrama Funcional.- Representa una organización administrativa elaborada según las funciones que tiene cada integrante, es así que cada nivel jerárquico tendría que cumplir objetivos diferentes, pero a la vez todos trabajan por metas comunes, este tipo de organigrama se lo usa principalmente para representarlos en áreas de producción, en donde se distingue el personal por sus funciones, experiencia y profesionalización.

¹⁸ «Organización de Empresas», Segunda Edición, de Franklin Enrique, Mc Graw Hill, 2010, Págs. 79 al 86.

GRAFICA 3



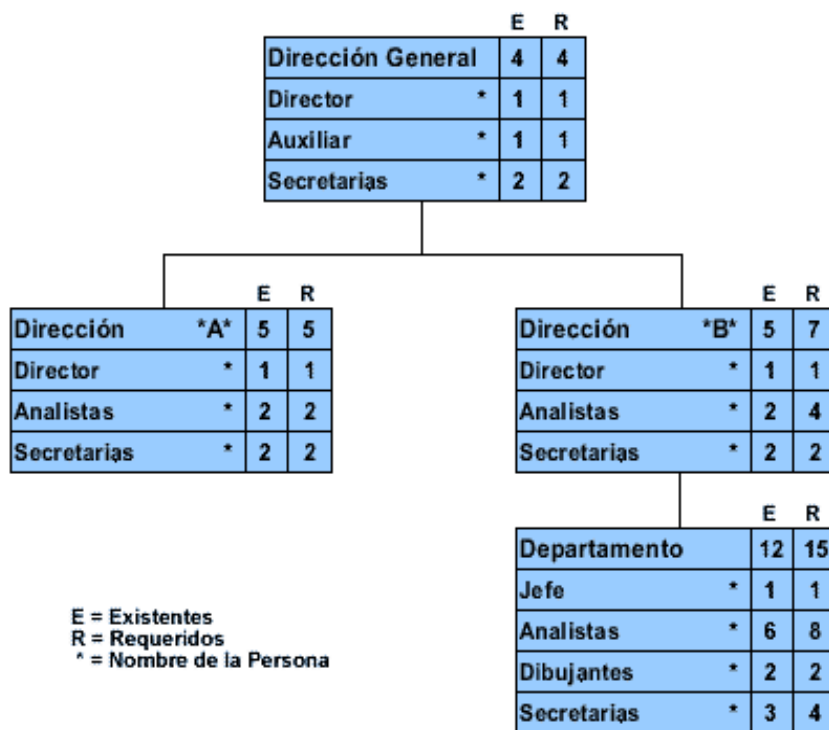
Fuente: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

19

Organigrama Posicional.- Éste sistematiza funciones, pero con la característica de que al exponerlo consta los nombres y apellidos de las personas que ocupan los cargos de la empresa, según su orden jerárquico y aunque no es muy recomendable también el sueldo anual o mensual que se percibe, este tipo de organigrama interesa más a los directivos de la empresa ya que de él podrían obtener información para futuras reingenierías de procesos administrativos y productivos.

¹⁹ «Organización de Empresas», Segunda Edición, de Franklin Enrique, Mc Graw Hill, 2010, Págs. 79 al 86.

GRAFICA 4



Fuente Consultada: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

20

Manual de Funciones

Los manuales constituyen una de las herramientas con que cuentan las organizaciones para facilitar el desarrollo de sus funciones administrativas y operativas.

Son fundamentalmente, un instrumento de comunicación.

Si bien existen diferentes tipos de manuales, que satisfacen distintos tipos de necesidades, puede clasificarse a los manuales como un cuerpo sistemático que contiene la descripción de las actividades que deben ser

²⁰«Organización de Empresas», Segunda Edición, de Franklin Enrique, Mc Graw Hill, 2010, Págs. 79 al 86.

desarrolladas por los miembros de una organización y los procedimientos a través de los cuales esas actividades son cumplidas.

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

- Relación de dependencia (ubicación Interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de Autoridad)
- Naturaleza de trabajo
- Tares principales, tareas secundarias, responsabilidades.
- Requerimiento del puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo, ésta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.”²¹

Formato para el Manual de Funciones

Departamento: Administración General

Título del Puesto: Gerente

Superior Inmediato: Directorio

Subalternos: Todo el personal

²¹ PASACA MORA, Manual 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

Naturaleza del Trabajo:

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

Funciones Principales:

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

Funciones Secundarias:

Se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.”²²

Requisitos:

Educación, Experiencia, Edad, entre otras.

Estudio Financiero

“Son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos

²² PASACA MORA, Manual 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

financieros que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada.

Inversión

Incluye desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos, si el estudio se hace en nivel de pre factibilidad, la información obtenida debe perfeccionarse mediante la realización de estudios complementarios de ingeniería que permitan una operación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

Presupuestos

Es un pronóstico del futuro período de planificación, se base en estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo.”²³

Flujo De Caja

Es un resumen detallado de los ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo

²³ PASACA MORA, Manual 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones, nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.

Estado De Pérdidas y Ganancias

Es el segundo de los estados financieros principalmente, básicos o sintéticos y muestra el total de ingresos o egresos de los productos y gastos y su diferencia que es el resultado obtenido en determinado período, pudiendo ser positivo cuando represente utilidad y negativo cuando haya sufrido pérdidas.

Balance General

Es un estado conciso o sintético formulado con datos de los libros de contabilidad, llevados por partida doble, en el cual; se consignan un lado todos los recursos y del otro lado todas las obligaciones de la empresa en una fecha.²⁴

Depreciación

Significa la pérdida de valor como activo que tienen los edificios, vehículos, maquinaria y más activos fijos, el valor depreciable es anual y es calculado en según el activo y su tiempo de durabilidad y uso, el activo que no sufre depreciación es el terreno.²⁵

²⁴ PASACA MORA, Manual 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

²⁵ FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. Módulo. #9 de Administración de Empresas.

Utilidad

Margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubran los costos y los precios que tenga la competencia.

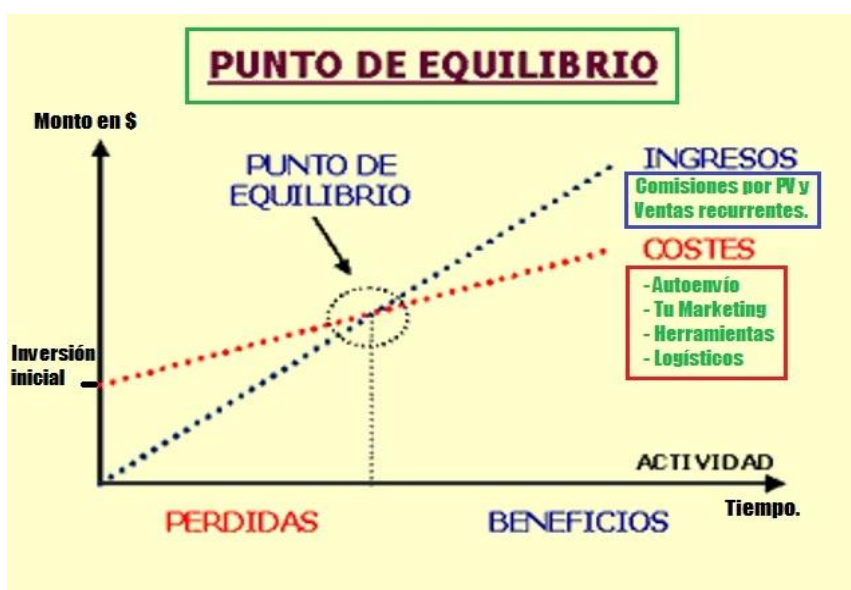
La aplicaremos para indicar la ganancia obtenida después de cubrir todos los gastos que han sido necesarios realizar.

Evaluación Financiera

Punto de Equilibrio Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos, es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

GRAFICA 5



- a. En Función de las ventas

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

- b. En Función de la Capacidad Instalada

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

Valor Actual Neto (VAN)

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si el VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.”²⁶

Se lo obtiene así:

VAN= E del (flujo neto de caja) x fact. De actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

Fórmula: $FA = \frac{1}{(1+i)^n}$

²⁶ FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. Módulo. #9 de Administración de Empresas

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“²⁷Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporciones entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto.

Ayudará que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.”

Su fórmula es:

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

Relación Beneficio Costo (RCB)

El indicador financiero beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.²⁸

Su fórmula es:

²⁷ FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. Módulo. #9 de Administración de Empresas

²⁸ FOLLETO 2009, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. MODULO #9. Administración de Empresas.

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Análisis de Sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.

Se lo obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nuevas tasa de Retorno}}$$

- a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

- b. Se encuentra la Tasa interna de Retorno resultante.

$$TIR. R = TIR. O - N.TIR$$

- c. Se calcula el porcentaje de variación.

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

- d. Se calcula el valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / N.TIR$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

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

MÉTODOS

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

MÉTODO CIENTÍFICO.- El Método Científico está basado en los datos científicos y matemáticos, con la utilización de todos los pasos de la investigación, en la presente se relacionaron con la producción de loción tratamiento para caída de cabello ya que se utilizaron conceptos científicos o referentes de autores lo que permitió tener una mejor visión sobre la

temática que se investigó como se puede crear una empresa productora de loción tratamiento para caída de cabello a base de Alo Vera.

MÉTODO INDUCTIVO.- En términos muy generales, consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Según este método, se admite que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una Ley Universal. El objetivo científico es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos, en la presente investigación se lo utilizó de la revisión de empresas productoras a nivel local, para determinar cómo se posesiona a nivel general.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Este Método se aplicó para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitió realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de producción de loción tratamiento para caída de cabello. Y ayudó a determinar de qué forma están estructuradas estas empresas de producción, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a la empresa de producción de loción tratamiento para caída de cabello a base de Alo Vera en la provincia de Morona Santiago.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- Este método se aplicó para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayudó a resolver problemas y representar

gráficamente; a través de éste método se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta y así pudo determinar el mayor porcentaje de los cuales permitió determinar el problema de determinar la factibilidad de crear una empresa de producción de loción tratamiento para caída de cabello a base de Alo Vera.

MÉTODO BIBLIOGRÁFICO.- Este método permitió conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre empresas de producción y de otra manera también sirvió de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía es el conjunto de catálogos, libros, folletos, Internet o escritos referentes de una materia determinada.

MÉTODO SINTÉTICO: Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

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

El método sintético se lo utilizó en la presente cuando utilizamos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extrajeron las leyes generalizadoras de empresa.

Técnicas:

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.- En lo que refiere a la recolección bibliográfica se utilizaron libros, periódicos, revistas, copiados, etc., los mismos que

mediante la técnica de fichas bibliográficas permitieron estructurar el marco teórico, el cual sirvió de base para conocer a fondo el problema en estudio.

OBSERVACIÓN DIRECTA.- Donde se realizó a empresas productoras de loción a nivel nacional, ya que en la provincia de Morona Santiago no se produce este tipo de producto como es la loción para el tratamiento de la caída de cabello.

PROCEDIMIENTOS

Para obtener la población real del año 2013 se aplicó la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población del censo del 2010 que es 147.940, de los cuales son el 32% la población económicamente activa de la provincia de Morona Santiago, lo que determina una población de 44.382 personas; y, la tasa de crecimiento poblacional 2,76%.

$$\text{Fórmula: } D_f = D_b(1 + i)^n$$

D_f= Demanda futura

D_b= Demanda actual

i= tasa de crecimiento

n= Número de años

$$= 44382(1+0.0276)^3$$

$$= 48.159 \text{ PEA de la provincia de Morona Santiago}$$

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

n= Muestra

N= Población de estudio

e= margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{48.159}{1 + 48.159 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{48.159}{121,3975}$$

$$n = 396,7$$

$$n = 397 \text{ total de encuestas aplicar}$$

Para poder determinar el comportamiento de la oferta, se ha realizado encuestas a los distribuidores de loción tratamiento para la caída de cabello que existen en la provincia de Morona Santiago, que en su mayoría distribuyen a Bazares, farmacias, bodegas, etc., siendo estos Mestinal S. A., Distribuidora DopShipping, Disfarma, Avon y Distribuidora Ruiz, es decir en un universo de cinco distribuidoras.

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LAS DEMANDANTES DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO

PREGUNTA Nº 1

Sexo de los encuestados.

CUADRO 1
SEXO ENCUESTADOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	226	57
FEMENINO	171	43
TOTAL	397	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 6



INTERPRETACIÓN: Del total de los encuestados el 57% de las encuestadas corresponden al sexo masculino; mientras, que el 43% corresponde al sexo femenino, esto determina que las encuestas en su mayoría fueron aplicadas a los hombres.

PREGUNTA Nº 2

¿Conoce usted la existencia de loción tratamiento para la caída de cabello?

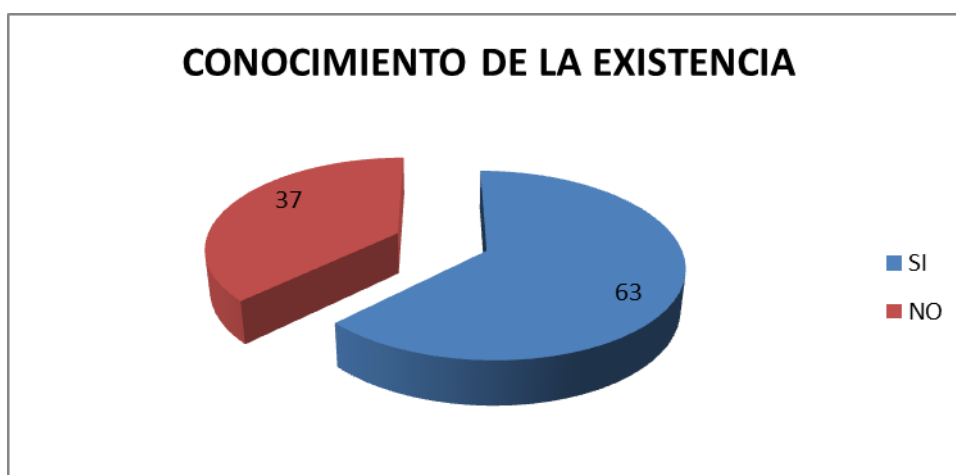
CUADRO 2
CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	249	63
NO	148	37
TOTAL	397	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 7

**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados el 63% de los encuestadas manifiestan que si conocen la existencia de loción tratamiento para la caída de cabello; mientras, que únicamente el 37% manifiesta que no conoce la existencia de loción tratamiento para la caída de cabello, ya que no necesitan este tipo de producto.

PREGUNTA Nº 3

¿Utiliza Ud. loción tratamiento para la caída de cabello?

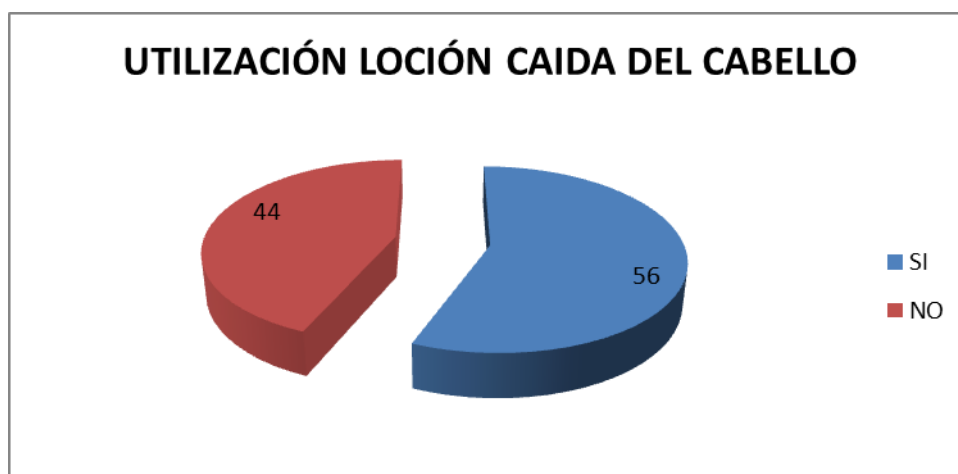
CUADRO 3
UTILIZACIÓN LOCIÓN CAIDA DEL CABELLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	140	56
NO	109	44
TOTAL	249	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 8



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 56% manifiestan que si utilizan loción tratamiento para la caída de cabello; mientras, que el 44% manifiestan que no utiliza loción tratamiento para la caída de cabello.

Lo que determina que en la Morona Santiago, la mayoría de la población económicamente activa utilizan loción tratamiento para la caída de cabello.

PREGUNTA Nº 4

¿En dónde acostumbra a comprar la loción tratamiento para la caída de cabello?

