



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN ARTESANAL
CON EXTRACTOS DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTORÍA: Laura Josefina Avellaneda Hernández

DIRECTOR: Ing. Marcelo Vallejos

IBARRA, 2015.

RESUMEN EJECUTIVO

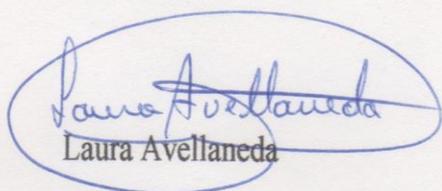
El proyecto comprende la creación de una microempresa de elaboración, producción y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra, la cual estará ubicada en la calle Guayas s/n y 13 de Abril sector Azaya un sitio estratégico libre de contaminación ambiental y rápido acceso vehicular. El producto a ofrecer tiene los siguientes ingredientes: base para la elaboración del jabón, aceite de oliva y palma, extractos botánicos que han sido consideradas no solo en la medicina natural sino también en la higiene y cosmética. Este es un producto diferenciado por el hecho de ser elaborado artesanalmente para fines específicos, por esta razón nació la idea de implementarlo en nuestro medio. De la investigación de mercado se determina que es factible la realización del proyecto con respecto a la demanda de jabón artesanal. Con el análisis del estudio técnico se determina que el cantón Ibarra cuenta con los factores necesarios que intervienen para tener mejores resultados en la creación de la microempresa. Con el análisis realizado a través del estudio financiero sobre la inversión, el pronóstico de ingresos, la determinación de egresos, el planteamiento de los estados financieros y de evaluadores se determina la factibilidad del proyecto. Además se identificó el orgánico funcional con el que cuenta para el funcionamiento de cada una de sus áreas tomando en cuenta las funciones y responsabilidades de cada trabajador. El análisis de impactos permitió identificar el nivel de afectación que genera el desarrollo de la microempresa obteniendo como resultados positivos porque están encaminados al mejoramiento de varios aspectos que se presentan.

ABSTRACT

This project is about “Creating a small company to elaborate, produce and commercialize handmade soap made with medicinal plants extracts” in the city of Ibarra. This company is located in Guayas Street and 13 de April Avenue in Azaya neighborhood, a strategic place free of environmental pollution and with a quick vehicular access. The product to be offer has the following ingredients: base for the elaboration of the soap, olive and palm oil, botanic extracts which have been considered not only in natural medicine but in hygiene and cosmetic as well. This product differs from others because of the fact that is handmade and it is elaborated for specific purposes and for this reason the idea of implementing it in our environment was born. The marketing research determined that it is feasible to carry out this project according to the demand of handmade soap. The analysis and interpretation of data determines that Ibarra County has the necessary factors that are involved in order to obtain best results in the creation of this small company. The analysis made through the financial study about the investment, the revenue forecast, the determination of expenses and the approach to the financial and evaluation statement determine the project feasibility. Besides, the organic functional that counts with for the functioning of each area taking into account the roles and responsibilities of every worker was identified. The analysis of impacts let identify the level of influence that generates the development of this small company obtaining positive results since they are guided to the improvement of a variety of aspects that are presented.

AUTORÍA

Yo, Laura Josefina Avellaneda Hernández, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1001632924 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN DE JABÓN ARTESANAL CON EXTRACTOS DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



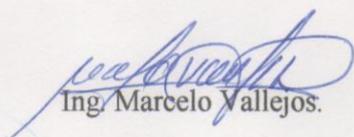
Laura Avellaneda
Laura Avellaneda

CI: 1001632924

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Laura Josefina Avellaneda Hernández, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN DE JABÓN ARTESANAL CON EXTRACTOS DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 1 días del mes de abril del 2015.



Ing. Marcelo Vallejos.

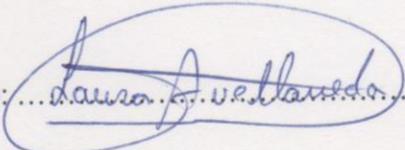
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Laura Josefina Avellaneda Hernández, con cédula Nro. 100163292-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN ARTESANAL CON EXTRACTO DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA, EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firmas): 

Nombres: Laura Josefina Avellaneda Hernández
Cédulas: 100163292-4

Ibarra, a los 16 días del mes de diciembre del 2015



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

➤ IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN	100163292-4		
APELLIDOS Y NOMBRES	Avellaneda Hernández Laura Josefina		
DIRECCIÓN	Huertos Familiares calle Guayas s/n		
EMAIL	lauryvel@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO	062 558 236	TELÉFONO MOVIL	099 408 1735
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN ARTESANAL CON EXTRACTO DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”		
AUTORA:	Laura Josefina Avellaneda Hernández		
FECHA:	2015-05-25		
PROGRAMA:	PREGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. Marcelo Vallejos		



➤ AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Laura Avellaneda, con cédula de ciudadanía Nro. 100163292-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

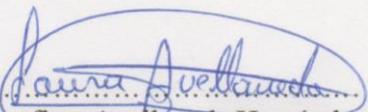
➤ CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de diciembre de 2015.

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

(Firma) 
Laura Josefina Avellaneda Hernández
C.C. 1001632924

(Firma) 
Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de consejo universitario

DEDICATORÍA

Con amor.

A mi hijo: Juan Carlos Grijalva A.

A mi madre: María Evangelina Hernández

A la memoria de: mi padre, hermana.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, la que es una universidad pública en su nombre y a sus formadores de formadores por el gran bagaje de conocimientos que supieron colocar para poder enaltecer con ello mi sabiduría; condicionado esta que fue un paso firme el haber optado por la profesionalización en Contabilidad y Auditoría.

A mis compañeros con los cuales forjamos desde su inicio el final que hoy satisfactoriamente lo hemos conquistado.

A mis maestros que me dieron la senda de la sabiduría con sus conocimientos durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

Gracias.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN ARTESANAL CON EXTRACTO DE PLANTAS MEDICINALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”, se ha desarrollado con la finalidad de determinar su viabilidad. Para esto se analizó lo siguiente:

En el diagnóstico situacional del sector se determinó aspectos negativos y positivos que intervienen en el desarrollo del proyecto.

En el capítulo II se contextualizó las bases teóricas que sirven como guías de información investigativas para el proyecto.

En el capítulo III se realizó el Estudio de Mercado con el propósito de conocer la oferta y la demanda actual del producto y los precios que son manejados.

En el Estudio Técnico: se determinó la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que necesita la empresa para su creación.

En el Estudio Financiero: se analizó las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la oportunidad de inversión.

En el capítulo VI se plantea el modelo administrativo de la empresa, tomando como base la visión, misión y la estructura de la microempresa.

En el capítulo VII: se realiza el análisis de impactos que generará la creación de la empresa en diferentes aspectos como son: socioeconómico, empresarial, educativo cultural y ambiental, que influirá en su aplicación.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxvii
GENERAL.....	xxvii
ESPECÍFICOS	xxvii
CAPÍTULO I	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos Diagnósticos	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos	29
Variables diagnósticas	30
Indicadores.....	30
Matriz de variables diagnósticas	31
Mecánica operativa	31
Análisis de las variables diagnósticas	32
Aspectos Geográficos	32
Aspecto demográfico	33
Tasa de crecimiento de la población del Ibarra 2010 - 2015	33

Población de Ibarra por género y sector	34
Proyección de la población de Ibarra por género.....	34
Aspectos socioeconómicos	34
Actividad económica	34
Población económicamente activa, (año 2010).	35
Sector productivo	35
Sector comercial en la ciudad de Ibarra	36
Salario básico unificado	37
Canasta básica.....	37
Cambio de leyes.....	38
Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	38
Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.....	39
Construcción de la matriz AOOD	39
Determinación de la oportunidad de la inversión	40
CAPÍTULO II.....	42
MARCO TEÓRICO.....	42
Empresa.....	42
Situaciones contables	42
Situaciones Tributarias personas naturales	44
Deberes formales	44
Producción	45
Factores de la producción	45
Tecnología.....	45
Ciencia económica actual	46
La inversión	46
Comercialización	46
El producto.....	47
Definición de jabón de tocador	47
Reglamento de registro y control sanitario	47
El mercado	48
Variables del mercado.....	48
Fuentes de información.....	49
La oferta	49

La demanda.....	50
Precio	50
Proyección de la demanda	50
Segmentación del mercado	51
Mercado meta.....	51
Estrategia de mercadeo	51
Estudio técnico.....	52
Localización del proyecto	52
Microlocalización	53
Ingeniería del proyecto	53
Estudio financiero	54
Estado de situación financiera inicial	54
Determinación de ingresos proyectados	55
Determinación de Egresos Proyectados.....	55
Costo de producción	56
Gastos Administrativos.....	56
Gastos de Venta	57
Tabla de amortización.....	57
Tabla de depreciación	57
Costo oportunidad.....	58
Cálculo del VAN.....	58
Cálculo de la TIR.....	58
Recuperación de dinero en el tiempo.....	59
Recuperación de dinero descontado.....	59
Índice beneficio costo	59
Determinación de la Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable TMAR.....	60
Punto de Equilibrio	60
Estructura organizacional.....	60
Conclusión:	61
CAPÍTULO III.....	62
ESTUDIO DE MERCADO	62
Presentación	62
El mercado	62

Objetivos del estudio de mercado	63
Objetivo general.....	63
Objetivos específicos	63
Variables	63
Indicadores.....	63
Matriz de variables de mercado	65
Mecánica operativa.....	65
Presentación del producto	65
Características del Jabón de tocador artesanal.....	66
Aromas a realizar en el jabón de tocador.....	66
Productos sustitutos	68
Subproductos.....	68
Mercado meta.....	68
Análisis de la demanda	69
Identificación de la muestra	69
Tamaño de la muestra	70
Tabulación y presentación de resultados	71
Resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.....	71
Guía de encuesta dirigida a comerciantes.....	71
Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores.....	75
Guía de encuestas dirigida a la población de Ibarra	75
Determinación de la demanda.....	84
Consumidores	85
Lugar de compra del jabón artesanal	85
Cantidad comprada	85
Proyección de la demanda	86
Proyección del crecimiento de la población de Ibarra al 2015	87
Demanda	87
Cálculo para obtener la demanda actual	88
Demanda actual.....	88
Análisis de oferta	88
Proyección de la oferta.....	90
Balance oferta demanda.....	90

Demanda potencial a satisfacer.....	91
Análisis del precio.....	91
Análisis de proveedores	92
Materia prima e insumos.....	93
Participación del proyecto.....	93
Estructura y segmentación de mercado.....	93
Mercado meta.....	94
Estrategias de mercado	94
Conclusiones del Estudio de Mercado.....	96
CAPÍTULO IV.....	98
ESTUDIO TÉCNICO	98
Objetivo específico	98
Localización del proyecto	98
Macrolocalización del proyecto.....	99
Microlocalización de la empresa	99
Tamaño del proyecto.....	100
Factores condicionantes del tamaño del proyecto	100
Ingeniería del proyecto	102
Proceso productivo y/o de comercialización	102
Flujo del proceso productivo	103
Tecnología.....	104
Análisis de comercialización	107
Control de calidad del producto terminado.....	107
El producto.....	109
Canales de distribución	109
Estrategias de comunicación.....	110
Estrategias de plaza.....	110
Precio	111
Costos de publicidad.....	112
Maquinaria y equipo	112
Obras civiles.....	114
Infraestructuras básicas	114
Distribución de la empresa.....	116

Talento humano	118
Presupuesto técnico.....	118
Inversiones fijas	119
Muebles y Enseres	119
Servicios básicos.....	120
Suministros y materiales indirectos	120
Materiales Consumibles.....	121
Equipo de cómputo	121
Suministros de oficina.....	121
Gasto mantenimiento equipo de cómputo.....	122
Gasto mantenimiento maquinaria	122
Sueldos y Salarios MOD, MOI.....	122
Materia prima en jabón de tocador 80 gramos.....	124
Resumen de costos: MPD, MOD, MOI, Y GGF.....	125
Costos de Constitución	126
Resumen de las inversiones fijas	126
Inversiones Diferidas	127
Capital de trabajo	127
Inversión total del Proyecto	128
Financiamiento.....	128
Talento humano	128
Operación del proyecto	129
Flujo gramas.....	129
Diagrama del proceso operativo	130
Desarrollo y operaciones.....	130
Flujo grama del proceso de compra venta	131
Proceso de exhibición de la mercadería.....	132
Flujo Operacional.....	132
Plantilla de control	133
Diseño de plantilla de control	134
CAPÍTULO V	136
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	136
Objetivos específicos	136

Determinación de la inversión	137
Inversiones fijas	137
Inversión variable.....	137
Financiamiento.....	138
Inversión propia	138
Estructura de la inversión.....	139
Amortización del crédito.....	139
Determinación de ingresos proyectados	140
Ingresos	140
Determinación de egresos proyectados.....	141
Costos de producción.....	141
Costos de distribución.....	142
Proyección de sueldos y salarios.....	142
Gastos de venta	144
Gastos financieros	145
Proyección de Gastos administrativos y de ventas	145
Costo de Distribución (CD) fórmula.....	146
Tabla de depreciación	147
Depreciación de Activos Fijos	147
Amortización costos de constitución	148
Estados financieros proyectados	149
Estado de Situación Inicial Proyectado.....	149
Estado de Resultados proyectado.....	150
Flujo de efectivo financiero	151
Evaluación financiera.....	152
Costo de Oportunidad	152
Tasa de Rendimiento Medio TMAR.....	152
Valor actual neto	153
Tasa Interna de Retorno TIR.....	154
Recuperación de dinero en el tiempo.....	154
Índice de costo beneficio	155
Resumen de la Evaluación Financiera	156
Punto de Equilibrio	157

Análisis del punto de equilibrio	157
Punto de equilibrio proyectado	158
CAPÍTULO VI.....	160
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	160
Objetivo.....	160
La empresa	160
Breve reseña histórica	161
Misión	162
Visión.....	162
Objetivos de la empresa	162
Políticas de la empresa.....	163
Principios y Valores	163
Estructura organizacional.....	164
Manual de funciones	166
CAPÍTULO VII	170
IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	170
Impactos	170
Objetivo.....	170
Matriz de impactos.....	170
Impacto Socio-Económico.....	171
Impacto Tecnológico	172
Impacto comercial.....	173
Impacto Ecológico	174
CONCLUSIONES	175
RECOMENDACIONES	175
LINKOGRAFÍA	176
ANEXOS	178

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I	29
Matriz de Variable Diagnóstica	31
Tasa de crecimiento de la población de Ibarra 2010-2015	33
Población de Ibarra por género y sector	34
Proyección de la población de Ibarra por género.....	34
Población económicamente activa, (año 2010).	35
Sector productivo	36
Sector comercial en la ciudad de Ibarra	37
Salario básico unificado	37
Canasta básica.....	38
Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.....	39
Matriz AOOR.....	40
CAPÍTULO III.....	62
Matriz de variable de mercado.....	65
Crecimiento de la población al 2015	69
Venta de jabón de tocador elaborado artesanalmente.....	71
Adquisición al año cajas de jabón.....	72
Precio de adquisición de la caja de jabón de 100 u.....	73
Adquisición del producto en los meses de:.....	74
Adquisición del producto en:	75
Consumo de jabón de tocador artesanal.....	76
Sensibilidad en la piel	77
Consumo mensual de jabón de tocador	78
Presentación comercial del jabón:	79
Beneficios de uso del jabón de tocador artesanal.	80
Difusión del uso del jabón de tocador artesanal.	81
Adquisición de jabón de tocador.....	82
Preferencia en la adquisición del producto.	83
Donde adquirir el producto.	84
Lugar de compra	85
Cantidad comprada	86
Proyección del crecimiento de la población de Ibarra al 2015	87