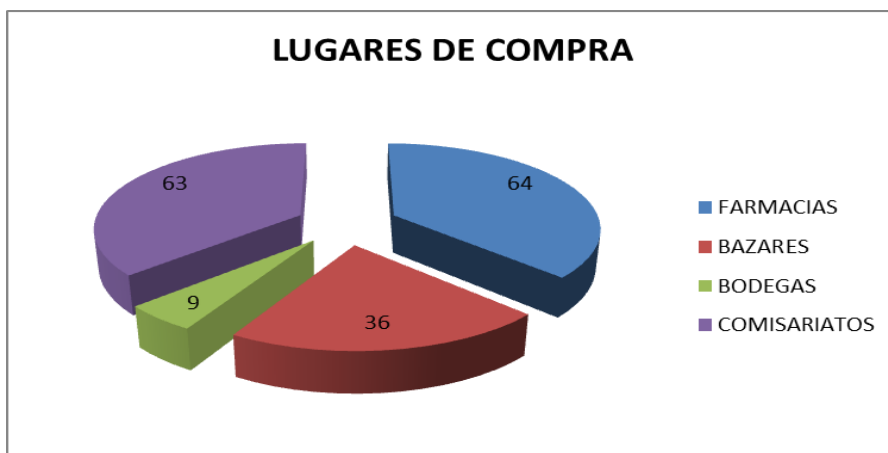
CUADRO 4
LUGARES DE COMPRA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FARMACIAS	89	64
BAZARES	51	36
BODEGAS	12	9
COMISARIATOS	88	63

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 9



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados que compran y utilizan loción tratamiento para la caída de cabello el 64% de ellas la adquieren en Farmacias, el 63% en comisariatos, el 36% en Bazares y el 9% en Bodegas.

Lo que determina que en la provincia de Morona Santiago la mayoría de la población compra loción tratamiento para la caída de cabello en las farmacias y en los comisariatos.

PREGUNTA Nº 5

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

CUADRO 5

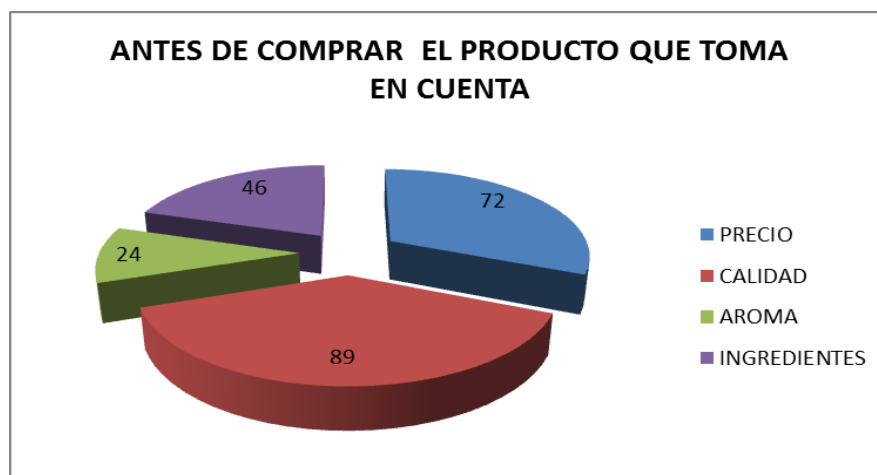
ANTES DE COMPRAR EL PRODUCTO QUE TOMA EN CUENTA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	101	72
CALIDAD	124	89
AROMA	33	24
INGREDIENTES	65	46

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 10



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 89% manifiestan que antes de comprar el producto toman en cuenta la calidad del producto, el 72% el precio, el 46% los ingredientes y el 24% el aroma del producto.

Lo que determina que en la provincia de Morona Santiago, la mayoría de mujeres antes de adquirir el producto toma en cuenta la calidad del producto si descuidar el precio del mismo.

PREGUNTA Nº 6

¿Cuál es su loción tratamiento para la caída de cabello de preferencia?

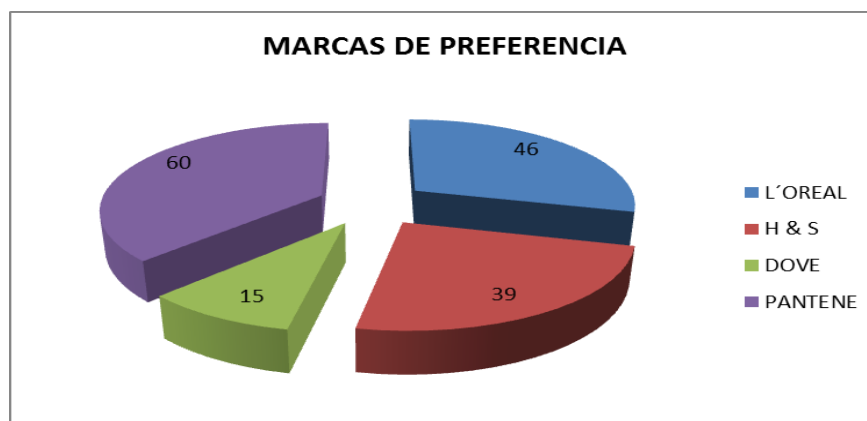
CUADRO 6
MARCAS DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
L'OREAL	65	46
H & S	54	39
DOVE	21	15
PANTENE	84	60

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 11

**INTERPRETACIÓN**

La presente pregunta de las encuestadas responden varias alternativas, lo que determinó del total de encuestados la mayoría de encuestadas es decir el 60% manifiestan que prefieren de la marca Pantene, seguido en su preferencia del 46% de la marca L'oreal, el 39% de la marca, H & S y el 15% de la marca Dove.

PREGUNTA Nº 7

¿Con qué frecuencia adquiere Ud. la loción tratamiento para la caída de cabello?

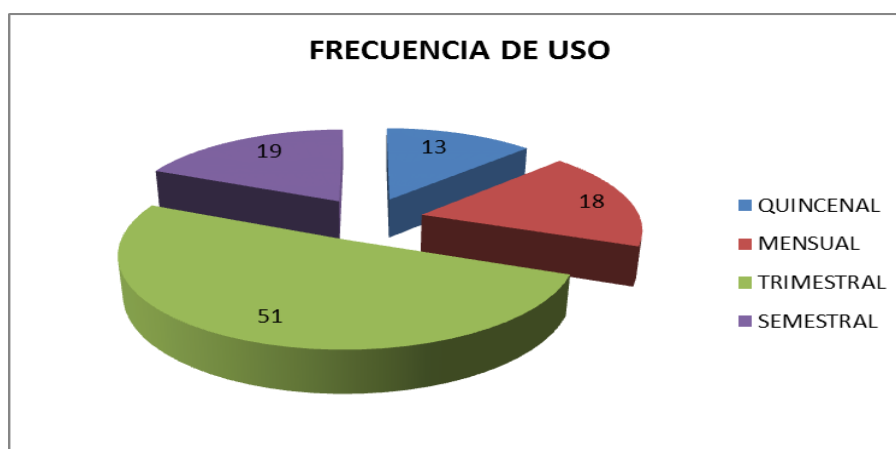
**CUADRO 7
FRECUENCIA DE SUSO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUINCENAL	18	13
MENSUAL	25	18
TRIMESTRAL	71	51
SEMESTRAL	26	19
TOTAL	140	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 12

**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados el 51% de los encuestados manifiestan que compran loción tratamiento para la caída de cabello trimestralmente, el 19% lo compra semestralmente, el 18% lo adquiere mensualmente; mientras, que el 13% manifiesta que compra o adquiere loción tratamiento para la caída de cabello quincenalmente.

PREGUNTA Nº 8

¿A qué precios compra Ud. la loción tratamiento para la caída de cabello?

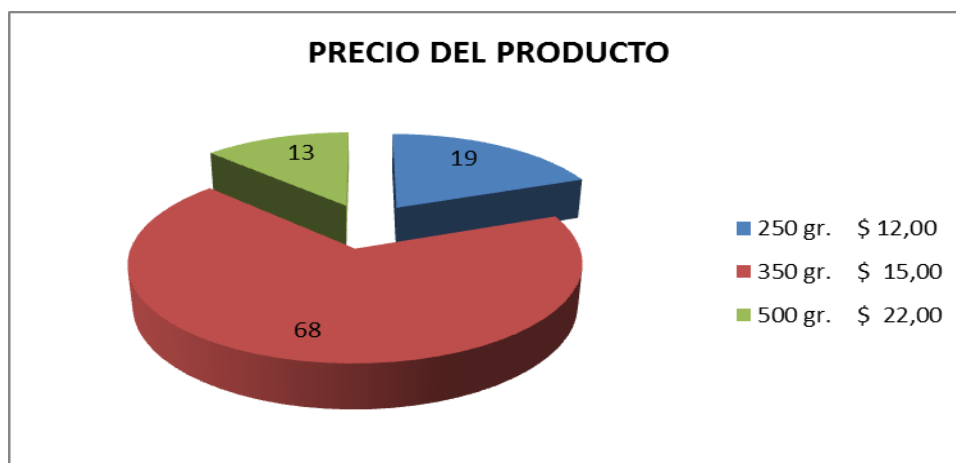
CUADRO 8
PRECIO DEL PRODUCTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 gr. \$ 12,00	27	19
350 gr. \$ 15,00	95	68
500 gr. \$ 22,00	18	13
TOTAL	140	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 13

**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados el 68% manifiestan que utilizan la presentación de 350 gr, a un precio de 15,00 dólares mientras, que un 19% manifiesta que ocupan el de 250 gr a un precio de 12,00 dólares y un 13% la presentación de 500 gr. a 22,00 dólares.

PREGUNTA Nº 9

¿Si se creara una empresa productora de loción tratamiento para la caída de cabello en la provincia de Morona Santiago estaría dispuesta a consumir o adquirir el producto?

CUADRO 9
APOYO NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	122	87
NO	18	13
TOTAL	140	100

FUENTE: Encuesta Demandantes

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 14



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 87% manifiestan que al existir una empresa productora y comercializadora si adquirirían el producto; mientras, que el 13% manifiesta que no comprarían el producto.

PREGUNTA Nº 10

¿Porque medio de publicidad le gustaría conocer el producto?

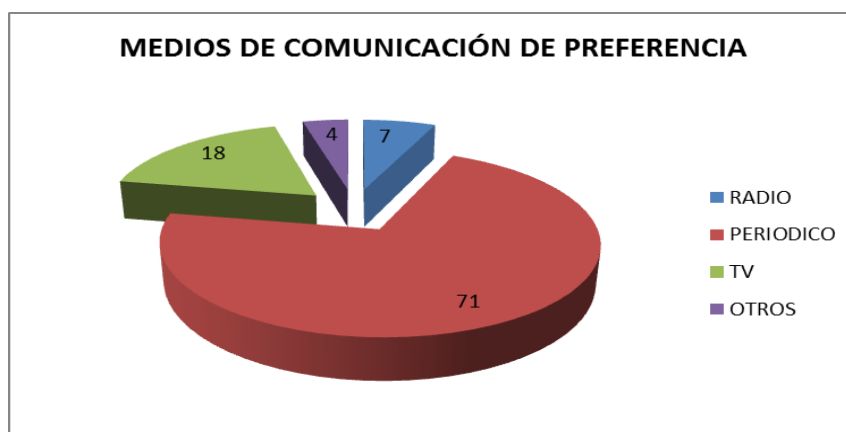
CUADRO 10
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	8	7
PERIODICO	87	71
TV	22	18
OTROS	5	4
TOTAL	122	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 15



INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados la mayoría de ellos, es decir el 71% manifiestan que se enteraron de la existencia en la venta de loción tratamiento para la caída de cabello por medio de la prensa escrita, el 18% por intermedio de la Televisión, el 7% por la Radio; mientras, que un 4% manifiesta que por amistades, casualidad y empresas consultoras.

PREGUNTA Nº 11

¿Cómo le gustaría la presentación de la loción tratamiento para la caída de cabello?

CUADRO 11
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO PREFERIDA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 gr.	2	2
250 gr.	118	97
500 gr.	2	2
TOTAL	122	100

FUENTE: Encuesta PEA provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 16

**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados la mayoría de encuestas es decir el 97% manifiestan que prefieren el tamaño de 250 gr. de la loción tratamiento para la caída de cabello; siendo este tamaño el más representativo, que servirá para poder determinar el tamaño que se pretende realizar en la empresa de loción tratamiento para la caída de cabello.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIALIZADORES

PREGUNTA Nº 1

¿Indique el nombre de su establecimiento?

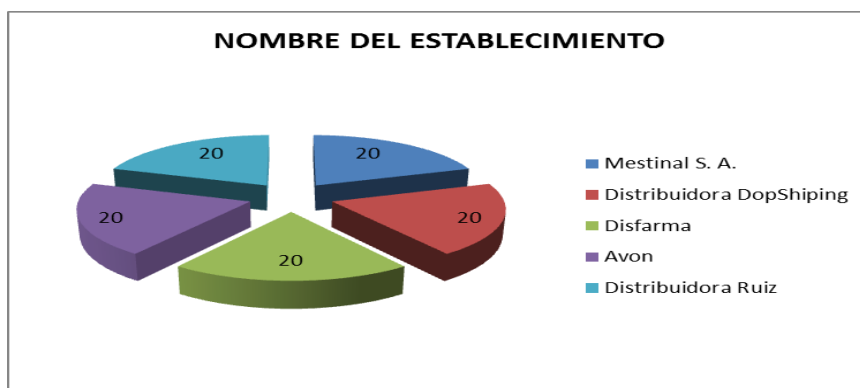
CUADRO 12
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mestinal S. A.	1	20
Distribuidora DopShiping	1	20
Disfarma	1	20
Avon	1	20
Distribuidora Ruiz	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta Oferentes provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 17



INTERPRETACIÓN

Se puede determinar que existen cinco distribuidores de loción tratamiento para la caída de cabello en la provincia de Morona Santiago, como son en un 20% de ellos Mmentisal S.A., Distribuidora DopShiping, Disfarma, Avon y Distribuidora Ruíz.

PREGUNTA Nº 2

¿Vende en su negocio loción tratamiento para la caída de cabello?

CUADRO 13
VENTA DE LOCIÓN CAIDA DE CABELLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100
NO	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta Oferentes provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 18

**INTERPRETACIÓN**

El 100% de los encuestados venden en sus negocios loción tratamiento para la caída de cabello.

Por lo cual podemos concluir que todos los negocios venden loción tratamiento para la caída de cabello por lo que hay una buena demanda de este producto.

PREGUNTA Nº 3

¿Cuáles son las marcas que vende en su negocio?

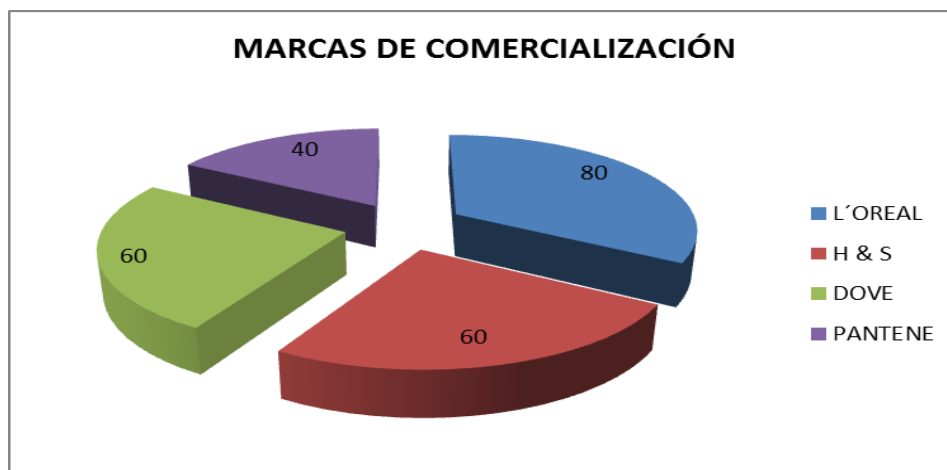
CUADRO 14
MARCAS DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
L'OREAL	4	80
H & S	3	60
DOVE	3	60
PANTENE	2	40

FUENTE: Encuesta Oferentes provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 19



INTERPRETACIÓN

Del total de propietarios que venden en sus negocios loción tratamiento para la caída de cabello, el 80% vende y distribuye de la marca L'oreal, el 60% Dove y H&S respectivamente y el 40% la marca Pantene.

Concluimos que la marca más preferida por los consumidores es la marca L'oreal.

PREGUNTA Nº 4

¿En qué presentación vende la loción tratamiento para la caída de cabello?