Demanda	87
Cálculo para obtener la demanda	88
Demanda actual.....	88
Análisis de la oferta	89
Proyección de la oferta.....	90
Balance oferta demanda	90
Demanda potencial a satisfacer.....	91
Análisis del precio.....	92
Estructura y segmentación del mercado.	94
Estrategias de mercado	96
CAPÍTULO IV.....	98
Costo de publicidad.....	112
Maquinaria y equipo	113
Muebles y Enseres	119
Servicios básicos	120
Suministros y materiales indirectos	120
Materiales consumibles.....	121
Equipo de cómputo	121
Suministros de oficina.....	121
Gasto mantenimiento equipo de cómputo.....	122
Gasto mantenimiento maquinaria	122
Sueldos y salarios; MOD, MOI.	123
Materia prima en jabón de tocador 80 gramos.....	124
Resumen de costos: MPD, MOD, MOI, Y GGF.	125
Costos de constitución	126
Resumen de las inversiones fijas	127
Capital de Trabajo.....	127
Inversión total del proyecto	128
Desarrollo de operaciones.....	130
Horas Contadas	131
Plantilla de control	133
CAPÍTULO V	136
Inversiones fijas	137

Inversión variable.....	138
Inversión propia	138
Estructura de la inversión.....	139
Amortización del crédito.....	139
Tabla amortización del crédito.....	140
Determinación de ingresos proyectados	140
Costos de producción.....	141
Costo de producción	142
Proyección de sueldos y salarios.....	142
Gastos Administrativos.....	143
Gastos de venta	144
Gastos financieros.....	145
Proyección de costos y gastos.....	145
Costo de Distribución (CD) fórmula.....	146
Proyección de costo de distribución	146
Tabla para la depreciación de activos	147
Depreciación de Activos.....	147
Amortización Costo de Constitución.....	148
Estado de Situación Inicial Proyectado.....	149
Estado de Resultados proyectado.....	150
Flujo de efectivo financiero	151
Costo de oportunidad.....	152
Valor actual neto	153
Tasa Interna de Retorno TIR.....	154
Recuperación de dinero en el tiempo.....	154
Índice de costo beneficio	155
Resumen de la evaluación financiera.....	156
Análisis del punto de equilibrio	157
Punto de equilibrio proyectado	158
CAPÍTULO VI.....	160
Descripción del puesto de gerente	166
Descripción del puesto de contador	167
Descripción puesto personal de producción	168

Descripción puesto ejecutivo de ventas	169
CAPÍTULO VII	170
Matriz de impactos.....	170
Impacto socio-económico	171
Impacto Tecnológico	172
Impacto comercial.....	173
Impacto ecológico.....	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I	29
Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.....	39
CAPÍTULO III.....	62
Venta de jabón de tocador elaborado artesalmente.....	71
Adquisición al anual de cajas de jabón	72
Precio de adquisición de la caja de jabón	73
Vende del producto en los meses de:	74
Vende del producto en:	75
Consumo jabón de tocador artesanal	76
Consumo jabón tocador	77
Consumo mensual de jabón de tocador	78
Presentación comercial del jabón:	79
Beneficios del uso del jabón artesanal.....	80
Difusión del jabón artesanal.....	81
Adquisición de jabón de tocador.....	82
Preferencia de aromas en el producto.	83
Donde adquirir el producto	84
CAPÍTULO IV.....	98
Flujo de procesos del Jabón artesanal	103
Distribución de la planta	115
Determinación de las áreas estructurales	115
Fachada frontal y lateral de la empresa.....	116
Operación del proyecto	129

Flujo grama de procesos de compra venta	131
Proceso de exhibición de la mercadería	132
Flujo Operacional.....	133
Diseño de plantilladle control	134
CAPÍTULO V	136
Punto de equilibrio proyectado	159
CAPÍTULO VI.....	160
Estructura organizacional.....	165

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CAPÍTULO III.....	62
Presentación del producto	65
Jabón de tocador de miel de abeja	66
Jabón de tocador de manzanilla	67
Jabón de tocador de avena	67
Jabón de tocador de almendras	67
CAPÍTULO IV.....	98
Macrolocalización del proyecto	99
Microlocalización de la empresa	100

INTRODUCCIÓN

Los jabones son un producto histórico que se ha adaptado a las necesidades humanas conforme ha pasado el tiempo. Fue un producto social cuando en el siglo XV los baños públicos eran un sitio de reunión, después su uso se consideró inmoral, por lo que sólo se utilizaban perfumes para evitar los malos olores, y fue hasta el siglo XVIII, cuando se comprobó que su uso evitaba infecciones y enfermedades, que este producto se industrializó. Como consecuencia, en la actualidad lo usamos en diferentes presentaciones y para una gran cantidad de necesidades generalmente creadas por el ser humano.

Las enfermedades relacionadas con los malos hábitos de higiene personal y la frecuencia de pacientes que visitan las áreas médicas por afecciones cutáneas las mismas que crean efectos negativos de índole social, económica y psicológica. Es así como nace la iniciativa de hacer y elaborar jabón en barra con un bajo contenido químico que no sensibilice el tejido dérmico favoreciendo la higiene corporal a base de extractos de plantas medicinales que serán cultivadas en nuestro sector. La aportación de la mujer a la cultura de las plantas medicinales y micro empresariales no sólo debe contemplarse como la de una hábil recolectora y minuciosa manipuladora de flores y frutos para la industria agroalimentaria, sino como la de una persona responsable que asume la seguridad alimentaria y las estrategias de subsistencia familiar.

JUSTIFICACIÓN

La creación de una microempresa de producción y comercialización de jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales dentro de la parroquia Alpachaca, sector Huertos Familiares se ve garantizada por no existir un nicho que se dedique exclusivamente a incursionar en esta actividad, aprovechando los conocimientos ancestrales para la fabricación de jabón de tocador con extractos de plantas medicinales que han producido efectos positivos en tratamientos dermatológicos, y por ello la cosmética natural, la ecología contribuyen con la salud, belleza y la preservación del medio ambiente; resaltando su importante contribución en el plano productivo y laboral. Es el reto que nace en junio de 2015 para reivindicar el papel protagonista de la mujer en este sector socio-económico, y mejorar el presente, futuro ante los cambios globales.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de jabón de tocador con extractos de plantas medicinales en la parroquia Alpachaca barrio Azaya sector Huertos Familiares de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, mediante el uso de herramientas financieras que permitan determinar la viabilidad del proyecto.

ESPECÍFICOS

- Estructurar un diagnóstico para conocer la situación actual de la producción y comercialización de jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra, con el fin de determinar antecedentes y características generales del área de investigación, futuro entorno de acción de la microempresa a establecerse.
- Contextualizar el marco teórico mediante la recopilación de información bibliográfica, que servirá como punto de origen y apoyo para el desarrollo del estudio de factibilidad.
- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de los gustos y preferencias de la población objetivo, para identificar la demanda, oferta, precios y comercialización de Jabón de tocador en la ciudad de Ibarra.
- Efectuar un estudio técnico para determinar, la localización, el tamaño, procesos productivos, maquinaria y equipo, obras civiles, y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B y punto de equilibrio, con la finalidad de determinar si el proyecto es rentable.
- Realizar un estudio de la Estructura Organizacional de la empresa, con el fin de diseñar

una propuesta administrativa para la microempresa, mediante el uso de instrumentos y herramientas que permitan desarrollar de manera adecuada sus actividades.

- Determinar los principales impactos que generará la implementación del proyecto, con la finalidad de potencializar los efectos positivos y mitigar los negativos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Con el diagnóstico situacional se caracterizará el área donde se gestionará el proyecto, analizando los aspectos: geográficos, demográficos y actividades económicas. Se conocerá también a los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación del centro de procesamiento y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura-Ecuador.

1.2. Objetivos Diagnósticos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico para conocer la situación actual de la producción y comercialización de jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra, con el fin de determinar antecedentes y características generales del área de investigación, futuro entorno de acción de la microempresa a establecerse.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los aspectos geográficos de la zona objeto de estudio.
- Determinar los aspectos socio-demográficos generales de los habitantes del cantón Ibarra.
- Conocer los aspectos socio-económicos de la población.
- Analizar el sector empresarial que produce y comercializa jabón elaborado artesanalmente.

1.2.3. Variables diagnósticas

- Aspectos geográficos,
- Aspectos demográficos,
- Aspectos socio – económicos,
- Aspectos empresariales.

1.2.4. Indicadores

Aspectos geográficos

- Ubicación geográfica,
- División política,
- Límites,
- Clima.

Aspectos Demográficos

- Población ,
- Tasas de crecimiento,
- Población económicamente activa.

Aspectos Socio-económicos

- Actividad económica,
- Salario básico unificado,
- Canasta básica,
- Cambio de leyes.

Sector empresarial

- Sector productivo,
- Sector comercial.

1.3. Matriz de variables diagnósticas

Cuadro n° 1
Matriz de Variable Diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	INSTRUMENTOS
Identificar los aspectos geográficos de la zona objeto de estudio	Aspectos geográficos	Ubicación geográfica División política Límites Clima	Investigación Plan Estratégico del Cantón
Determinar los aspectos demográficos generales de los habitantes del cantón Ibarra	Aspectos demográficos	Tasa de crecimiento Población por género y sector Proyección de población por género	Fuente secundaria internet Plan Estratégico del Cantón
Conocer los aspectos socioeconómicos de la población	Aspectos socio económicos	Avtividad económica Salario básico unificado Canasta básica Cambio de leyes	Plan Estratégico del Cantón INEC Referencias estadísticas
Analizar el sector empresarial que produce y comercializa jabón artesanal en la ciudad de Ibarra	Sector empresarial	Sector productivo Sector comercial	Plan Estratégico del Cantón INEC Investigación internet

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra GAD-I, www.ibarra.gob.ec
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

1.4. Mecánica operativa

La siguiente información que se describe y analiza fue previamente investigada en documentos digitales del municipio de Ibarra a través del internet.

1.4.1. Análisis de las variables diagnósticas

1.4.2. Aspectos Geográficos

Las características geográficas del Cantón Ibarra se analizarán en base a su ubicación geográfica, división política, límites y clima.

Ubicación geográfica

El cantón Ibarra se encuentra en la región norte del Ecuador, pertenece a la provincia de Imbabura, está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la república a 126 Km², a 135 Km². Altitud: 2.192 metros.

- Latitud: 00° 21' N.
- Longitud: 078° 07' O.

División política

Ibarra para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que se agrupan en 5 parroquias urbanas. Además, existen otras 7 parroquias rurales. Las parroquias urbanas y rurales de Ibarra son los detallados a continuación:

- Parroquias Urbanas, San Francisco, El Sagrario, Caranqui y los ceibos, Alpachaca, y el Priorato.
- Parroquias Rurales, Angochagua, Ambiquí, Salinas, La Esperanza, La Carolina y San Antonio.

Límites del Cantón Ibarra

- Norte: provincia del Carchi,
- Oeste: cantones Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo,
- Este: cantón Pimampiro; y,
- Sur: provincia de Pichincha.

Clima. Su clima es templado la temperatura entre los 12° y los 32° Celsius.

1.4.3. Aspecto demográfico

Se realiza un análisis de los aspectos demográficos que determinan la población; la tasa de crecimiento de la población del cantón Ibarra, la población de Ibarra por género y sector, y; proyección de la población por género. Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010.

Población. La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes. Significa que el 77.12% de la población total corresponde a la población urbana; y, el 22.88% a la población rural.

1.4.3.1. Tasa de crecimiento de la población del Ibarra 2010 - 2015

Según datos estadísticos del último censo del año 2010, el INEC considera para los últimos años una tasa de crecimiento promedio anual del 2,4%; por lo tanto al año 2011 la población total es de 185.523 habitantes aproximadamente.

Cuadro n° 2

Tasa de crecimiento de la población de Ibarra 2010-2015

AÑOS	POBLACIÓN DE IBARRA	TASA DE CRECIMIENTO
2010	181.175	
2011	185.523	2,40%
2012	189.976	2,40%
2013	194.535	2,40%
2014	199.204	2,40%
2015	203.985	2,40%

Fuente: www.ecuadorencifras.com; datos INEC. 2010

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

1.4.3.2. Población de Ibarra por género y sector

Cuadro n° 3
Población de Ibarra por género y sector

SECTOR	HOMBRES	PORCENTAJE MUJERES	PORCENTAJE
URBANO	63.349	34,97%	68.507
RURAL	24.437	13,49%	24.882
TOTAL	87.786	48,46%	93.389

Fuente: www.ecuadorencifras.com; datos INEC. 2010

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

1.4.3.3. Proyección de la población de Ibarra por género

Cuadro n° 4
Proyección de la población de Ibarra por género

AÑO	POBLACIÓN HOMBRES	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN MUJERES	TASA DE CRECIMIENTO
2010	87.786		93.389	
2011	89.893	2,40%	95.630	2,40%
2012	92.050	2,40%	97.925	2,40%
2013	94.259	2,40%	100.276	2,40%
2014	96.522	2,40%	102.682	2,40%
2015	98.838	2,40%	105.147	2,40%

Fuente: datos cuadro n° 3 poblaciones de Ibarra por género

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

1.4.4. Aspectos socioeconómicos

Las características socioeconómicas del cantón Ibarra se analizarán en base a su actividad económica, salario básico unificado, costo de la canasta básica y el cambio de leyes que influyen en el aspecto económico de la ciudad de Ibarra.

1.4.4.1. Actividad económica

De acuerdo a datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se encontró que la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra de acuerdo a las actividades económicas es de 80.669.

1.4.4.2. Población económicamente activa, (año 2010).

Cuadro n° 5
Población económicamente activa, (año 2010).

SEXO	CONDICION DE ACTIVIDAD 10 Y MAS ANOS		
	PEA	PEI	TOTAL
HOMBRE	46.866	21.415	68.281
MUJER	33.803	37.638	71.441
TOTAL	80.669	59.053	139.722

Fuente: www.ecuadorencifras.gub.ec/
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

1.4.4.3. Sector productivo

Principales actividades y ramas de ocupación del cantón. La estructura económica esencial del cantón Ibarra la marca la Población Económicamente Activa (PEA) que para el 2010 la tasa de crecimiento es del 2,99%, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios. (Según los datos analizados del Instituto Nacional de Estadística y Censo en el 2010)

Agropecuario: Representa el 11, 61 %, está relacionado con las actividades agrícolas, ganaderas, silvicultura y pesca, actividades se concentran en las parroquias rurales de Lita, La Carolina y Salinas, esto se debe a que las condiciones ambientales, culturales y productivas de sus terrenos permiten que continúen trabajando en sus localidades.