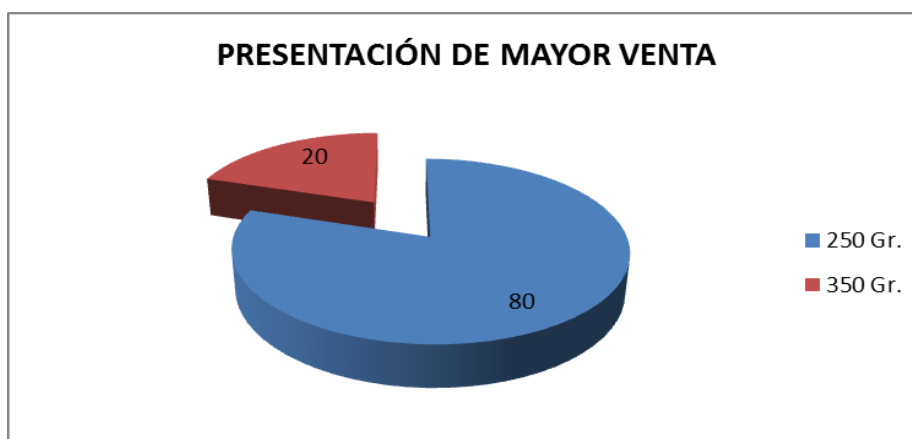
CUADRO 15
PRESENTACIÓN DE MAYOR VENTA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 Gr.	4	80
350 Gr.	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta Oferentes provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 20

**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados el 100% de los distribuidores de loción tratamiento para la caída de cabello manifiestan que venden de la presentación de 250 gr.; y, en una mínima parte el 20% en la presentación de 350gr.

Lo que determina que en la provincia de Morona Santiago, la mayoría compran loción tratamiento para la caída de cabello en presentación de 250 gr.

PREGUNTA Nº 5

Indique la cantidad de loción tratamiento para la caída de cabello que vende mensualmente.

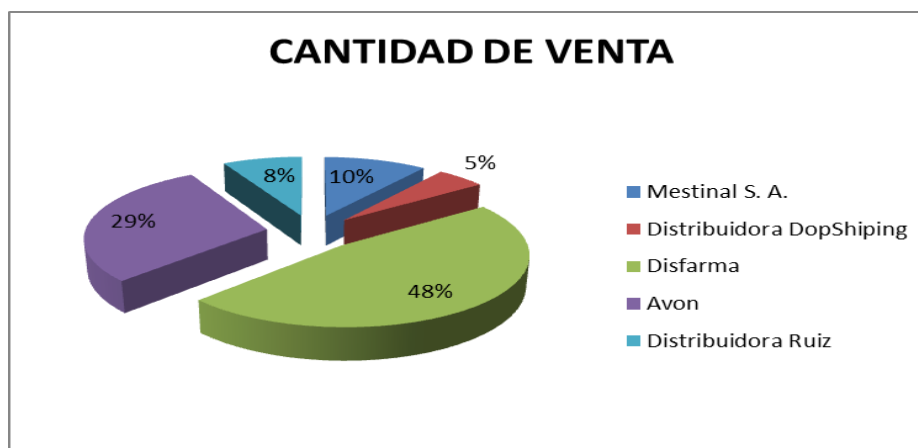
CUADRO 16
CANTIDAD DE VENTA

EMPRESAS	VENTA MENSUAL	PORCENTAJE
Mestinal S. A.	44	10
Distribuidora DopShiping	21	5
Disfarma	201	47
Avon	124	29
Distribuidora Ruiz	34	8
TOTAL	424	100

FUENTE: Encuesta Oferentes provincia de Morona Santiago

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICA 21

**INTERPRETACIÓN**

La cantidad de loción tratamiento para la caída de cabello que venden los propietarios en sus establecimientos mensualmente tiene un promedio equivalente a 424 unidades de loción tratamiento para la caída de cabello al mes.

g. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

DEMANDA POTENCIAL.

Para establecer el total de la población de estudio segmentada que conoce la existencia de loción tratamiento para la caída de cabello con proyección hasta el año 10 que es el tiempo estimado de duración del proyecto, se tomó como base la población Económicamente Activa de la provincia de Morona Santiago para el año 10, con una tasa de crecimiento poblacional del 2,76% anual.

$$\text{Demanda Potencial} = 48.159 (1+0.0276)^1 = 49.488 \text{ PEA.}$$

CUADRO 17

DEMANDA POTENCIAL

Año	PEA	Demanda Potencial 63%
0	48.159	30340
1	49.488	31178
2	50.854	32038
3	52.258	32922
4	53.700	33831
5	55.182	34765
6	56.705	35724
7	58.270	36710
8	59.878	37723
9	61.531	38765
10	63.229	39834

Fuente: (INEC, TC: 2,76%) Cuadro N° 2

Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

En base a la encuesta aplicada, se identifica la población que realmente utiliza loción tratamiento para la caída de cabello. Para establecer el uso per cápita se tomó como referencia la pregunta N° 7 que se refiere a la periodicidad con la que se adquiere el producto, a la vez se calcula el total anual de unidades de loción tratamiento para la caída de cabello por cada opción, resultado que dividido para el total de encuestadas que utilizan el producto, presenta la cantidad de 8 unidades por persona al año, se toma en cuenta la presentación de 250 gramos, que es la preferencia de la presentación por parte de la Población Económicamente Activa que adquieren la loción tratamiento para la caída de cabello.

CUADRO 18
FRECUENCIA DE USO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	ANUAL	TOTAL
QUINCENAL	18	24	432
MENSUAL	25	12	300
TRIMESTRAL	71	4	284
SEMESTRAL	26	2,0	52
TOTAL	140		1068
TOTAL	÷	N	
1068	÷	140	
RECUENCIA DE USO = 7,6			

FUENTE: Cuadro 7

ELABORACIÓN: La Autora

Con el uso per cápita y el resultado de la tercera pregunta ¿Utiliza Ud. loción tratamiento para la caída de cabello? el 56% respondió afirmativamente, se calcula la demanda real de compradores para el año

diez y la demanda real en loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gr. para el mismo período.

DP (56%) x 8 u. p. 250 gr.

CUADRO 19
DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 56%	D. REAL EN LOCION TRATAMIENTO CAIDA DE CABELLA DE 250GR. (8 u. p.)
*0	30.340	16990	135.924
1	31.178	17459	139.675
2	32.038	17941	143.531
3	32.922	18436	147.492
4	33.831	18945	151.563
5	34.765	19468	155.746
6	35.724	20006	160.044
7	36.710	20558	164.462
8	37.723	21125	169.001
9	38.765	21708	173.665
10	39.834	22307	178.458

Fuente: Cuadros 3 y 18

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Para identificar la población segmentada con voluntad de compra loción tratamiento para la caída de cabello a la nueva empresa, se utiliza el resultado en porcentaje de la pregunta N° 09, de igual forma proyectada al año 10 y la demanda efectiva en loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gr para el mismo período.

CUADRO 20
DEMANDA EFECTIVA

Año	Demanda Real	Creación 87,00%	Demanda Efectiva
0	135.924	87	118.254
1	139.675	87	121.518
2	143.531	87	124.872
3	147.492	87	128.318
4	151.563	87	131.860
5	155.746	87	135.499
6	160.044	87	139.239
7	164.462	87	143.082
8	169.001	87	147.031
9	173.665	87	151.089
10	178.458	87	155.259

Fuente: Cuadro 09 y 19

Elaboración: La Autora

Oferta.

La oferta del producto en la provincia de Morona Santiago para el año 2013 se determinó en base a las entrevistas realizadas a las propietarias de las principales empresas productoras y comercializadoras de loción tratamiento para la caída de cabello que existen en la provincia de Morona Santiago, que en su mayoría distribuyen a Bazares, farmacias, bodegas, etc., siendo estos Mestinal S. A., Distribuidora DopShipping, Disfarma, Avon y Distribuidora Ruiz, es decir en un universo de cinco distribuidoras, se explica en el siguiente cuadro:

CUADRO 21
OFERTA ACTUAL

EMPRESAS	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
Mestinal S. A.	44	528
Distribuidora DopShipping	21	252
Disfarma	201	2412
Avon	124	1488
Distribuidora Ruiz	34	408
TOTAL	424	5088

Fuente: Entrevistas a competencia

Elaboración: La Autora

Así mismo para cuantificar la oferta durante el periodo de vida del proyecto, se realiza la proyección, considerando el 0.19 % como tasa de crecimiento para el sector económico perfumería de la provincia de Morona Santiago, dato obtenido de la Cámara de Comercio.

CUADRO 22
OFERTA PROYECTADA

Año	Oferta
0	5.088
1	5.098
2	5.107
3	5.117
4	5.127
5	5.137
6	5.146
7	5.156
8	5.166
9	5.176
10	5.186

Fuente: Cámara de Comercio TC: 0,19%

Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha.

Una vez determinada la oferta, se requiere conocer la demanda insatisfecha del año 2013, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$DE - O = DI.$$

Demanda Efectiva – Oferta = Demanda Insatisfecha.

CUADRO 23
DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	118.254	5.088	113.166
1	121.518	5.098	116.420
2	124.872	5.107	119.764
3	128.318	5.117	123.201
4	131.860	5.127	126.733
5	135.499	5.137	130.362
6	139.239	5.146	134.092
7	143.082	5.156	137.926
8	147.031	5.166	141.865
9	151.089	5.176	145.913
10	155.259	5.186	150.073

Fuente: Cuadros Nº 20 y 22

Elaboración: La Autora

La Demanda Insatisfecha para el año 1 asciende a 113.166 loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gr y para el año 10 de 150.073 loción tratamiento para la caída de cabello.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO.

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

El análisis del mercado y sus necesidades, la determinación del producto adecuado, sus características, el precio, la selección de un segmento dentro del mismo y la comunicación de nuestro mensaje, así como la logística de la distribución del producto, son parte de las estrategias de mercadeo dentro de este proyecto de inversión.

La demanda insatisfecha, la competencia y las necesidades de los clientes, permitirán establecer las estrategias adecuadas y de conveniencia para el posicionamiento del producto.

Producto.

Para lograr la introducción del producto loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gr al mercado de la provincia de Morona Santiago, es necesario relacionar sus características con los gustos y preferencias del usuario, este referente se lo consiguió de las encuestas aplicadas al sector económicamente activo. La información obtenida en la interpretación de resultados, orienta en el establecimiento de las estrategias que se detallan a continuación:

- ▶ Producción de loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gr respetando la composición de la fragancia que se va a replicar.
- ▶ Ofrecer precios accesibles al mercado local.
- ▶ Emplear para el proceso de producción, materias primas en base a esencias importadas de lociones y demás componentes de calidad.
- ▶ Utilizar equipos de laboratorio básico y apropiado.
- ▶ Presentar el producto al usuario con imagen llamativa tanto en su envase como en su caja de presentación.
- ▶ Establecer controles de calidad en todo el proceso de producción.
- ▶ Emplear sellos o etiquetas de garantía.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ENVASES

GRÁFICA 22



NOMBRE DEL PRODUCTO Y LOGOTIPO

GRÁFICA 23



Precio.

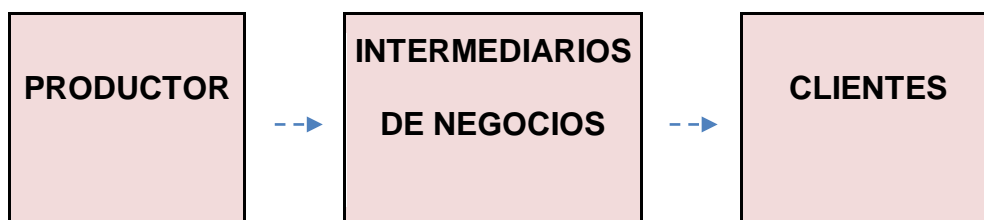
Los precios a fijarse y que se establecerán a partir del estudio técnico, contribuirán a conseguir los objetivos de la empresa, tomando en cuenta que este cubra los costos de producción y el margen de utilidad tanto a la empresa como a los vendedores, considerando además los que oferta la competencia, así mismo, para determinarlo se tomará en consideración los criterios de flexibilidad y orientación al mercado.

Plaza.

Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales (benchmarking).

La empresa para llevar el producto hasta el usuario final, utilizará el siguiente canal de distribución:

GRAFICA 24



Los Agentes Vendedores que serán elegidos estrictamente bajo los requerimientos de la empresa, adicionalmente a sus tareas cotidianas, tendrán una actividad alternativa que les permitirá mejorar sus ingresos económicos.

Promoción.

Para ingresar al mercado local y enfrentar a la competencia, se utilizarán tres herramientas promocionales para alcanzar los objetivos de publicidad y de mercadotecnia, que se describen a continuación:

Publicidad.

Se aplicará una efectiva publicidad con información a través de Diario La Hora los diferentes medios de comunicación disponibles y de mayor sintonía con el mensaje de la empresa para dar a conocer la loción tratamiento para la caída de cabello deberá informar, convencer y recordar, así mismo tendrá los siguientes contenidos:

- ★ Nombre de la marca

- ★ Slogan

- ★ Beneficios del producto

- ★ Materia prima utilizada

- ★ Registro sanitario

- ★ Lugar de ubicación y contactos telefónicos.

- ★ Cantidad del Contenido en ml.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO DE LA PLANTA Y LOCALIZACION

TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto, está determinado por lo que se quiere ofrecer; es decir está en función de la magnitud del producto. Este proyecto como cualquier otro, está definido por el estudio de mercado, acápite con el que se inició ésta investigación y que nos permite afirmar entonces que, el tamaño de este proyecto estará conceptuado por la capacidad del producto a ofrecer; es

decir la capacidad instalada en función de los productos, que se ofrecerá a durante los 10 años de vida útil del proyecto, por lo tanto después de este tiempo será necesario hacer un nuevo estudio.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad de producción del proyecto será de 75.000 gramos de loción tratamiento para la caída de cabello, la cual está compuesta de 2.345 gramos de aceite antioxidante natural, 3.145 gramos de harina espesa la crema, 5.178 gramos de zumo de limón, 3.145 gramos de extracto de aloe, que es la capacidad máxima de la máquina mezcladora, lo que quiere decir que si cada frasco de loción tratamiento para la caída del cabello pesa 250 gramos determina que diariamente producirá 300 frascos de loción tratamiento para la caída del cabello en 24 horas diarias, esta producción diaria multiplicado por solo 365 días al año nos dará la producción anual de 109.500 frascos de loción tratamiento para la caída del cabello de 250 gramos al año, lo cual constituye el 100% de producción de la máquina.

Pero la empresa no trabajará las 24 horas diarias ni los 365 días del año, sino que trabajará 8 horas diarias de lunes a viernes, lo que determina que la máquina produce 3.125 gramos de loción tratamiento para la caída del cabello por hora, si trabajamos 8 horas nos arroja 25.000 gramos de loción tratamiento para la caída del cabello, dividido por los 250 gramos nos da 100 frascos de loción tratamiento para la caída del cabello de 250 gramos por día, multiplicados por 5 días a la semana nos da 500 frascos de loción

tratamiento para la caída del cabello de 250 gramos por semana, multiplicado por 52 semanas al año nos da 26.000 frascos de loción tratamiento para la caída del cabello al año, al 100% de la capacidad máxima de la máquina en 8 horas diarias.

**CUADRO 24
CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL**

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE %	LOCIÓN TRATAMIENTO CAIDA DE CABELLO DE 250 gr.
113.166	22,98	26.000
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		26.000

Fuente: Cuadro 23

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Como se determina en el cuadro 24 la empresa participará con el 22,98% de la demanda insatisfecha, es decir tendrá una capacidad instalada de 26.000 frascos de loción tratamiento para la caída del cabello de 250 gramos que es la presentación de preferencia.

CAPACIDAD UTILIZADA.

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

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

CUADRO 25
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%CAPACIDAD INSTLADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	26.000	60	15.600
2	26.000	65	16.900
3	26.000	70	18.200
4	26.000	75	19.500
5	26.000	80	20.800
6	26.000	85	22.100
7	26.000	90	23.400
8	26.000	95	24.700
9	26.000	95	24.700
10	26.000	95	24.700

Fuente: Cuadro 24

Elaboración: La Autora

LOCALIZACION DE LA EMPRESA

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

MACROLOCALIZACION

a) CERCANIA AL MERCADO.

En lo que se refiere a este factor es importante la menor distancia desde la planta de procesamiento hacia los lugares de expendio, para que de esta manera se economice en tiempo y dinero. Además éste es un factor primordial en vista de que la loción tratamiento para la caída del cabello tiene tiempo de caducidad.

b) SERVICIOS BASICOS.

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

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

c) MATERIA PRIMA.

En la zona de ubicación del proyecto existe la suficiente materia prima como se demostró en el estudio de mercado de manera que siempre esté abastecida la empresa como es aceite antioxidante natural, harina espesa la crema, zumo de limón y extracto de aloe, que existen en la provincia de Morona Santiago, a fin de garantizar una producción permanente de acuerdo a las necesidades de la planta de loción tratamiento para la caída del cabello.

d) MANO DE OBRA.

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

e) TRANSPORTE.