Industrias: Que representa el 19,38%, está relacionado con las principales actividades en la industria manufacturera que está ubicada en el casco urbano y tiene el principal tipo de ocupación que es el de ser empleado privado, y la otra actividad que es en la construcción, esto se concentra en las áreas periféricas urbanas donde están construyéndose conjuntos habitacionales que utilizan la mano de obra de personas que viven en los sectores rurales.

Servicios: Es el más representativo a nivel cantonal con el 58,02%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y

transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a las zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano, haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

Cuadro n° 6
Sector productivo

ACTIVIDAD	PEA	%
SECTOR AGROPECUARIO		
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9.367	11,6
SECTOS INDUSTRIAL		
SUBTOTAL	15.630	19,38
SECTOR SERVICIOS		
No declarado	46.855	58,08
Trabajador nuevo	6.086	7,54
SUBTOTAL	2.731	3,39
TOTAL	55.672	69
PEA TOTAL DE IBARRA	80.669	99,99

Fuente: INEC: Censo de Población y vivienda 2010, Equipo técnico UTN
Elaboración: Laura Avellaneda
Año: 2015

1.4.4.4. Sector comercial en la ciudad de Ibarra

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se deduce que la importancia de la ciudad radica en la actividad comercial; esta actividad genera el 72% del total de ingresos anuales que bordean los 178 millones de dólares. Ibarra es el punto de acopio, comercialización y distribución de productos al resto de la provincia y al Carchi. Los pequeños negocios como tiendas de abastos que tiene Ibarra, bordean el 23%, de un total de 5.682 establecimientos afincados en la ciudad.

Cuadro n° 7
Sector comercial en la ciudad de Ibarra

LAS ACTIVIDADES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE IBARRA			
Principales actividades (según número de establecimientos)	Total de establecimientos	Ingresos por ventas	Personal ocupado
Ventas al por menor no especializadas en alimento, bebidas o tabacos.	1.308	73'408.982	1.964
Ventas al por menor no especializadas en alimentos, bebidas o tabaco en puesto de mercados	723	16'043.546	866
Ventas al por menor de alimentos en comercios especializados	461	11'506.745	589
Ventas al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454	17'701.859	700
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	359	10'370.317	829

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec
 Elaborado por: Laura Avellaneda
 2015.

1.4.5. Salario básico unificado

En el Ecuador el salario mínimo es fijado por el Ministerio de Relaciones Laborales, éste salario comprende jornadas de 40 horas semanales y rige para el sector privado además incluye otros grupos sectoriales como: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola; y, sector de las maquilas.

Cuadro n° 8
Salario básico unificado

EVOLUCIÓN SALARIO BÁSICO UNIFICADO			
Año base	Salario básico unificado	Incremento	% Inflación acumulada
2013	318,00	9%	0,50
2014	340,00	6,91%	0,72
2015	354,00	4,11/%	2,48%

Elaborado por: Laura Avellaneda
 Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) Reporte de la Inflación abril 2015
 Año 2015

1.4.6. Canasta básica

Canasta básica es el conjunto de bienes y servicio indispensables para que una persona pueda cubrir sus necesidades básicas mediante uso de su ingreso. Ecuador contempla cuatro grupos principales dentro de la canasta básica como: Alimentos y bebidas, vivienda,

indumentaria; y, misceláneos.

Cuadro n° 9
Canasta básica

AÑO	EVOLUCIÓN	
	CANASTA BÁSICA	
2013	617,38	
2014	628,37	
2015	653,21	

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo)
Elaborado por: Laura Avellaneda
2015

1.4.7. Cambio de leyes

Según la Cámara de Industrias al sector productivo le ha afectado principalmente el cambio de leyes y reglamento del área laboral, como las alzas salariales y reubicaciones sectoriales, lo cual ha incidido en costos muy altos y cambios en los contratos de trabajo. Con los cambios en el Código de la Producción se han reformado mucho las áreas y las empresas están en proceso de adaptación e incluso de clasificación porque algunas de ellas no saben si son grandes, medianas, pequeñas o artesanales.

1.5. Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

Con la finalidad de obtener un diagnóstico de la situación organizacional interna y externa de la microempresa de procesamiento de jabón de tocador con extractos de plantas medicinales se realizará una matriz AOOR a través de encuestas a comerciantes de la ciudad de Ibarra se recolecto la información necesaria para identificar a los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; Los datos básicos son tomados de la pregunta 4, cuadro n° 13; y, gráfico n° 8 del estudio de mercado.

1.5.1. Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.

¿En qué mes del año se provee usted más de jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Cuadro n° 10

Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.

ADQUIERE EL PRODUCTO	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE
Enero a marzo	0	0,00
Abril a junio	0	0,00
Julio a septiembre	0	0,00
Octubre a diciembre	0	0,00
Todos los meses del año	34	100,00

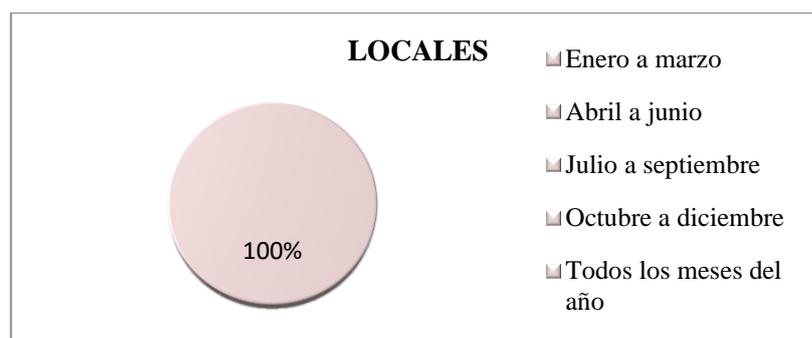
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 1

Análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes.



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

La totalidad de los comerciantes indican que el proceso de compra y venta de jabón de tocador elaborado artesanalmente con extractos de plantas medicinales puede realizarse en cualquier mes del año sin excepción alguna, lo que permite estar dotado de materia prima constantemente.

1.5.2. Construcción de la matriz AOR

ALIADOS

- Beneficios humectantes del jabón de tocador elaborado artesanalmente.
- Dotación constante de la materia prima.

- Amplio espacio físico.

OPORTUNIDADES

- Amplio sector comercial,
- Falta de empresas productoras de jabón de tocador elaborado artesanalmente con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra.
- Clima apto para la elaboración del jabón artesanal.

OPONENTES

- Fuerte inversión,
- Desconocimiento del ácido caustico.

RIESGOS

- Incremento de la competencia.
- Incremento de costos de producción.
- Incremento en los sueldos.

Cuadro n° 11 Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
> Es un jabón 100% natural y humectante.	> Competencia industrializada.
> Es económico.	> La situación económica del país.
> Es un producto está elaborado para toda edad.	> Decretos minicipales.
> Es un bien de calidad garantizado.	> El poder adquisitivo.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
> Ampliar nuestro mercado.	> No tener experiencia empresarial.
> Desarrollar jabón con nuevos aromas.	> No sabemos si bamos a tener aceptación en el mercado.
> Costos accesibles a la materia prima.	> Aromas de jabones de moda.
> Alto consumo de jabón de tocador.	
> Nuevas tendencias.	

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

1.5.3. Determinación de la oportunidad de la inversión

Como producto del análisis de la información obtenida mediante el presente diagnóstico, se concluye que en el sector objetivo de estudio se encuentra una población apta para establecerse como mercado meta, debido a que no existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de Jabón de tocador elaborado artesanalmente con extractos de plantas medicinales. Para el procesamiento del jabón de tocador no se incurren en gasto de insecticidas por cuanto la materia prima ya se la adquiere apta para el consumo humano como es el caso de almendras, avena, miel de abeja y manzanilla; respecto al uso y manejo del hidróxido sódico se contratará a un ingeniero químico responsable y calificado por el Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas CONSEP. Para competir en el mercado contaremos con tecnología de punta se elaborará productos de calidad a un costo aceptable, para consumidores cuyos gustos cambian rápidamente. Por lo anterior mencionado se considera factible la puesta en marcha del proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración, producción y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El objetivo de la construcción del marco teórico es contextualizar los conceptos necesarios, mediante la recopilación de información bibliográfica, que servirá como punto de origen y apoyo para el desarrollo del estudio de factibilidad.

2.1. Empresa

(<http://www.quiminet.com/>, 2012) Afirma.- “La empresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”.

Según el autor antes mencionado puedo manifestar, que empresa es todo esfuerzo organizado del hombre por generar riqueza, en donde el empresario invierte su capital y contingente humano de esta manera empieza una producción continua de bienes y servicios.

2.1.1. Situaciones contables

(<http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>, 2013, pág. Pág. 1).-

- Art. 39.- Principios generales. La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los estados Unidos de América. Para las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y sociedades que no estén bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías o de Bancos y Seguros, la contabilidad se llevará con sucesión a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC)

y a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), en los aspectos no contemplados por las primeras, cumpliendo con las disposiciones del Régimen Tributario Interno y este Reglamento.

Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones:

	F/básica	N/fracciones	Monto
Capital propio	10.800	9	97.200,00
Ingresos brutos anuales	10.800	15	162.000,00
Costos y gastos anuales	10.800	12	129.600,00

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Presentar las declaraciones correspondientes Con los resultados obtenidos de su actividad económica, los contribuyentes deben presentar las declaraciones de impuestos que correspondan, dentro de los plazos establecidos. No obligados a llevar contabilidad presentaran las declaraciones de IVA Retenciones en la fuente de IVA e Impuesto a la renta, ICE (en casos específicos); e Impuesto a la renta si el caso amerita.

Obligados a llevar contabilidad, presentaran mensualmente las declaraciones de IVA, Retenciones en la fuente de IR e IVA, presentará anualmente las declaraciones de Impuesto a la Renta.

La Administración Tributaria requiere para efectos de control que los contribuyentes presenten información adicional a las declaraciones de impuestos. Esta información recibe el nombre de anexo, cuya finalidad es proporcionar a nivel de detalle la información que sustenta

las declaraciones de impuestos u otra información relevante.

Estos anexos deben ser presentados por los contribuyentes de acuerdo al tipo de actividad que realizan. Actualmente el SRI solicita los siguientes anexos:

- Anexo Transaccional Simplificado (ATS)
- Anexo de Retenciones en la fuente de Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC)
- Anexo de Retenciones en la fuente por relación de dependencia (RDEP)
- Anexo de ICE
- Anexo de Declaración Patrimonial (DPT)
- Anexo de notarios, registradores de la propiedad y registradores mercantiles (ANR)

Los anexos deben enviarse de acuerdo a los calendarios especificados en las resoluciones relativas a cada tipo de anexo. Es importante acotar que cuando una fecha de vencimiento coincida con días de descanso obligatorio o feriados, aquella se trasladará al siguiente día hábil.

2.1.2. Situaciones Tributarias personas naturales

2.1.2.1. Deberes formales

(Red de capacitación externa- SRI, Contro Tributario Dirección Nacional - SRI;, 2012) Son.-

- Inscribirme en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a mis actividades económicas y comunicar oportunamente los cambios que se presenten.
- Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados.
- Llevar los libros y registros contables relacionados con mi actividad económica, utilizando los servicios de un profesional de la rama contable.
- Presentar a través de la página web.sri.gob.ec las declaraciones de sus impuestos y la información relativa a sus actividades económicas mediante los anexos.

- Acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas cuando mi presencia sea requerida.

2.2. Producción

(eco-finanzas.com, 2013). Afirma.- “La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado”.

2.2.1. Factores de la producción

(eco-finanzas.com, 2013). Dice.- “Los factores de producción son aquellos recursos empleados en los procesos de elaboración de bienes y en la prestación de servicios”.

2.2.3. Tecnología

Es un factor de especial relevancia en los últimos tiempos

- Producción manual: Aquella en que el ser humano proporciona fuerza y el manejo de las herramientas.
- Producción mecanizada: Aquella en la que la maquinaria proporciona la fuerza y el ser humano las herramientas.
- Producción tecnificada: Aquella en la que la máquina proporciona la fuerza y controla las herramientas.

2.2.4. Ciencia económica actual

(eco-finanzas.com, 2013). Dice.- “La investigación, desarrollo e innovación *I+D+I*) es un cuarto factor de producción que caracteriza cada vez más la producción en los países desarrollados capital mental, capital técnico, trabajo material, capital inmaterial”.

2.2.5. La inversión

(crecenegocios.com/, 2012). Manifiesta.- “La inversión permite aumentar el volumen de los factores de producción. Y esto lleva a la formación, puede ser considerada como una forma de inversión, porque aumenta las capacidades del trabajador y la producción”.

Después de haber obtenido la información, bibliográfica y manifestamos que la producción es una actividad de creación de bienes y servicios que satisface las necesidades humanas, a través de proceso de elaboración de productos mediante la utilización de recursos: económicos, materiales, humanos, y tecnológicos. En si es la actividad económica que aporta valor agregado a un determinado bien o servicio.

2.3. Comercialización

(http://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto, 2011). Dice.- “La comercialización o marketing es el uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente. Estas herramientas son conocidas también como las Cuatro P: producto, precio, distribución o plaza y publicidad o promoción”.

La comercialización, según la definición anterior, es el conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar el mercado, los objetivos son satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores particulares, firmas comerciales, y organizaciones sin fines de lucro.

2.4. El producto

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 27). Manifiesta.- “La identificación del producto implica una descripción completa y detallada posible. Debe incluir su naturaleza, forma, unidad de medida, colores, magnitudes y demás características y propiedades que permitan mayor conocimiento del producto”.

Según nos indica el autor antes mencionado, debemos tener una idea clara de cuál es el producto objeto de estudio, además conocer su antigüedad y competitividad en el mercado, sin que esto implique incluir información excesiva.

2.4.1. Definición de jabón de tocador

(http://es.wikipedia.org/wiki/Wikimedia_Commons, 2014). Manifiesta.- “El jabón es un producto que sirve para la higiene personal y para lavar determinados objetos. Se puede encontrar en pastilla, en polvo, en crema o en líquido”.

El jabón más que un simple producto limpiador es todo un cosmético que además de proteger la epidermis promete embellecer su aspecto, por lo que es tan necesario elegirlo bien.

2.4.2. Reglamento de registro y control sanitario

(<http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm>, 2014). Manifiesta.- Capítulo I De la obligación del Registro Sanitario

“Art. 1.- OBLIGATORIEDAD DEL REGISTRO SANITARIO.

Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o

agrícola, en adelante denominados productos, que se expendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente reglamento”.

Según el autor antes mencionado, “el Estado ecuatoriano” a través de sus diferentes instituciones que le representan legalmente y en este caso del Ministerio de Salud Pública a través del ARCSA, y luego de cumplir las empresas con todos los requisitos pertinentes otorgará el permiso de funcionamiento sanitario.

2.5. El mercado

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 26). Expresa.- “Es el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esta concurrencia puede ser de forma directa o indirecta”.

Los mercados son lugares adecuados donde compradores y vendedores pueden reunirse frente a frente para intercambiar bienes y servicios; los mercados centrales facilitan el intercambio. Significa conseguir los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente. Este jabón artesanal es de libre competencia.

2.5.1. Variables del mercado

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013, pág. Pág. 25). Manifiesta: Para el análisis de mercado se reconocen 4 variables fundamentales.