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

GRAFICA 25
MACRO LOCALIZACIÓN



CUADRO 26

MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	35	60	19	70	25	80	26
Seguridad	30	70	19	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	14	100	15	100	15
TOTAL	100		66		80		64

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: LA AUTORA

La empresa de loción tratamiento para la caída del cabello será ubicada en la ciudad de Palora específicamente en el sector Norte de la ciudad.

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

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

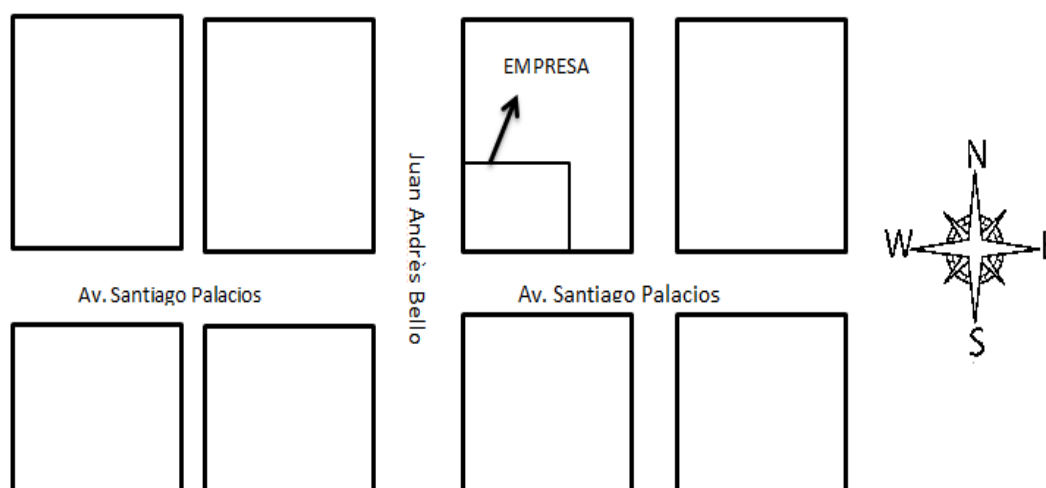
Ciudad: Palora

Barrio: Sucre

Calles: Santiago Palacios y Juan Andrés Bello

Microlocalización

GRAFICA 26



FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

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

DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.

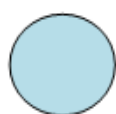
La loción tratamiento para la caída del cabello en donde ya sea el aceite antioxidante natural, harina espesa la crema, zumo de limón, extracto de aloe, constituyen la materia prima, a esto se aplica un tratamiento hasta dar una apariencia agradable, por lo tanto este proyecto intenta presentar una nueva forma productiva que incorpore ciertas ventajas al producto (industrialización) para la aceptación del usuario, es así que seguidamente se dará a conocer el respectivo proceso para la elaboración de loción tratamiento para la caída del cabello el cual está representado por las siguientes etapas.

Mezclar el aceite antioxidante natural, harina espesa la crema, zumo de limón, extracto de aloe, luego se pone en la máquina mezcladora, se realiza la Laterización de ingredientes en una mezcla constante en la máquina, se realiza la Refinación de Isipropil, quedando listo para el pesado en la máquina pesadora, luego se la envasa para finalmente etiquetarla en la máquina etiquetadora.

CONTROL DE CALIDAD

El Control de Calidad se lo realizará en todo el proceso para la elaboración de la loción tratamiento para la caída del cabello.

SIMBOLOGÍA UTILIZADA



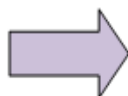
OPERACIÓN



DEMORA



OPERACIÓN INSPECCIÓN



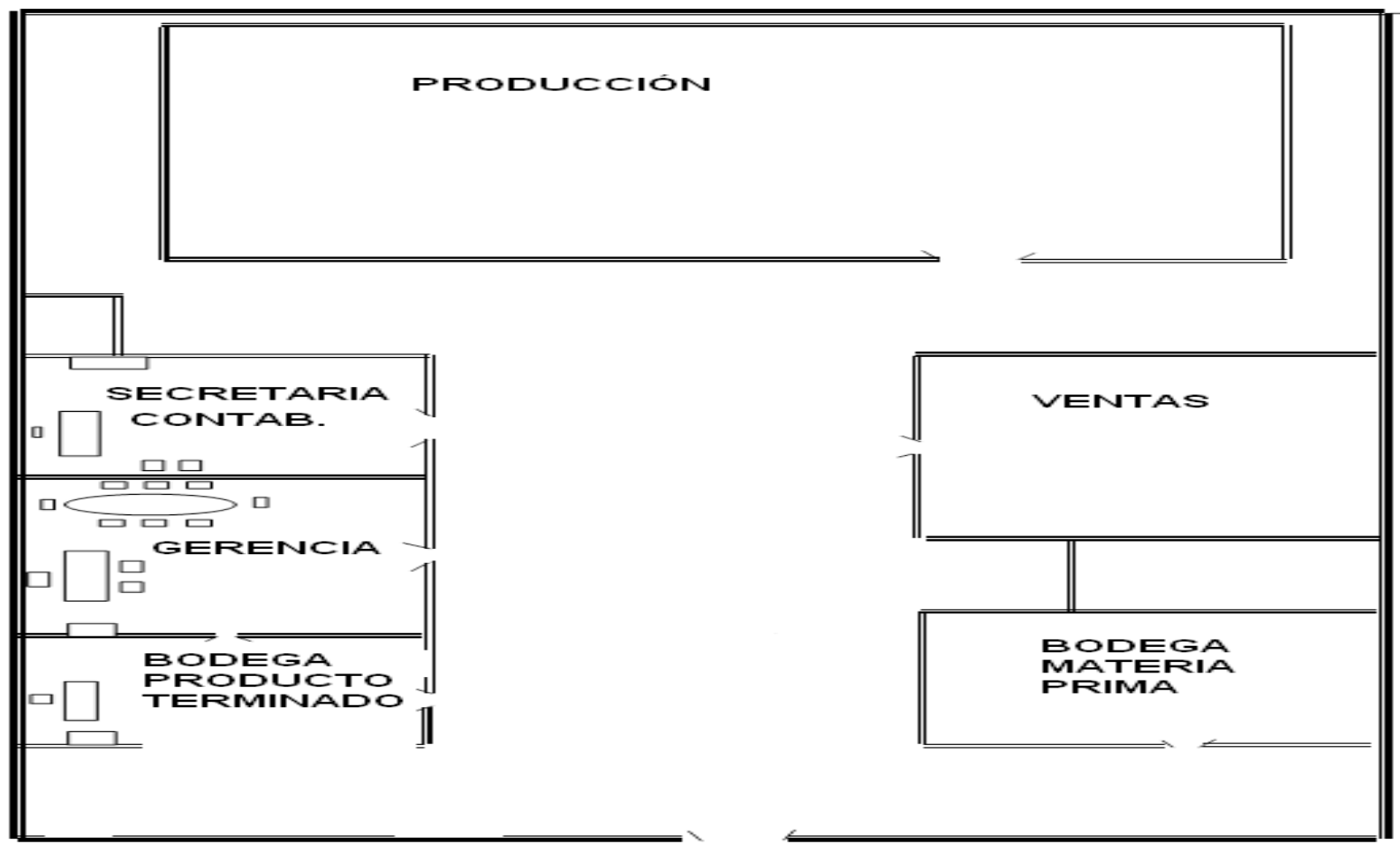
TRANSPORTE

CUADRO 27

**DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PARA ELABORAR LOCIÓN
TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DEL CABELLO**

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA	12 MIN.
	TRANSPORTACIÓN DE LA MATERIA PRIMA	24 MIN.
	LIMPIEZA	30 MIN.
	LETERIZACIÓN DE INGREDIENTES	30 MIN.
	MEZCLA CONSTANTE	20 MIN.
	REFINACIÓN ISOPROPIL	60 MIN.
	TRANSPORTACIÓN DEL PRODUCTO	10 MIN.
	CONTROL DE CALIDAD	18 MIN.
	ENVASADO Y ETIQUETADO	40 MIN.
	ALMACENAMIENTO	30 MIN.
TOTAL =		8 HORAS

GRAFICA 31
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.

MAQUINARIA Y EQUIPO

GRAFICA 27

Máquina Mezcladora



MARCA: SPINTS

PROCEDENCIA: Colombia

PRECIO: \$6.100,00

GRAFICA 28

Etiquetadora - Envasadora



MARCA: BANG

PROCEDENCIA: China

PRECIO: \$7.200,00

GRAFICA 29

Balanza

**MARCA:** SYSTEL**PROCEDENCIA:** China**PRECIO:** \$1.100,00**GRAFICA 30**

KIT DE HERRAMIENTAS

**MARCA:** Stanley**PROCEDENCIA:** Alemana**PRECIO:** \$300,00**MUEBLES Y ENSERES**

- Escritorio con sillón 2
- Archivador 2

- Sillas	12
- Mesas	3
- Perchas	1 juego
- Computadoras	2
- Sumadora	2
- Teléfono	2
- Kit de herramientas	1

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

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

MANO DE OBRA DIRECTA.

Jefe de Producción	1
Obreros	2

PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Gerente	1
Secretaria Contadora	1
Asesor Jurídico	1
Conserje Guardián	1

PERSONAL DE VENTAS.

Agente vendedor	1
-----------------	---

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

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

Tipo de Organización

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

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

Departamentalización

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

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

ORGANIZACIÓN:

Gerencia General

Secretaria Contadora

Jefe de Producción y control de calidad.

Dpto. de ventas

**MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA VELASTEGUI Cia.
Ltda.**

SEÑOR NOTARIO:

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

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Carmita Zoraida Velastegui Atupaña, ecuatoriana portadora de la cédula 1400650543, Mirian Rosana Velastegui Atupaña ecuatoriana portadora de la cédula 1403755086 en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa VELASTEGUI Cia. Ltda.

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

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

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

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

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la parroquia Sucre, Sector Norte, cantón Palora, provincia de Morona Santiago, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá

así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

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

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

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

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$

1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$ 1,00) cada una.-

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

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

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

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones

que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se proba con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

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

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

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades líquidas se segregará el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del

fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

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

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

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

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el

domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

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

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

Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales

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

Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier

lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

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

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

Art. 22.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

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

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

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

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

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

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

Art. 28.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).-

Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al

Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 29.- (DEL GERENTE TÉCNICO).- Será nombrado por el Gerente General, quien fijará su remuneración de acuerdo al nivel profesional y experiencia, será un profesional experto en áreas químicas, dispuesto al trabajo en la industria química, oficinas de la empresa y a realizar viajes al exterior por temas específicos relacionados al objeto de la empresa, se reportará directamente al Gerente General y presentará planes de trabajo, proyectos de ampliación, monitoreo de operación y todo lo relacionado al desarrollo del trabajo en el campo.-

Art. 30.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 31.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 32.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

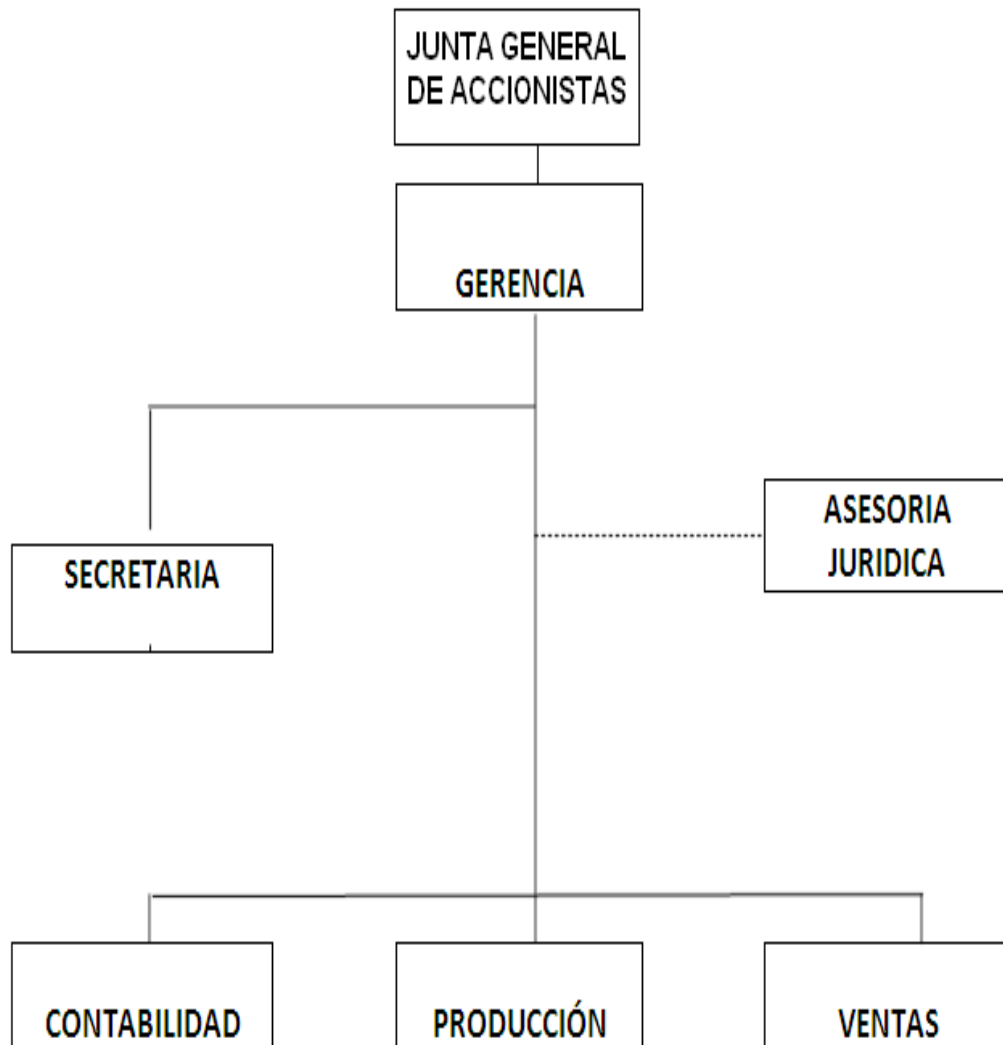
El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 500,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 1.000,00 dólares.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Director a la señora. Carmen Velastegui; se designa Presidente a la señora Susana Rodríguez; se designa Gerente General a la Sra. Mirian Velasteguí. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Abogado Carlos Cuenca, Abogado, Matrícula 1054 . Hasta aquí la minuta que queda elevada a la

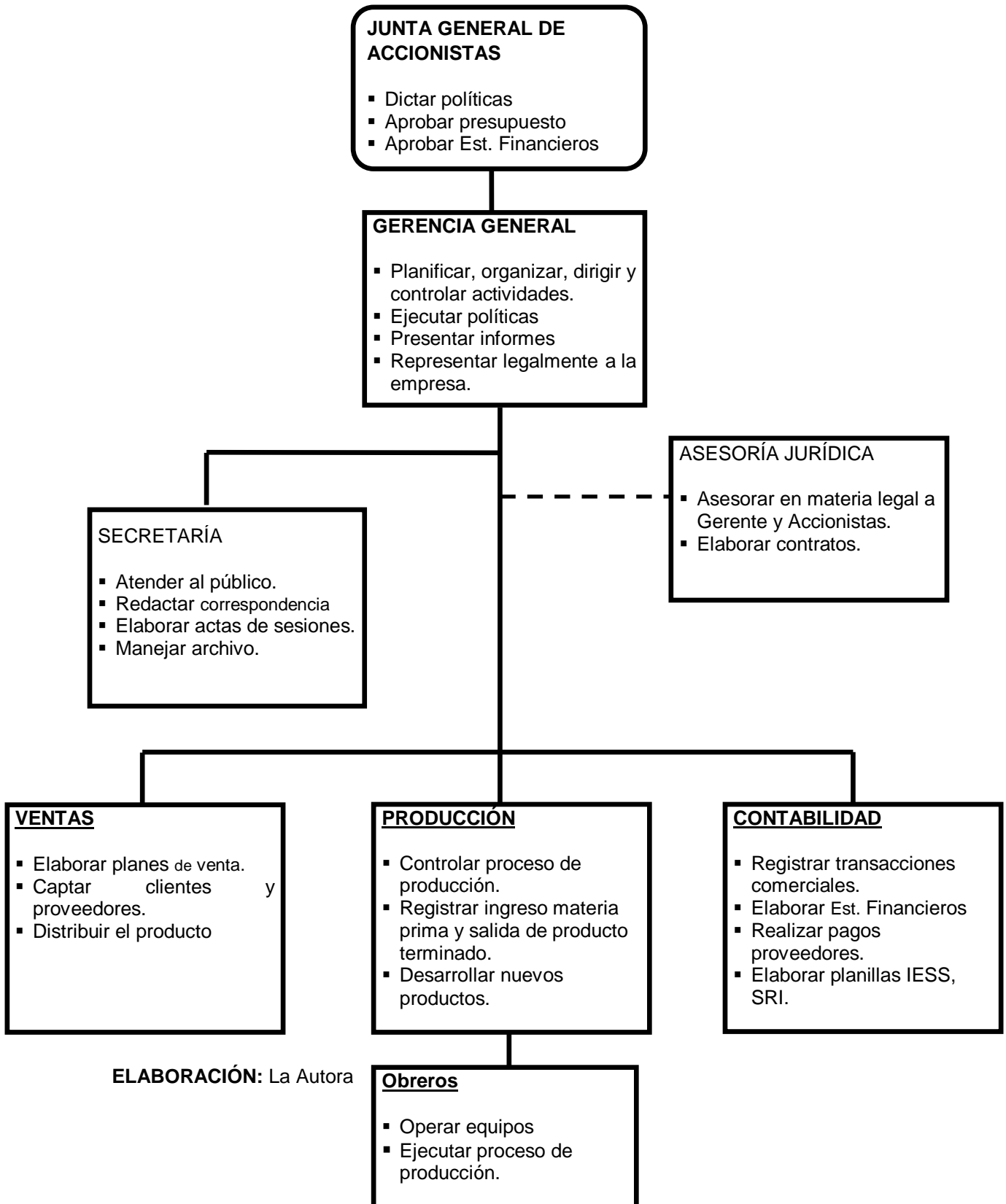
calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe, Sra. Carmita Velasteguí. Sra. Mirian Velasteguí.

GRAFICA 32
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
VELASTEGUÍ CIA. LTDA.



ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICA 33
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
VELASTEGUÍ CIA. LTDA.



MANUAL DE FUNCIONES.

CÓDIGO	: 01
DEPENDENCIA	: GERENCIA GENERAL
TITULO DEL PUESTO	: GERENTE
DEPENDE DE	: JUNTA DE SOCIOS
SUPERVISA A	: TODO EL PERSONAL
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Ejercer la representación legal de la Empresa y administrarla bajo criterios de solvencia prudencia y rentabilidad financiera, en procura de su desarrollo sostenido y el cumplimiento de la misión, visión, valores y objetivos empresariales; y, en el marco de las estrategias y políticas fijadas por el Directorio de la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar judicial y extrajudicialmente a la Compañía. ○ Ejercer la representación legal de la empresa. ○ Formular planes y programas que deba cumplir la Compañía. ○ Elaborar los reglamentos de procedimientos que sean necesarios para el buen funcionamiento de la Compañía. ○ Dirigir y coordinar las actividades de la Compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma. ○ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción, finanzas y de mercadeo. ○ Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa. ○ Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
En este departamento el cargo de gerente requiere de mucha responsabilidad, necesita de Inteligencia, Capacidad de análisis, de comunicación, Perseverancia y constancia, liderazgo para llevar a la empresa al éxito	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN : INGENIERO COMERCIAL	
EXPERIENCIA	: 2 años

CÓDIGO	: 02
DEPENDENCIA	: GERENCIA GENERAL
TITULO DEL PUESTO	: SECRETARIA CONTADORA
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar y controlar las comunicaciones y la contabilidad general de la empresa. • Asistir directa a los clientes • Mantener los archivos de la empresa • Preparar los estados financieros correspondientes. • Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de formación de Contabilidad y Auditoría, con criterio formado y reserva profesional, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general. • Agilidad en la ejecución de los tramites • De gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: ING. EN CONTABILIDAD
EXPERIENCIA	: 1 año en funciones afines.

CÓDIGO	: 03
DEPENDENCIA	: GERENCIA GENERAL
TITULO DEL PUESTO	: JEFE DE MERCADOTECNIA
SUPERVISA A	: VENDEDORES
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de mercadotecnia que se realizan en la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, implementar y mantener procedimientos de mercadeo • Supervisar lo planteado por ventas • Realizar análisis del mercado y de la competencia. • Negociar contratos y realizar un seguimiento de su realización, controlando, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • El departamento estará representado por un Ingeniero Comercial profesional con formación ética capaz de administrar estratégicamente toda clase de organizaciones, en las área de mercadotecnia, recursos humanos acorde a la naturaleza de la organización 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: ING. EN ADMINISTRACIÓN O MARKETING
EXPERIENCIA	: 1 año en funciones afines.

CÓDIGO	: 04
DEPENDENCIA	: DEPARTAMENTAL
TITULO DEL PUESTO	: JEFE DE PRODUCCIÓN
DEPENDE DE	: GERENCIA GENERAL
SUPERVISA A	: OBREROS
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Ejecución de las labores de producción en la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar de la producción. • Controlar la producción. • Realizar el Control de calidad. • Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo. • Verificar la limpieza diaria de la maquinaria y del área de trabajo. • Colaborar en las actividades de venta. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para hacer cumplir las labores de producción. y capacitación permanente. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad. 	
REQUISITOS MINIMOS	
EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: No es indispensable.

CÓDIGO	: 05
DEPENDENCIA	: DEPARTAMENTAL
TITULO DEL PUESTO	: CONSERJE GUARDIAN
DEPENDE DE	: GERENCIA GENERAL
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa. ○ Realizar la limpieza de la empresa. ○ Llevar y traer la correspondencia ○ Llevar un control diario de entrada y salida de personal ○ Realizar labores de mensajería 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> ○ El puesto requiere que sea una persona responsable para resguardar las instalaciones de la empresa. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: No es indispensable.

CÓDIGO	: 06
DEPENDENCIA	: DEPARTAMENTAL
TITULO DEL PUESTO	: OBRERO
DEPENDE DE	: JEFE DE PRODUCCIÓN
SUPERVISA A	: NO SUBALTERNOS
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Ejecución de las labores de producción en la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Ejecutar el proceso de producción. ○ Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo. ○ Realizar la limpieza diaria de la maquinaria y del área de trabajo. ○ Colaborar en las actividades de venta. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: un año en funciones similares.

CÓDIGO	: 07
DEPENDENCIA	: DEPARTAMENTAL
TITULO DEL PUESTO	: VENDEDOR
DEPENDE DE	: JEFE DE VENTAS
SUPERVISA A	: NO SUBALTERNOS
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Determinar las situaciones del mercado así como la promoción y publicidad del producto.	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Promover mediante la publicidad la venta del producto. ○ Mantener una buena relación con el cliente. ○ Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto. ○ Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
Presentar informes periódicos al Gerente de cómo está la situación de la venta del producto. Tener habilidad en el manejo de clientes y buenas relaciones interpersonales.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: Dos años en funciones de vendedor.

ESTUDIO FINANCIERO

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

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

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero

si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.

Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

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

**CUADRO 26
INSTALACIONES Y ADECUACIONES**

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

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Maquinaria y Equipo.- Está constituida por la maquinaria y equipo que se necesita para producir loción tratamiento caída de cabello.

**CUADRO 27
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Mezcladora	1	6.100,00	6.100,00
Balanza digital	1	1.100,00	1.100,00
Envasadora	1	7.200,00	7.200,00
TOTAL		14.400,00	14.400,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 28
EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Telefax	2	210	420
Reloj de pared	2	40	80
TOTAL		250	500

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 29
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	750	1.500,00
Impresora	2	95	190,00
TOTAL		845	1690,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

CUADRO 30
REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Equipo de Computación	2	890	1.780,00
Impresora	2	110	220,00
TOTAL		1000	2000,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 31
HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Kit de herramientas	1	300,00	300,00
TOTAL		300,00	300,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 32
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	190	190,00
Escritorio modular	2	250	500,00
Counter secretaria	1	210	210,00
Estanterías	2	160	320,00
Archivador 5 cajones	2	200	400,00
Sillas giratorias	3	60	180,00
Sillón giratorio	1	85	85,00
Sillas trípode	2	180	360,00
Sillas metal/corosil	10	25	250,00
Perchas metálicas	5	75	375,00
Rótulo Exterior	1	550	550,00
TOTAL		1985,00	3420,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipos de seguridad industrial.- Corresponde todo lo correspondiente a la seguridad que debe tener la empresa para casos extremos y de prevención.

CUADRO 33
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

DESCRIPCIÓN	Nº	V. U.	V. TOTAL
Extintores	2	150	300,00
Sistema de Alarma	1	400	400,00
Mandiles	24	22	528,00
TOTAL		572,00	1228,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Vehículo.- Se refiere a la compra de una camioneta cabina sencilla marca Chevrolet año 2014.

CUADRO 34
VEHICULO

DESCRIPCION	Nº	V. U.	V. TOTAL
Vehículo	1	17.000,00	17.000,00
TOTAL		17.000,00	17.000,00

Fuente: Patio Tuerca

Elaboración: La Autora

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

**CUADRO 35
DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	ANEXO Nº	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
Instalaciones y adecuaciones	18	800
Maquinaria Y Equipo	5	1296
Equipo de Oficina	6	45
Equipo de Computación (1-3)	7	375,57
Segundo Equipo de Computación (3-4)	8	644,47
Herramientas	9	27
Muebles y Enseres	10	307,8
Equipo de Seguridad Industrial	11	110,52
Vehículo	19	900
TOTAL		4.506,36

Fuente: Anexos 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 18 y 19.

Elaboración: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

CUADRO 36
ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del Proyecto	400,00
Prueba de funcionamiento	300,00
Registro de Marca	450,00
Registro Sanitario	220,00
Permiso de Funcionamiento	350,00
Gastos de Constitución	800,00
Imprevistos 5%	126,00
TOTAL	2646,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

ACTIVO CORRENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso. A continuación se describen los gastos que representará el capital de trabajo:

Materia Prima.- Es la que participa directamente en el producto, está constituido por: Aceite antioxidante natural, Harina espesa la crema,

Zumo de limón y Extracto de aloe. Para el primer año el presupuesto es de \$ 32.315,08.

CUADRO 37

MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Aceite antioxidante natural	22.547	0,32	7.215,04
Harina espesa la crema	21.457	0,27	5.793,39
Zumo de limón	12947	0,51	6.602,97
Extracto de aloe	19248	0,66	12.703,68
TOTAL	76.199		32.315,08

Fuente: Anexo 3

Elaboración: La Autora

Mano de obra directa.- Son los recursos humanos que intervienen directamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de \$ 11.671,44, el personal no variará, toda vez que la producción por persona es bastante flexible en el proceso productivo como en las actividades.

CUADRO 38

MANO DE OBRA DIRECTA

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15%	FR 1/12	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
				APORTES IESS(12.15)			
OBRERO	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	20,00	486,31
OBRERO	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	20,00	486,31

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

Fuente: MRL 2014

Elaboración: La Autora

Materia prima indirecta.- Es aquella que indirectamente interviene en la producción del producto y que forma parte del producto terminado como es la loción tratamiento para la caída del cabello.

CUADRO 39
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Envases Plásticos	15.600	0,62	9.672,00
Cajas full color	15.600	0,18	2.808,00
Etiquetas Adhesivas	15.600	0,0147	229,32
Sellos adhesivos - seguridad	15.600	0,0214	333,84
TOTAL			13.043,16

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: servicios básicos, útiles de oficina, suministros de aseo, arriendo de local e imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos \$28.972,80.

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

CUADRO 40
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Personal Administrativo	1.680,80	20.169,60
Gastos Generales Adm.	469	5.628,00
Amortización Diferida	264,6	3.175,20
TOTAL	2.414,40	28.972,80

Fuente: Cuadros 41, 42 y 43

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 41
PERSONAL ADMINISTRATIVO

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15%	FR 1/12	VACACI ONES 1/24	REMUNER ACION TOTAL
				APORTES IESS(12.15)			
GERENTE	480,00	40,00	28,33	58,32	40,00	20,00	666,65
CONSEJE GUARDIAN	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	14,17	480,48
SECRETARIA CONTADORA	380,00	31,67	28,33	46,17	31,67	15,83	533,67
TOTAL							1680,80

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

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

CUADRO 42
GASTOS GENERALES

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Arriendo	300	3.600,00
Suministros de Aseo	20	240,00
Útiles de Oficina	30	360,00
Energía Eléctrica	40	480,00
Agua	15	180,00
Teléfono	24	288,00
Mantenimiento	40	480,00
TOTAL	469	5628

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 43
AMORTIZACIÓN DIFERIDO

CONCEPTO	VALOR TOTAL	AÑOS 1 a 10
ACTIVO DIFERIDO	2.646	264,60

Fuente: Cuadro 36

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS.

Los gastos de ventas son los que intervienen en la comercialización del producto, en el presente caso la empresa utilizará únicamente la promoción y publicidad descrita en el Estudio Técnico, para lo cual se considera el valor de \$17.256,48

CUADRO 44
GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	300	3.600,00
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	84	1.008,00
PERSONAL DE VENTAS	1054,04	12.648,48
TOTAL	1438,04	17256,48

Fuente: Cuadro 45 y 46

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 45
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Publicaciones Prensa escrita	75	900
Catálogos	40	480
Muestrarios Seri grafiados con logo	35	420
Frascos Probadores de 1ml.	150	1800
TOTAL	300,00	3.600,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Combustibles y Lubricantes.- Se presupuesta para el pago de combustibles y lubricantes para el vehículo Chevrolet año 2014.

CUADRO 46
COMBUSTIBLES Y LIBRICANTES

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Combustibles y lubricantes	84,00	1.008,00
TOTAL	84,00	1.008,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Personal de Ventas

CUADRO 47
PERSONAL DE VENTAS

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15%	FR 1/12	VACACI ONES 1/24	REMUNERA CION TOTAL
				APORTES IESS(12.15)			
Jefe de Ventas	410,00	34,17	28,33	49,82	34,17	17,08	573,57
Vendedor	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	14,17	480,48
TOTAL							1054,04

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales a nivel nacional y local.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno, y se genera en la instalación de la empresa.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

CUADRO 48
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	CUADROS	VALOR
Instalaciones y adecuaciones	26	10000
Maquinaria Y Equipo	27	14.400,00
Equipo de Oficina	28	500
Equipo de Computación	29	1.690,00
Herramientas	31	300
Muebles y Enseres	32	3.420,00
Equipo de Seguridad Industrial	33	1228
Vehículos	34	17000
Imprevistos 5%		2426,9
TOTAL		50.964,90

Fuente: Cuadros 26 al 34

Elaboración: La Autora

ACTIVO DIFERIDO:

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

CUADRO 49
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del Proyecto	400,00
Prueba de funcionamiento	300,00
Registro de Marca	450,00
Registro Sanitario	220,00
Permiso de Funcionamiento	350,00
Gastos de Constitución	800,00
Imprevistos 5%	126,00
TOTAL	2646,00

Fuente: Cuadros 36

Elaboración: La Autora

ACTIVO CIRCULANTE:

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

CUADRO 50
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

Rubros calculados para un mes de operación		
ACTIVOS	CUADRO	VALOR
Materia prima directa	37	2.692,92
Materia prima indirecta	39	1.086,93
Mano de obra directa	38	972,62
Gastos Administrativos	40	2.414,40
Gastos de Ventas	44	1438,04
Imprevistos 5%		430,245667
TOTAL		9.035,16

Fuente: Cuadros del 37 al 44

Elaboración: La Autora

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

CUADRO 51
INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	CUADRO Y/O ANEXO	VALOR USD	%
ACTIVOS FIJOS:			
Instalaciones y adecuaciones	26	10000	
Maquinaria Y Equipo	27	14.400,00	
Equipo de Oficina	28	500	
Equipo de Computación	29	1.690,00	
Herramientas	31	300	
Muebles y Enseres	32	3.420,00	
Equipo de Seguridad Industrial	33	1228	
Vehículos	34	17000	
Imprevistos 5%		2426,9	
Subtotal:		50964,9	81
ACTIVOS DIFERIDOS:			
Elaboración del Proyecto	Cuadro 36	400	
Patente	Cuadro 37	300	
Registro de Marca	Cuadro 38	450	
Registro Sanitario	Cuadro 39	220	
Permiso de Funcionamiento	Cuadro 40	350	
Gastos de Constitución	Cuadro 41	800	
Imprevistos 5%	Cuadro 42	126	
Subtotal:		2646	4
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)			
Materia prima directa	37	2.692,92	
Materia prima indirecta	39	1.086,93	
Mano de obra directa	38	972,62	
Gastos Administrativos	40	2.414,40	
Gastos de Ventas	44	1438,04	
Imprevistos 5%		430,245667	
Subtotal:		9.035,16	14
TOTAL:		62.646,06	100

Fuente: Cuadros 48, 49 y 50

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

FUENTES INTERNAS

El 52,11% del total de la inversión y que corresponde a \$ 32.646,06 será financiado con aportaciones de los socios.