- Análisis de la oferta,
- Análisis de la demanda,
- Análisis de precios,

- Análisis de comercialización.

2.5.2. Fuentes de información

- Información primaria,
- Información secundaria.

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013, pág. Pág.37) Manifiesta: “las fuentes primarias de información, están constituidas por el propio usuario del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo, y aplicaremos el método del cuestionario”.

El autor antes mencionado nos indica; que la técnica primaria permite recopilar información de primera mano, es decir de aspectos directos.

Y para ampliar la información obtenida de fuentes primarias se recurrió a obtener información de fuentes bibliográficas existentes en datos estadísticos del gobierno, o de empresas similares para ejecutar la investigación.

2.5.3. La oferta

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2013, pág. Pág.54) Manifiesta: “El propósito de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.”

El autor antes mencionado nos indica; que el propósito es definir y medir la cantidad y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

2.5.4. La demanda

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 30) Manifiesta.- “La demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de ciertos producto o servicio de un mercado o población”.

La demanda, está en función de una serie de factores como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción.

2.5.5. Precio

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 38). Afirma.- “Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera”.

Según lo que el autor expresa, a pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios es generalmente referido o medidos en unidades.

2.5.6. Proyección de la demanda

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 40). Manifiesta.

Para analizar la proyección de la demanda, es necesario conocer primero su evolución histórica, además de tenerse una explicación razonable que justifique una evaluación y un planteamiento de la probable modificación futura de las circunstancias que se han presentado.

Con base en esa explicación de la tendencia histórica, se podrá sustentar la cuantificación de la tendencia que se espera seguirá la demanda en el futuro.

2.5.7. Segmentación del mercado

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 26). Manifiesta.- “El análisis detallado del mercado para un proyecto de inversión, además de plantear su caracterización general, deberá consignar sus particularidades que los oferentes y demandantes presenten, segmentando cada elemento en atención a las principales variables vigentes”.

Según el autor antes mencionado nos indica, el punto inicial de los estudios que permitirán con certeza el mercado en su conjunto, algunas variables para establecer la segmentación son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables.

2.5.8. Mercado meta

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág.27). Manifiesta: “Se entiende como mercado meta el espacio geográfico donde operará el proyecto una vez estudiado y concretado”.

Analizando lo que el autor manifiesta; el mercado meta puede restringirse a la ciudad donde se ubique el proyecto, o ampliarse al ámbito nacional o internacional.

2.5.9. Estrategia de mercadeo

(Arturo-Kume, págs. <http://www.crecenegocios.com/author/arturo-kume/>). Manifiesta.- “Son acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como: dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado”.

Según el autor antes mencionado, debemos analizar previamente nuestro público objetivo

de tal manera que podamos diseñar estrategias que nos permitan satisfacer su necesidad o deseos tomando en cuenta sus hábitos o costumbres.

2.6 Estudio técnico

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 56). Dice.- “En el estudio técnico se manejan términos como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así, como coeficientes e índices de rendimiento y relaciones como hora-hombre, hora máquina y otros parámetros de carácter técnico económico”.

De acuerdo con lo que menciona el autor, el estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa que deberá contener el proyecto en desarrollo.

2.6.1 Localización del proyecto

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 64). Manifiesta.- “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, cubriendo las exigencias del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el período productivo del proyecto”.

La localización es importante pues influye en la producción y distribución de productos y servicios ofrecidos; además que permite obtener la tasa de rentabilidad más alta o el costo unitario mínimo.

2.6.2. Microlocalización

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 71). Manifiesta.

Que una vez definida la zona de localización se planteará el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado, y la información requerida es:

- Tipo de edificaciones que se van a construir.
- Área requerida inicial y área para futura expansión.
- Accesos al predio, vías de comunicación, carreteras, ferrocarriles y otros medios.
- Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios específicos.
- Volumen y características de las aguas residuales.
- Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes
- Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria.

2.6.3. Ingeniería del proyecto

(Baca Urbina, <http://2.bp.blogspot.com/->, 2014), manifiesta.

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; y se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productora.

Con la ingeniería del proyecto, se establece los medios a utilizarse para establecer el funcionamiento óptimo del proyecto, determinando procedimientos y costos.

2.7. Estudio financiero

(Izar Landeta, 2013, pág. Pág. 113). Manifiesta.

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil de del proyecto.

Según el autor antes mencionado, el estudio financiero nos permite establecer los recursos que requiere el proyecto, las entradas y salidas que generará y la manera como se financiará.

2.7.1. Estado de situación financiera inicial

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 111). Manifiesta: “Los estados financieros proforma tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto y se elaboran a partir de los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución hasta la operación del proyecto. Los estados financieros proforma más representativos son:

- **Estado de situación financiera o balance general.** El balance general proforma contienen los rubros que constituirán los activos de la empresa; es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. También los pasivos esperados de la empresa; es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la empresa.
- **Estado de resultados o de pérdidas y ganancias.** El estado de resultados proforma es un documento dinámico que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los pedidos subsecuentes y se elabora

efectuando la suma algebraica de los ingresos menos los egresos estimados.

- **Estado de origen y aplicación de resultados o estado de cambios.** El estado de origen y aplicación de recursos tiene como objetivo indicar de dónde provienen y en que serán aplicados los flujos de efectivo obtenidos y generados por la empresa”.

2.7.2. Determinación de ingresos proyectados

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 106). Manifiesta.

Es recomendable la secuencia siguiente:

- Analizar la estrategia de comercialización establecida en el estudio de mercado para obtener los niveles estimados de la venta presupuestos, sin omitir los aspectos técnicos referentes a la capacidad instalada y utilizada.
- Hacer el pronóstico de ventas, fundamentado en el conocimiento de la estabilidad y el comportamiento del mercado, considerando el estimado de demanda para el proyecto, el mecanismo de ventas y cobranzas, así como los diversos detalles que se obtengan en el comportamiento del mercado.
- Una vez analizada la información referida al volumen, precio y valor de las ventas, se integra el presupuesto de ingresos tanto del producto principal como de los subproductos obtenidos, además de otros ingresos provenientes de las operaciones secundarias de la empresa.

2.7.3. Determinación de Egresos Proyectados

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 107). Manifiesta.- “El presupuesto de egresos está integrado fundamentalmente por los siguientes rubros: costo de producción, gasto de ventas, gastos

administrativos y gastos financieros”.

2.7.3.1. Costo de producción

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 107). Manifiesta.

Son todas aquellas erogaciones que están directamente relacionadas con la producción de los bienes; se dividen en:

- Costo variable de producción. Están directamente involucrados en la elaboración y venta del producto final; por ello varían en proporción directa al volumen de producción y están constituidos principalmente por la materia prima, mano de obra, servicios auxiliares, mantenimiento correctivo, suministros de operación y regalías, entre otros.
- Costo fijo de producción. Son todas aquellas erogaciones generadas como consecuencia de la operación normal de la empresa, independientemente del volumen de producción de la planta; se integran con: depreciación, amortización, rentas y mantenimiento preventivo, entre otras.

2.7.3.2 Gastos Administrativos

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 109). Manifiesta.

En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad y asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes y demás sectores, así como aquellas otras destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y mantenimiento del equipo de oficina, entre otros.

2.7.3.3. Gastos de Venta

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 109). Manifiesta.- “Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicación por teléfono, télex, fax, etc., que son necesarios para promover y cerrar operaciones de venta”.

2.7.4. Tabla de amortización

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 109). Manifiesta.

Es una carga que se genera al llevar a cabo la inversión diferida, de tal forma que la empresa tiene la facultad de la Ley del Impuesto sobre la Renta de recuperar dicha inversión durante varios períodos. Estos períodos difieren según la cantidad máxima estipulada y permitida en la misma ley.