FUENTES EXTERNAS

Analizada la alternativa más favorable, se estima conveniente acceder a un préstamo en el Banco de Guayaquil, que ofrece créditos a mediano plazo, con intereses bajos que permiten al pequeño empresario iniciar su negocio.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Guayaquil será por \$30.000,00 que constituye el 47,89% del total del proyecto, a cinco años plazo con el interés del 15% anual. Este valor servirá para el capital de trabajo (materia prima). Los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO 52

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	30.000,00	47,89%
Capital social	32.646,06	52,11%
TOTAL	62.646,06	100,00%

Elaboración: La Autora

CUADRO 53
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

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

Fuente: Banco de Guayaquil

Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Los costos constituyen los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, permiten determinar la rentabilidad del proyecto y los

elementos indispensables para el análisis o evaluación del mismo, facilitando la proyección de la situación contable.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales de manera parecida pero no idéntica, a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que se utilizará es, estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como se lo expone en el cuadro 54.

CUADRO 54
PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	32.315,08	33.342,70	34.403,00	35.497,01	36.625,82	37.790,52	38.992,26	40.232,21	41.511,60	42.831,66
Materia Prima Indirecta	13.043,16	13.457,93	13.885,89	14.327,47	14.783,08	15.253,18	15.738,23	16.238,71	16.755,10	17.287,91
Mano de Obra Directa	11.671,44	12.042,59	12.425,55	12.820,68	13.228,38	13.649,04	14.083,08	14.530,92	14.993,00	15.469,78
Total costo primo	57.029,68	58.843,22	60.714,44	62.645,16	64.637,27	66.692,74	68.813,57	71.001,84	73.259,70	75.589,36
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Inst. y Adec.	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Depreciación de equipos de Seg.	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52	110,52
Depreciación de Herramientas	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
Depreciación de vehiculo	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Combustibles y lubricantes	1008	1.040,05	1.073,13	1.107,25	1.142,46	1.178,79	1.216,28	1.254,96	1.294,87	1.336,04
Amortización de activos diferidos	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60
Total Carga para Fabricación	3.110,12	3.142,17	3.175,25	3.209,37	3.244,58	3.280,91	3.318,40	3.357,08	3.396,99	3.438,16
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	20.169,60	20.810,99	21.472,78	22.155,62	22.860,17	23.587,12	24.337,19	25.111,11	25.909,65	26.733,57
Depreciación equipos de oficina	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Depreciación de Muebles y Ens.	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8	307,8
Gastos Generales de Adm.:										
Arriendo	3.600,00	3.714,48	3.832,60	3.954,48	4.080,23	4.209,98	4.343,86	4.481,99	4.624,52	4.771,58

Suministros de Aseo	240	247,63	255,51	263,63	272,02	280,67	289,59	298,80	308,30	318,11
Útiles de Oficina	360	371,45	383,26	395,45	408,02	421,00	434,39	448,20	462,45	477,16
Energía Eléctrica	480	495,26	511,01	527,26	544,03	561,33	579,18	597,60	616,60	636,21
Agua	180	185,72	191,63	197,72	204,01	210,50	217,19	224,10	231,23	238,58
Teléfono	288	297,16	306,61	316,36	326,42	336,80	347,51	358,56	369,96	381,73
Mantenimiento y Reparación.	480	495,26	511,01	527,26	544,03	561,33	579,18	597,60	616,60	636,21
Depreciación Equip. Computación	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57	375,57
Depreciación Muebles de oficina y planta	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Total gastos administrativos	26.570,97	27.391,33	28.237,78	29.111,15	30.012,29	30.942,09	31.901,46	32.891,33	33.912,68	34.966,51
VENTAS										
Publicidad y propaganda	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Combustibles y lubricantes	1.008,00	1.040,05	1.073,13	1.107,25	1.142,46	1.178,79	1.216,28	1.254,96	1.294,87	1.336,04
Personal de ventas	12.648,48	13.050,70	13.465,71	13.893,92	14.335,75	14.791,63	15.262,00	15.747,33	16.248,10	16.764,79
Total gastos de ventas	16.248,48	16.650,70	17.065,71	17.493,92	17.935,75	18.391,63	18.862,00	19.347,33	19.848,10	20.364,79
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	4.387,50	3.937,50	3.487,50	3.037,50	2.587,50	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
Total gastos financieros	4.387,50	3.937,50	3.487,50	3.037,50	2.587,50	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	107.346,75	109.964,93	112.680,69	115.497,11	118.417,40	121.444,87	124.582,93	127.835,08	131.204,96	134.696,32

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de loción tratamiento para la caída de cabello.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro 55, se han determinado principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica utilizando los siguientes criterios.

- Un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 60% en función a la competencia.
- Se considera como base de cálculo el año 1 de vida útil del proyecto.
- Por otro lado se detendrá el precio del producto constante para los diez años de vida útil del proyecto.

La determinación del precio ex - fábrica para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática.

$$P V EX - FAB. = \text{Costo Unitario} + MU$$

CUADRO 55
INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 60%	INGRESOS
1	107.346,75	15.600	6,88	11	171.754,80
2	109.964,93	16.900	6,51	10	175.943,89
3	112.680,69	18.200	6,19	10	180.289,10
4	115.497,11	19.500	5,92	9	184.795,37
5	118.417,40	20.800	5,69	9	189.467,84
6	121.444,87	22.100	5,50	9	194.311,80
7	124.582,93	23.400	5,32	9	199.332,68
8	127.835,08	24.700	5,18	8	204.536,13
9	131.204,96	24.700	5,31	8	209.927,94
10	134.696,32	24.700	5,45	9	215.514,11

Elaboración: La Autora

Costo unitario = Costo Total / Nro. De productos

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

$$C. U. = 107.346,75 / 15.600$$

$$C. U. = 6,88$$

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

$$P.U.V. EX/F. = 6,88 + 60\%$$

$$P.U.V. EX/F. = 11,00$$

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Es el Estado Financiero que presenta los resultados obtenidos en un ejercicio económico, es decir la pérdida o utilidad del proyecto, en este sentido se compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

El Estado de Pérdidas y Ganancias presentan el resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio

Los resultados que presenta, facilita el análisis y las conclusiones respecto del desenvolvimiento de la empresa y las previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Constituye el resultado de las ventas del producto y otros ingresos.

EGRESOS:

Resultan de la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

Los valores de los ingresos y egresos, se describen a continuación:

CUADRO 56
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	161.020,13	164.947,40	169.021,03	173.245,66	177.626,10	182.167,31	186.874,39	191.752,62	196.807,45	202.044,48
(-) Costo Total	107.346,75	109.964,93	112.680,69	115.497,11	118.417,40	121.444,87	124.582,93	127.835,08	131.204,96	134.696,32
(=) Utilidad Bruta Ventas	53.673,38	54.982,47	56.340,34	57.748,55	59.208,70	60.722,44	62.291,46	63.917,54	65.602,48	67.348,16
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	8.051,01	8.247,37	8.451,05	8.662,28	8.881,31	9.108,37	9.343,72	9.587,63	9.840,37	10.102,22
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	45.622,37	46.735,10	47.889,29	49.086,27	50.327,40	51.614,07	52.947,74	54.329,91	55.762,11	57.245,94
(-) 22% Impuesto a la renta	10.036,92	10.281,72	10.535,64	10.798,98	11.072,03	11.355,10	11.648,50	11.952,58	12.267,66	12.594,11
(=) Utilidad Neta	35.585,45	36.453,38	37.353,65	38.287,29	39.255,37	40.258,98	41.299,24	42.377,33	43.494,45	44.651,83
(-) 10% reserva Legal	3.558,54	3.645,34	3.735,36	3.828,73	3.925,54	4.025,90	4.129,92	4.237,73	4.349,44	4.465,18
(=) Utilidad Líquida	32.026,90	32.808,04	33.618,28	34.458,56	35.329,83	36.233,08	37.169,32	38.139,60	39.145,00	40.186,65

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 3 y 5 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

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

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

CUADRO 57
PUNTO DE EQUILIBRIO CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABL.	C. FIJOS	C. VARIABL.	C. FIJOS	C. VARIABL.
Materia Prima Directa		32.315,08		34.403,00		42.831,66
Materia Prima Indirecta		13.043,16		13.885,89		17.287,91
Mano de Obra Directa		11.671,44		12.425,55		15.469,78
Total costo primo	0,00	57.029,68	0,00	60.714,44	0,00	75.589,35
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de Inst. y Adec.	800		800		800	
Depreciación de equipos de Seg.	110,52		110,52		110,52	
Depreciación de Herramientas	27		27		27	
Depreciación de vehículo	900		900		900	
Combustibles y lubricantes	1008		1.073,13		1.336,04	
Amortización de activos diferidos	264,60		264,6		264,6	
Total Carga para Fabricación	3.110,12	0,00	3.175,25	0,00	3.438,16	0,00
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	20.169,60		21.472,78		26.733,57	
Depreciación equipos de oficina	45,00		45		45	
Depreciación de Muebles y Ens.	307,8		307,8		307,8	
Gastos Generales de Adm.:						
Arriendo	3.600,00		3.832,60		4.771,58	
Suministros de Aseo	240		255,51		318,11	
Útiles de Oficina	360		383,26		477,16	
Energía Eléctrica		480		511,01		636,21
Agua	180		191,63		238,58	
Teléfono	288		306,61		381,73	
Mantenimiento y Reparación.		480		511,01		636,21
Depreciación Equip. Computación	375,57		375,57		375,57	
Depreciación Muebles de oficina y planta	45		45		45	
Total gastos administrativos	25.610,97	960,00	27.215,76	1.022,02	33.694,10	1.272,42
VENTAS						
Publicidad y propaganda	3.600,00		3.600,00		3.600,00	
Combustibles y lubricantes	1.008,00		1.073,13		1.336,04	
Personal de ventas	12.648,48		13.465,71		16.764,79	
Total gastos de ventas	16.248,48	0,00	17.065,71	0,00	20.364,79	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	0,00		3.487,50		337,5	
Total gastos financieros	0,00		3.487,50		337,5	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	44.969,57	57.989,68	50.944,22	61.736,46	57.834,55	76.861,77

Elaboración: Las Autoras

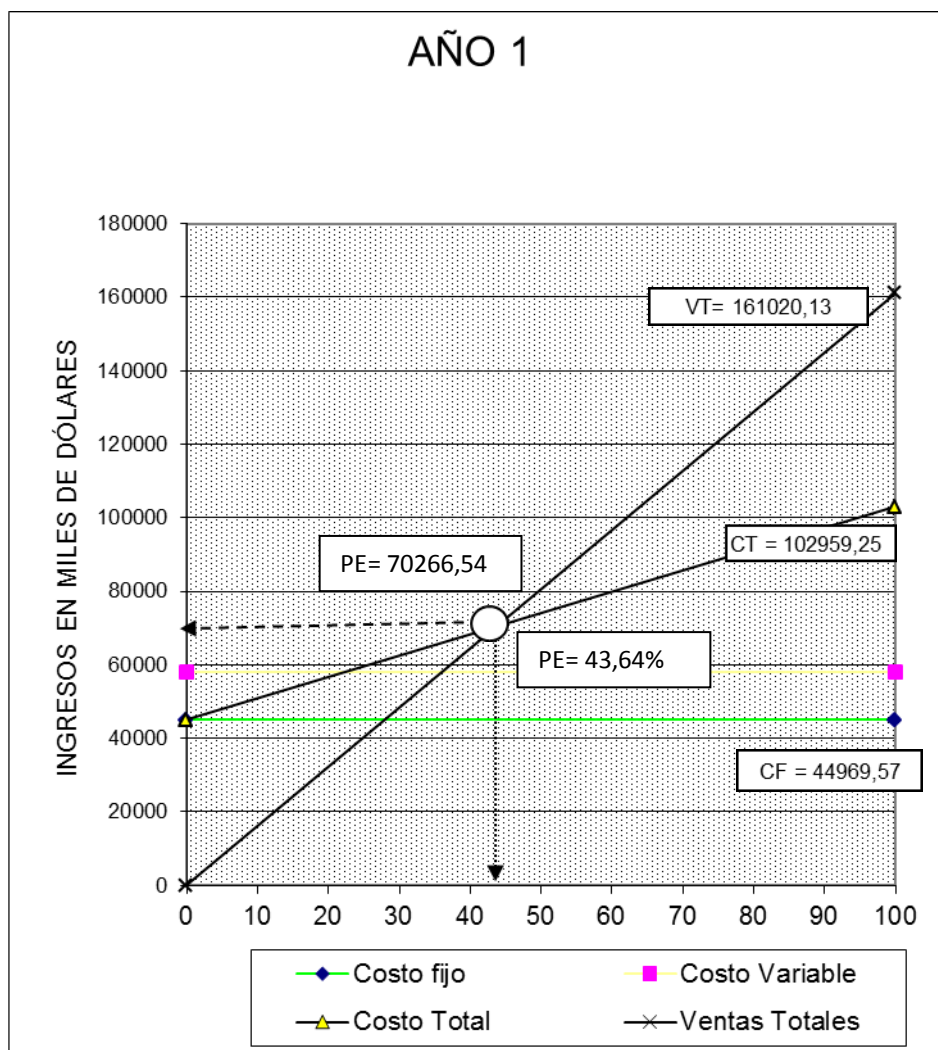
AÑO 1**a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{44969,57}{161020,13 - 57969,57} * 100 = 43,64\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{44969,57}{1 - \frac{57969,57}{161020,13}} = 70266,54$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

INTERPRETACIÓN: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 43,64% y con un ingreso en las ventas de \$ 70266,54 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 5

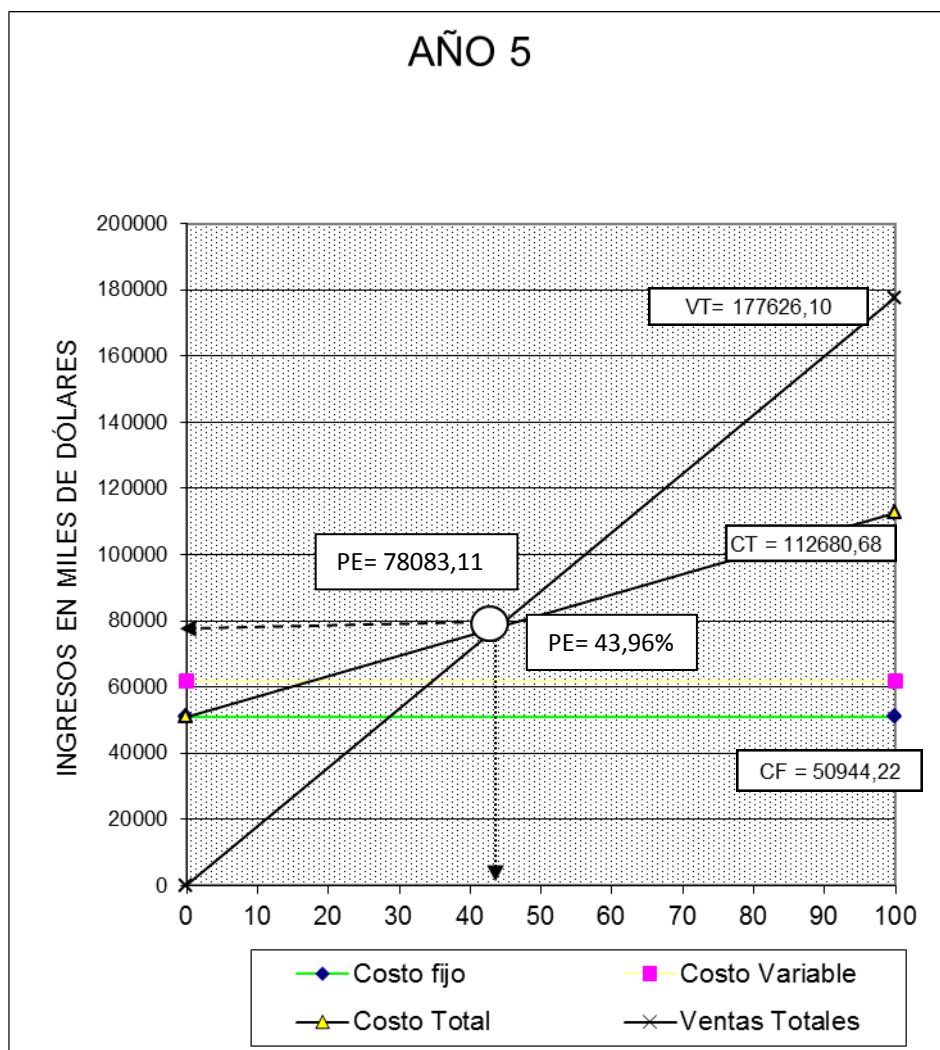
a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{50944,22}{177626,10 - 61736,46} * 100 = \mathbf{43,96\%}$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{50944,22}{1 - \frac{61736,46}{177626,10}} = \mathbf{78083,11}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

INTERPRETACIÓN: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 43,96% y con un ingreso en las ventas de \$ 78083,11 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 10

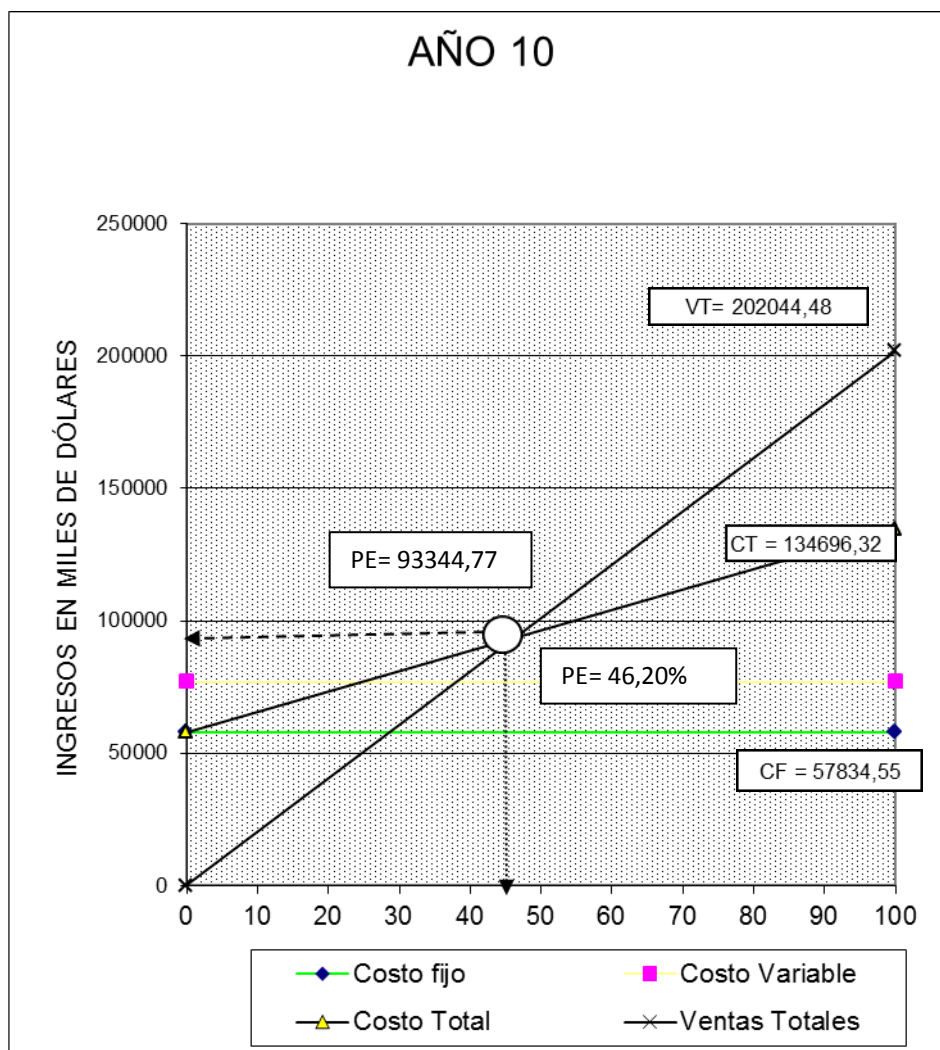
a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{57834,55}{202044,48 - 76861,77} * 100 = 46,20\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{57834,55}{1 - \frac{76861,77}{202044,48}} = 93344,77$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

INTERPRETACIÓN: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 46,20% y con un ingreso en las ventas de \$ 93344,77 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. Permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro 58 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO 58
FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	161.020,13	164.947,40	169.021,03	173.245,66	177.626,10	182.167,31	186.874,39	191.752,62	196.807,45	202.044,48
Valor Residual			563,28		3400,00	666,60			701,21	5.548,08
TOTAL INGRESOS	161.020,13	164.947,40	169.584,31	173.245,66	181.026,10	182.833,91	186.874,39	191.752,62	197.508,66	207.592,56
EGRESOS										
Costo de Producción	107.346,75	109.964,93	112.680,69	115.497,11	118.417,40	121.444,87	124.582,93	127.835,08	131.204,96	134.696,32
Reinversiones				2.000,00		19.200,00	2.165,00			2541,00
EGRESOS	107.346,75	109.964,93	112.680,69	117.497,11	118.417,40	140.644,87	126.747,93	127.835,08	131.204,96	137.237,32
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	53.673,38	54.982,47	56.903,62	55.748,55	60.208,70	51.189,04	60.126,46	63.917,54	66.303,69	70.355,24
(-) 15% Utilidad Trabajadores	8051,01	8247,37	8535,54	8362,28	9031,31	7678,36	9018,97	9587,63	9945,55	10553,29
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	45.622,37	46.735,10	48.368,08	47.386,27	51.177,40	43.510,68	51.107,49	54.329,91	56.358,14	59.801,95
(-) 22% Impuesto a la renta	11405,59	11683,77	12092,02	11846,57	12794,35	10877,67	12776,87	13582,48	14089,53	14950,49
UTILIDAD LIQUIDA	34.216,78	35.051,32	36.276,06	35.539,70	38.383,05	32.633,01	38.330,62	40.747,43	42.268,60	44.851,47
Amortización de Diferidos	264,60	185,85	185,85	185,85	185,85	185,85	185,85	185,85	185,85	185,85
Depreciaciones	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20	4.290,20
UTILIDAD NETA	38.771,58	39.527,37	40.752,11	40.015,75	42.859,10	37.109,06	42.806,67	45.223,48	46.744,65	49.327,52
FUJO NETO DE CAJA	38.771,58	39.527,37	40.752,11	40.015,75	42.859,10	37.109,06	42.806,67	45.223,48	46.744,65	49.327,52

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Cuadro 59
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	62.646,06		
1	38.771,58	0,869565217	33.714,41
2	39.527,37	0,756143667	29.888,37
3	40.752,11	0,657516232	26.795,17
4	40.015,75	0,571753246	22.879,14
5	42.859,10	0,497176735	21.308,55
6	37.109,06	0,432327596	16.043,27
7	42.806,67	0,37593704	16.092,61
8	45.223,48	0,326901774	14.783,64
9	46.744,65	0,284262412	13.287,75
10	49.327,52	0,247184706	12.193,01
			206.985,92
			62.646,06
			144.339,86

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

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 206.985,92 - 62.646,06$$

$$VAN = 144.339,86$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro 60
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		38.771,58	38.771,58
2	62.646,06	39.527,37	78.298,95
3		40.752,11	119.051,06
4		40.015,75	159.066,81
5		42.859,10	201.925,91
6		37.109,06	239.034,97
7		42.806,67	281.841,64
8		45.223,48	327.065,12
9		46.744,65	373.809,78
10		49.327,52	423.137,29
		423.137,29	

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

$$\text{PRC} = 1 + \frac{62646,06 - 39527,37}{40752,11}$$

$$\text{PRC} = 1,57$$

$$0,57 * 12 =$$

$$6,81$$

1 Años

$$0,81 * 30 =$$

$$24,23$$

6 Meses

24 Días

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Cuadro 61
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 63,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 64,00%	VAN MAYOR
0			62.646,06		62.646,06
1	38.771,58	0,6134969325	23.786,24	0,6097560976	23.641,21
2	39.527,37	0,3763784862	14.877,25	0,3718024985	14.696,38
3	40.752,11	0,2309070468	9.409,95	0,2267088406	9.238,86
4	40.015,75	0,1416607649	5.668,66	0,1382370979	5.531,66
5	42.859,10	0,0869084447	3.724,82	0,0842909134	3.612,63
6	37.109,06	0,0533180642	1.978,58	0,0513968984	1.907,29
7	42.806,67	0,0327104689	1.400,23	0,0313395722	1.341,54
8	45.223,48	0,0200677723	907,53	0,0191094952	864,20
9	46.744,65	0,0123115168	575,50	0,0116521312	544,67
10	49.327,52	0,0075530778	372,57	0,0071049581	350,47
			55,28		-917,15

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 63 + 1,00 \left(\frac{55,28}{972,43} \right)$$

$$TIR = 63 + 1,00 \left(0,06 \right)$$

$$TIR = 63 + 0,06 \left(\right)$$

$$TIR = 63,06 \%$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

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

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

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

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.50) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.50 centavos de utilidad.

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

CUADRO 62
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	107346,75	0,8695652174	93345,00	161020,13	0,8695652174	140017,50
2	109964,93	0,7561436673	83149,29	164947,40	0,7561436673	124723,93
3	112680,69	0,6575162324	74089,38	169021,03	0,6575162324	111134,07
4	115497,11	0,5717532456	66035,85	173245,66	0,5717532456	99053,77
5	118417,40	0,4971767353	58874,38	177626,10	0,4971767353	88311,57
6	121444,87	0,4323275959	52503,97	182167,31	0,4323275959	78755,96
7	124582,93	0,3759370399	46835,34	186874,39	0,3759370399	70253,01
8	127835,08	0,3269017738	41789,51	191752,62	0,3269017738	62684,27
9	131204,96	0,2842624120	37296,64	196807,45	0,2842624120	55944,96
10	134696,32	0,2471847061	33294,87	202044,48	0,2471847061	49942,30
			587.214,22			880.821,34

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

$$R (B/C) = \frac{880821,34}{587214,22}$$

$$R (B/C) = 1,50 \quad \text{Dólares}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 49% en los costos y una disminución del 16,48% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos dis-

minuidos o incrementados en un 49% y 16,48% respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

FORMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

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

CUADRO 63
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 49 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 49,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						62.646,06		62.646,06
1	107.346,75	137.081,80	161.020,13	23.938,33	0,7246376812	17.346,61	0,7194244604	17.221,82
2	109.964,93	140.425,22	164.947,40	24.522,18	0,5250997690	12.876,59	0,5175715543	12.691,98
3	112.680,69	143.893,24	169.021,03	25.127,79	0,3805070790	9.561,30	0,3723536362	9.356,43
4	115.497,11	147.489,81	173.245,66	25.755,86	0,2757297674	7.101,66	0,2678803138	6.899,49
5	118.417,40	151.219,02	177.626,10	26.407,08	0,1998041792	5.276,25	0,1927196502	5.089,16
6	121.444,87	155.085,10	182.167,31	27.082,21	0,1447856371	3.921,11	0,1386472304	3.754,87
7	124.582,93	159.092,40	186.874,39	27.781,99	0,1049171284	2.914,81	0,0997462089	2.771,15
8	127.835,08	163.245,40	191.752,62	28.507,22	0,0760269046	2.167,32	0,0717598625	2.045,67
9	131.204,96	167.548,74	196.807,45	29.258,71	0,0550919599	1.611,92	0,0516258004	1.510,50
10	134.696,32	172.007,20	202.044,48	30.037,28	0,0399217100	1.199,14	0,0371408636	1.115,61
						1.330,64		-189,37
$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 38,00 + 1,00 \left(\frac{1330,64}{1520,02} \right) = \mathbf{38,88 \%}$								

Diferencias TIR = Tir Proyecto - Nueva Tir 63,35 - 38,88 = 24,47 %

Porcentaje de variación = Diferencia. Tir / Tir del proyecto 24,47 / 63,06 = 38,63%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir 38,63 / 38,88 = **0,999**

CUADRO 64
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 18,48 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 18,48%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						62.646,06		62.646,06
1	107.346,75	131.263,61	161.020,13	23.916,86	0,7246376812	17.331,06	0,7194244604	17.206,37
2	109.964,93	134.465,12	164.947,40	24.500,19	0,5250997690	12.865,04	0,5175715543	12.680,60
3	112.680,69	137.785,94	169.021,03	25.105,26	0,3805070790	9.552,73	0,3723536362	9.348,03
4	115.497,11	141.229,86	173.245,66	25.732,76	0,2757297674	7.095,29	0,2678803138	6.893,30
5	118.417,40	144.800,80	177.626,10	26.383,40	0,1998041792	5.271,51	0,1927196502	5.084,60
6	121.444,87	148.502,79	182.167,31	27.057,92	0,1447856371	3.917,60	0,1386472304	3.751,51
7	124.582,93	152.340,00	186.874,39	27.757,08	0,1049171284	2.912,19	0,0997462089	2.768,66
8	127.835,08	156.316,74	191.752,62	28.481,66	0,0760269046	2.165,37	0,0717598625	2.043,84
9	131.204,96	160.437,43	196.807,45	29.232,47	0,0550919599	1.610,47	0,0516258004	1.509,15
10	134.696,32	164.706,66	202.044,48	30.010,34	0,0399217100	1.198,06	0,0371408636	1.114,61
						1.273,27		-245,39
$NTIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{(VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor})} \Bigg) = \frac{38,00}{38,00} + 1,00 \left(\frac{1273,27}{1518,66} \right) = 38,84 \%$								

Diferencias TIR = Tir Proyecto - Nueva Tir 63,35 - 38,84 = 24,51 %

Porcentaje de variación = Diferencia. Tir / Tir del proyecto 24,51 / 63,06 = 38,69%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir 38,69 / 38,84 = **0,9999**

h. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente se presenta las siguientes Conclusiones:

- Del Estudio de Mercado y del análisis de la Oferta y la Demanda, se determina una Demanda Insatisfecha para el año 1 de 113.166 unidades de loción tratamiento para la caída de cabello de 250 gramos, sobre la cual la empresa se encuentra con una capacidad de cobertura del 70% para el primer año, con un incremento del 5% a partir del segundo año y hasta el décimo año del ciclo de vida del proyecto.
- El producto que ofrece la empresa, está diseñado para satisfacer las necesidades del usuario en cuanto gustos y preferencias, observando además las normas de calidad.
- El Canal de Distribución más conveniente es el de Productor – Intermediario – Usuario final, pues la venta directa a través de las impulsadoras, con la utilización de catálogos y muestrarios, permitirá la información completa del producto.
- Del análisis de los aspectos económicos, de entorno empresarial y de mercado, se ha identificado el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa que es en el sector Norte de la ciudad de Palora, en el barrio Sucre, Calles Santiago Palacios y Juan Andrés Bello.

- El proceso de producción demanda de equipos adecuados cuyo costo accesible permite implementar la capacidad instalada necesaria para obtener un producto de calidad.
- Conforme a los resultados de la Evaluación Financiera, el valor actual presente de los flujos de costos e ingresos (VAN) asciende a \$144.339,86, por lo que el proyecto demuestra su viabilidad. La recuperación de la inversión, requerirá de un tiempo de 1 año 6 meses y 24 días (PRC). La tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingreso con la inversión inicial (TIR), es de 63,06%, por lo que el proyecto es aceptable. La Relación Beneficio Costo (B-C) sustenta la realización del proyecto, toda vez que su cálculo registra un valor de \$1.50, es decir que por cada dólar invertido, se obtendrá \$0.50 de utilidad. El incremento del 49% y el decremento del 16,48% a los costos, no afecta al proyecto.

i. RECOMENDACIONES

- La existencia de la Demanda Insatisfecha crea la oportunidad para implantar la nueva Unidad Productiva, que generará las fuentes de trabajo requeridas para el desarrollo económico para la provincia de Morona Santiago.
- La promoción y publicidad para que el producto se posicione en la mente del usuario, debe ser objetiva y con mensajes que relacionen la empresa, el productor y usuario, así mismo los anuncios deben informar, convencer y recordar, al usuario: el nombre de la marca, slogan, beneficios y más información pertinente.
- Es importante reclutar personal de impulsadoras con actitudes y aptitudes que generen el compromiso hacia la consecución de los objetivos de la empresa.
- El sector de ubicación de la empresa es estratégico y facilita el libre acceso a su planta de producción, que debe aprovecharse para llegar hasta los usuarios de la ciudad de Palora.
- La garantía que prestan los equipos de producción debe conservarse mediante un apropiado manejo y mantenimiento, así mismo, acorde al crecimiento de la empresa y a su capacidad económica, deberá implementarse la tecnología de punta más conveniente.
- De acuerdo a los indicadores financieros el proyecto es factible y de conveniencia para su ejecución.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999.
- BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.
- BARNARD Y COLLI, JC LEWANDUEWKI, D.L. SUAREZ JOSE, "Diccionario Económico Financiero", 4 edición. Mostotes. Madrid. España 1995. ISBN.
- ELNICK JULIO, "Manual de Proyectos de Desarrollo Económico", Naciones Unidas, México D: F: Mx. A988.
- ITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. CARLOS, "Fundamentos de Administración Financiera", Harla. México D. F.1989.
- JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.
- MANUEL PASACA MORA, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Loja
- PAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Chile, 1998
- STONER A. F. JAMES, "Administración", Madrid 1985

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1 FICHA RESUMEN

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA LOCIÓN TRATAMIENTO PARA LA CAÍDA DE CABELLO A BASE DE ALOE VERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”

PROBLEMÁTICA

El mundo está al borde de otra recesión, la crisis por la que se atraviesa es un hecho real, la misma que ha generado un desequilibrio social, político y económico. En Latinoamérica se la siente con mayor intensidad, en los países subdesarrollados, lo cual impide el desarrollo de los pueblos. Otro efecto de la crisis mundial es el elevado desempleo en Europa y principalmente en España, lo que influirá para que nuestros compatriotas emprendan el retorno, lo cual provocará mayores demandas de empleo.

Al Ecuador le tocó enfrentar la crisis mundial, en medio de una coyuntura favorable, por la capacidad de sus gobernantes, al aplicar estrategias y políticas de carácter económicas, que han contribuido para entrar en una economía en franco crecimiento, si bien el crecimiento económico del país

para 2014 se desacelerará en relación a 2013, seguirá registrando un crecimiento importante del 5%.

A pesar de este hecho favorable al país, aun le sigue afectando ésta crisis mundial en forma directa al sector de la industria. Debido a que estos sectores vienen arrastrando problemas como: baja inversión, poco interés investigativo tecnológico, escasos beneficios económicos para el sector industrial por el monopolio y acaparamiento de los productos de primera necesidad que producen en los sectores rurales del país.

La falta de apoyo por parte de las entidades financieras, si bien prestan beneficios para otro tipo de créditos, lo hacen con tasa de intereses altas lo cual es muy riesgoso para la inversión empresarial.

En la provincia de Morona Santiago no existen empresas competitivas que generen nuevas fuentes de trabajo ayudando al desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de la región, más bien han contribuido para que la demografía de estos sectores orientales haya sufrido un decrecimiento, tanto es por la migración de nuestros hermanos ecuatorianos, como por el control de natalidad, que hoy en día se aplica en la sociedad, dado que sus habitantes no poseen el suficiente sostén económico para crear sus familias.

La región Amazónica, por su aislamiento geográfico y la falta de políticas de apoyo al pequeño empresario, no ha podido tener acceso a los avances tecnológicos que se han desarrollado en el mundo, situándole en un escenario poco productivo en el área de la industria. Se ha podido evidenciar que en nuestra Provincia, este desarrollo empresarial es casi imperceptible,

debido a la falta de emprendimiento en nuevos proyectos de inversión dirigidos a la producción.

Es por ello, que producto de este insipiente desarrollo empresarial y productivo ha convertido a nuestra sociedad en consumista de todo tipo de productos elaborados en otras provincias y luego comercializados en nuestra localidad.

En calidad de egresada de la Carrera de Administración de Empresas, sentimos el deber de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad, de esta manera se ha podido evidenciar que el sector económico industrial en esta localidad ofrece muchas oportunidades de emprendimiento en nuevos negocios productivos.

Con estos antecedentes, consideramos atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para producción de una loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta producción, conociendo exclusivamente que una persona natural se dedica a la elaboración de este producto en forma artesanal, lo que motiva a aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo, aprovechando que la propietaria tiene la buena disposición de colaborar con la información necesaria para llevar a cabo este objetivo.

Por ello creemos que se puede realizar un **“Proyecto para determinar la factibilidad para la producción y comercialización de loción tratamiento**

para la caída de cabello a base de aloe vera para la provincia de Morona Santiago”. Que ofrezca servicios y costos accesibles a la ciudadanía. Y que estén diseñados acordes a la demanda y necesidad de los potenciales usuarios, respetando el entorno del sector. Ofertando un producto de calidad y con un precio accesible al mercado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al plantear el problema revisamos la falta de apoyo gubernamental que existe en el Ecuador, que delimita a los nuevos emprendedores del país para que puedan crear una nueva empresa de producción de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera en los diferentes sectores económicos; con la finalidad de generar trabajo y mejorar la economía de todo los colaboradores de la empresa; además el país no trabaja en incentivos para paliar la crisis que afecta al sector empresarial como consecuencia de la crisis económica mundial y nuestros esfuerzos como ecuatorianos están encaminados a lograr una empresa de calidad para mantener el liderazgo en el manejo sostenible empresarial; lo cual no ayuda para el crecimiento del sector empresarial a nivel de todo el país.

Por tal motivo se cree conveniente plantear el problema de nuestro proyecto que será **“La Falta de Implementación de una empresa de producción y comercialización de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera en la provincia de Morona Santiago, no permite el crecimiento económico de este sector”**.

OBJETIVOS

Objetivo General

Estudio y elaboración un proyecto de factibilidad, para la creación de una empresa productora de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera y su comercialización en la provincia de Morona Santiago”

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda, el grado de aceptación del producto frente a la competencia.
- Diseñar el estudio técnico para establecer el proceso productivo, por medio de la capacidad instalada y utilizada de producción y de esta manera establecer el tamaño de la planta, la macro y micro localización, su organización y constitución de la empresa y diseño arquitectónico de la construcción de la nave Industrial.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar los costos de activos (fijos, circulantes y diferidos) de la inversión inicial, presupuestos de costos, total de la inversión, etc.
- Efectuar una evaluación financiera con el fin de determinar si el proyecto es o no rentable o factible.

METODOLOGÍA

Los métodos y procedimientos a seguirse en esta investigación serán los siguientes:

Método Inductivo.

Es el proceso que va de lo particular a lo general o también de los hechos a las leyes.

El método inductivo me ayudará a determinar las conclusiones generales del proyecto, así como las recomendaciones en base a los descubrimientos de generalizaciones y teorías a partir de observaciones sistemáticas de la realidad.

Método Deductivo

Es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares.

Ayudará para presentar conceptos, principios, definiciones, normas relacionadas con estudiar la factibilidad de implementar una empresa productora de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera.

Método Descriptivo-Analítico

Consiste en la observación actual de los hechos, fenómenos y casos, que procura la interpretación racional y análisis objetivo de los mismos.

Servirá para realizar el análisis de la información que recolectaremos en la aplicación de las técnicas y los instrumentos que se aplicará en el trabajo de campo, para encontrar respuestas al problema planteado.

Método Sintético

La síntesis va de lo abstracto a lo concreto, ósea, al reconstruir el todo en sus aspectos y relaciones esenciales, permite una mayor comprensión de los elementos constituyentes. Será de utilidad para interpretar la información obtenida y procesada y de esta manera determinar la situación de la oferta y la demanda, información que permitirá establecer las conclusiones y sobre esta base las estrategias para la comercialización en el mercado de la provincia de Morona Santiago.

Método Bibliográfico-Documental

Es aquella que está destinada a recoger y analizar información en diversas fuentes bibliográficas, será de mucha utilidad para armar el marco teórico de la investigación apoyándose de las consultas, análisis, libros, folletos, manuales, guías.

TÉCNICAS:

Observación Directa

Procedimiento utilizado en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos ésta es una técnica dedicada a ver y oír hechos y fenómenos que se desea utilizar. En el presente estudio será observación directa a la actividad empresarial de la región.

Encuesta

Sirve para la recolección de datos para de esa manera organizar, tabular y presentar la información obtenida y poder así analizar los resultados.

Se la aplicará a los posibles demandantes de nuestro producto.

Entrevista

Sirve para recolectar información importante de lo que se pretende hacer den la implementación de una empresa.

Se la aplicará a los oferentes de loción tratamiento para la caída de cabello a base de aloe vera, similares a la del presente proyecto.

Determinación Del Tamaño De La Muestra

Para obtener la población real del año 2013 se aplico la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población del censo del 2010 que es 147.940, de los cuales son el 32% la población económicamente activa de la provincia de Morona Santiago, lo que determina una población de 44.382 personas; y, la tasa de crecimiento poblacional 2,76%.

$$\text{Formula: } D_f = D_b(1 + i)^n$$

D_f= Demanda futura

D_b= Demanda actual

i= tasa de crecimiento

n= Número de años

$$= 44382(1+0.0276)^3$$

$$= 48.159 \text{ PEA de la provincia de Morona Santiago}$$

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

n= Muestra

N= Población de estudio

e= margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{48.159}{1 + 48.159 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{48.159}{120,3975}$$

$$120,3975$$

$$n = 391,4$$

$$n = 400 \text{ total de encuestas aplicar}$$

ANEXO Nº 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
 CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
 MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
 "MED"

PREGUNTA Nº 1

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

0 – 500	()
501 – 1000	()
1001 – 1500	()
1501 – 2000	()
Más de 2000	()

PREGUNTA Nº 2

¿Conoce usted la existencia de loción tratamiento para la caída de cabello?

SI	()
NO	()

PREGUNTA Nº 3

¿Utiliza Ud. loción tratamiento para la caída de cabello?

SI	()
NO	()

PREGUNTA Nº 4

¿En dónde acostumbra a comprar la loción tratamiento para la caída de cabello?

FARMACIAS	()
BAZARES	()
BODEGAS	()
COMISARIATOS	()

PREGUNTA Nº 5

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

PRECIO	()
CALIDAD	()
AROMA	()
INGREDIENTES	()

PREGUNTA Nº 6

¿Cuál es su loción tratamiento para la caída de cabello de preferencia?

L'OREAL	()
H & S	()
DOVE	()
PANTENE	()

PREGUNTA Nº 7

¿Con qué frecuencia adquiere Ud. la loción tratamiento para la caída de cabello?

QUINCENAL	()
MENSUAL	()
TRIMESTRAL	()
SEMESTRAL	()

PREGUNTA Nº 8

¿A qué precios compra Ud. la loción tratamiento para la caída de cabello?

250 gr.	\$ 12,00	()
350 gr.	\$ 15,00	()
500 gr.	\$ 22,00	()

PREGUNTA Nº 9

¿Si se creara una empresa productora de loción tratamiento para la caída de cabello en la provincia de Morona Santiago estaría dispuesta a consumir o adquirir el producto?

SI	()
NO	()

PREGUNTA Nº 10

¿Porque medio de publicidad le gustaría conocer el producto?

RADIO	()
PERIODICO	()
TV	()
OTROS	()

PREGUNTA Nº 11

¿Cómo le gustaría la presentación de la loción tratamiento para la caída de cabello?

50 gr.	()
250 gr.	()
500 gr.	()

ANEXO 3
PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Aceite antioxidante natural	22.547	0,32	7.215,04
Harina espesa la crema	21.457	0,27	5.793,39
Zumo de limón	12947	0,51	6.602,97
Extracto de aloe	19248	0,66	12.703,68
TOTAL	76.199		32.315,08

Elaboración: La Autora

ANEXO 3 - A
PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	32.315,08
2	33.342,70
3	34.403,00
4	35.497,01
5	36.625,82
6	37.790,52
7	38.992,26
8	40.232,21
9	41.511,60
10	42.831,66

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 4

MANO DE OBRA DIRECTA

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15%	FR 1/12	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
				APORTES IESS(12.15)			
OBRERO	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	20,00	486,31
OBRERO	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	20,00	486,31

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

Fuente: MRL 2014

Elaboración: La Autora

ANEXO 4 – A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	11.671,44
2	12.042,59
3	12.425,55
4	12.820,68
5	13.228,38
6	13.649,04
7	14.083,08
8	14.530,92
9	14.993,00
10	15.469,78

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 5
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 14.400,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	14.400,00	1.440,00		12.960,00
1	12.960,00		1296	11.664,00
2	11.664,00		1296	10.368,00
3	10.368,00		1296	9.072,00
4	9.072,00		1296	7.776,00
5	7.776,00		1296	6.480,00
6	6.480,00		1296	5.184,00
7	5.184,00		1296	3.888,00
8	3.888,00		1296	2.592,00
9	2.592,00		1296	1.296,00
10	1.296,00		1296	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 6
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 500,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	500,00	50,00		450,00
1	450,00		45	405,00
2	405,00		45	360,00
3	360,00		45	315,00
4	315,00		45	270,00
5	270,00		45	225,00
6	225,00		45	180,00
7	180,00		45	135,00
8	135,00		45	90,00
9	90,00		45	45,00
10	45,00		45	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 7

DEPRECIACIÓN PARA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 1.690,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL		33,33% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.690,00	563,28		1.126,72
1	1.126,72		375,5743333	751,15
2	751,15		375,5743333	375,57
3	375,57		375,5743333	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 8

DEPRECIACIÓN PARA SEGUNDOS EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 2.000,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL		33,33% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.000,00	666,60		1.333,40
1	1.333,40		444,4666667	888,93
2	888,93		444,4666667	444,47
3	444,47		444,4666667	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 9
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 300,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	300,00	30,00		270,00
1	270,00		27	243,00
2	243,00		27	216,00
3	216,00		27	189,00
4	189,00		27	162,00
5	162,00		27	135,00
6	135,00		27	108,00
7	108,00		27	81,00
8	81,00		27	54,00
9	54,00		27	27,00
10	27,00		27	0,00

ANEXO 10
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

VALOR DEL ACTIVO: 3.420,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	3.420,00	342,00		3.078,00
1	3.078,00		307,8	2.770,20
2	2.770,20		307,8	2.462,40
3	2.462,40		307,8	2.154,60
4	2.154,60		307,8	1.846,80
5	1.846,80		307,8	1.539,00
6	1.539,00		307,8	1.231,20
7	1.231,20		307,8	923,40
8	923,40		307,8	615,60
9	615,60		307,8	307,80
10	307,80		307,8	0,00

ANEXO 11

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

VALOR DEL ACTIVO: 1.228,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.228,00	122,80		1.105,20
1	1.105,20		110,52	994,68
2	994,68		110,52	884,16
3	884,16		110,52	773,64
4	773,64		110,52	663,12
5	663,12		110,52	552,60
6	552,60		110,52	442,08
7	442,08		110,52	331,56
8	331,56		110,52	221,04
9	221,04		110,52	110,52
10	110,52		110,52	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 12

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	2646,00	264,60	2.381,40
2	2.381,40	264,60	2.116,80
3	2.116,80	264,60	1.852,20
4	1.852,20	264,60	1.587,60
5	1.587,60	264,60	1.323,00
6	1.323,00	264,60	1.058,40
7	1.058,40	264,60	793,80
8	793,80	264,60	529,20
9	529,20	264,60	264,60
10	264,60	264,60	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 36

ANEXO 13

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	V. TOTAL
Envases Plásticos	15.600	0,62	9.672,00
Cajas full color	15.600	0,18	2.808,00
Etiquetas Adhesivas	15.600	0,0147	229,32
Sellos adhesivos - seguridad	15.600	0,0214	333,84
TOTAL			13.043,16

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

ANEXO 13 - A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	13.043,16
2	13.457,93
3	13.885,89
4	14.327,47
5	14.783,08
6	15.253,18
7	15.738,23
8	16.238,71
9	16.755,10
10	17.287,91

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 14**PROYECCIÓN PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	20.169,60
2	20.810,99
3	21.472,78
4	22.155,62
5	22.860,17
6	23.587,12
7	24.337,19
8	25.111,11
9	25.909,65
10	26.733,57

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 15**PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	5.628,00
2	5.806,97
3	5.991,63
4	6.182,17
5	6.378,76
6	6.581,60
7	6.790,90
8	7.006,85
9	7.229,67
10	7.459,57

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 16

PROYECCIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	3.600,00
2	3.714,48
3	3.832,60
4	3.954,48
5	4.080,23
6	4.209,98
7	4.343,86
8	4.481,99
9	4.624,52
10	4.771,58

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 17

PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,18%
1	12.648,48
2	13.050,70
3	13.593,61
4	14.159,11
5	14.748,12
6	15.361,65
7	16.000,69
8	16.666,32
9	17.359,64
10	18.081,80

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ANEXO 18

DEPRECIACIÓN INSTALACIONES Y ADECUACIONES

VALOR DEL ACTIVO: 10.000,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			20% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	10.000,00	2.000,00		8.000,00
1	8.000,00		800	7.200,00
2	7.200,00		800	6.400,00
3	6.400,00		800	5.600,00
4	5.600,00		800	4.800,00
5	4.800,00		800	4.000,00
6	4.000,00		800	3.200,00
7	3.200,00		800	2.400,00
8	2.400,00		800	1.600,00
9	1.600,00		800	800,00
10	800,00		800	0,00

Elaboración: La Autora

ANEXO 19

DEPRECIACIÓN VEHICULO

VALOR DEL ACTIVO: 10.000,00				
5 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	10.000,00	1.000,00		9.000,00
1	9.000,00		1800	7.200,00
2	7.200,00		1800	5.400,00
3	5.400,00		1800	3.600,00
4	3.600,00		1800	1.800,00
5	1.800,00		1800	0,00

ANEXO 20**PROYECCIÓN COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16%
1	1.008,00
2	1.049,93
3	1.093,61
4	1.139,10
5	1.186,49
6	1.235,85
7	1.287,26
8	1.340,81
9	1.396,59
10	1.454,69

Elaboración: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador tasa de inflación a enero de 2014

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	12
e. MATERIALES Y MÉTODOS	39
f. RESULTADOS	44
g. DISCUSIÓN.....	60
h. CONCLUSIONES	156
i. RECOMENDACIONES	158
j. BIBLIOGRAFÍA	159
k. ANEXOS.....	160
INDICE	183