2.7.5. Tabla de depreciación

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 108). Manifiesta. “Una vez que inicia operaciones la planta industrial, la inversión fija comienza a depreciarse”.

La depreciación es ocasionada por el desgaste a causa del uso y el paso del tiempo, la obsolescencia de la planta debido a las innovaciones tecnológicas y finalmente el período de vida que se le asigne al proyecto original.

Según la Ley de Impuesto a la renta así lo consigna.

2.7.6. Costo oportunidad

(<http://users.dc.uchile.cl/anpereir/evaluacion/08IndicadoresFinancierosDetalladoParte1>)

. Indica.- “Es la rentabilidad que entrega el mejor uso alternativo al capital. Los inversionistas son adversos al riesgo, por lo que exigen un “premio” o compensación por asumir un mayor riesgo”.

El costo oportunidad de capital es la tasa mínima de rendimiento que ha de generar un proyecto para pagar sus costos financieros, es un instrumento para tomar decisiones acerca de la aceptación o rechazo de un proyecto, pues debe ser superior al rendimiento.

2.7.7. Cálculo del VAN

(Izar Landeta, 2013, pág. Pág. 130). Manifiesta.- “Consiste simplemente en llevar todos los flujos netos de un proyecto a valor presente, a una tasa de interés igual al costo financiero de los recursos, que usualmente es el costo de capital”.

2.7.8. Cálculo de la TIR

(Izar Landeta, 2013, pág. Pág. 123). Manifiesta.

Se define como la tasa interna de interés a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos de un proyecto da un valor igual a cero.

Se denomina tasa interna porque solo depende de los propios flujos del proyecto y no de la tasa de interés comercial.

2.7.9. Recuperación de dinero en el tiempo

(Izar Landeta, 2013, pág. Pág. 120).Manifiesta.-

Como el tiempo requerido para llegar al P.E contable, pero no financiero, dado que ignora el valor del dinero a través del tiempo.

Se recomienda este método en aquellos proyectos en los que sus montos de inversión no son muy elevados, así como en empresas pequeñas, donde la liquidez suele ser un problema cotidiano.

2.7.10. Recuperación de dinero descontado

(Izar Landeta, 2013, pág. Pág. 122). Manifiesta.

Es un método opcional en los proyectos, toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, lo cual realiza llevando los flujos de cada año del proyecto a valor presente a una tasa de interés dada, que es por lo regular el rendimiento financiero deseado del proyecto.

2.7.11. Índice beneficio costo

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág. 137). Manifiesta. “Índice de redituabilidad, es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto”.

- Si la relación BC es mayor que 1, el proyecto será favorable.
- Si la relación BC es igual a 1, los beneficios y los costos se igualarán, cubriendo apenas el costo mínimo, atribuible a la tasa de actualización.
- Si la relación BC es menor que 1, el proyecto será desfavorable, pues reporta que a la tasa aplicada no cubre los costos.

2.7.12. Determinación de la Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable TMAR

(ingenieria-economica-ujcv.blogspot.com/2012/03/costo-de-capital-o, 2012) .

Manifiesta.- “Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)”.

Según el autor antes mencionado. La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real.

2.7.13. Punto de Equilibrio

(crecenegocios.com/, 2012). Dice.- “Punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida”.

Según el análisis del autor antes mencionado; se puede decir, que el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas se igualan a los costos.

2.8. Estructura organizacional

(Arévalo Araujo, Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica, 2012, pág. Pág.125). Manifiesta.

La organización administrativa del proyecto deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se consideran los niveles jerárquicos, número de trabajadores, monto de salarios y prestaciones que se requieran para satisfacer las

características de cada uno de los niveles de responsabilidad.

2.9. Conclusión:

La empresa es una entidad económica destinada a producir bienes, venderlos para satisfacer un mercado y obtener un beneficio. Su importancia radica en materializar la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, en condiciones o factores indispensables para la producción es así que: Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes; favoreciendo directamente el avance económico del país, dinamizando los intereses de sus miembros que integran la empresa como son: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. Además la empresa “promueve” el o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”, por ejemplo: crear una empresa implica la compra o renta de terreno, maquinaria, equipo, patentes si es el caso, materias primas, etc., pero también es oferta por que genera producción y esta a su vez, promueve el empleo y progreso general.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El presente estudio de mercado determinará el nivel de aceptación por parte de la población de la ciudad de Ibarra para la creación de una empresa de elaboración, producción y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales. El estudio de mercado tiene como objetivo cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de la entidad productora de jabón artesanal. Estimaremos el precio de nuestro producto y cuanto estaría el consumidor dispuesto a pagar por él, para lo cual se realizó el estudio de la oferta, la demanda la relación entre oferta y demanda determinando así la demanda insatisfecha. La investigación de mercado se la ha realizado de una forma extensa en la cual se interponen factores como: vendedores y compradores; esto se logrará mediante los resultados de las encuestas realizadas en donde se obtuvo información clara y confiable en cuanto a la oferta y a la demanda de productos de aseo. El proyecto estará orientado específicamente a la oferta de productos de aseo personal a precios cómodos y al alcance de toda la ciudadanía ya que se caracterizarán por ser producto diferenciado de uso masivo.

3.2. El mercado

Es el área cada vez más importante en la sociedad moderna donde se encuentran las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicio a precios determinados.

3.3. Objetivos del estudio de mercado

3.3.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de los gustos y preferencias de la población objetivo, para identificar la demanda, oferta, precios y comercialización de Jabón de tocador en la ciudad de Ibarra.

3.4.1. Objetivos específicos

- Analizar las características del producto,
- Conocer la demanda de jabón artesanal en la ciudad de Ibarra,
- Identificar la oferta actual de los productos similares al propuesto por el proyecto,
- Establecer los precios del jabón artesanal que se comercializará en la ciudad de Ibarra,
- Diseñar estrategias comerciales, a través de demostraciones para incentivar la compra de los productos propuestos por el proyecto.

3.4.2. Variables

- Producto
- Demanda,
- Oferta,
- Precios,
- Estrategias comerciales.

3.4.3. Indicadores

Producto

- Interés nuevo producto,

- Presentación del producto,
- Cualidades del producto,
- Conocimiento del nuevo producto.

Demanda

- Lugar de compra,
- Creación de la planta,
- Ventajas del producto,
- Cantidad de compra.

Oferta

- Consumo de jabón de tocador artesanal,
- Consumo de jabón de tocador prefabricado, como productos sustitutos.

Precios

- Precio de mercado

Comercialización y distribución

- Canales de distribución,
- Mercado meta,
- Políticas de comercialización,
- Atención al cliente.

3.5. Matriz de variables de mercado

Cuadro n° 12
Matriz de variable de mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA
Analizar las características del producto.	Producto	Identificar el producto. Características del producto. Propiedades del nuevo producto.	Encuesta a los comerciantes del sector.
Conocer la demanda de jabón artesanal en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Mercado meta Ventajas del producto Cantidad de compra.	Encuesta a los ciudadanos de Ibarra.
Identificar la oferta actual de los productos similares al propuesto por el proyecto.	Oferta	Consumo de jabón de tocador artesanal. Consumo de jabón de tocador fabricado en serie.	Encuesta a principales distribuidores Investigación de campo.
Establecer los precios del jabón artesanal que se comercializa en la ciudad de Ibarra.	Precios	Precio de mercado	Investigación de campo en los diferentes centros de comercio del sector.
Diseñar estrategias comerciales y de distribución para incentivar la compra del producto propuesto.	Comercialización y Distribución	Canales de distribución Mercado meta Políticas de comercialización Atención al cliente.	Encuesta a principales distribuidores Investigación de campo.

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

3.6. Mecánica operativa

3.6.1 Presentación del producto

Ilustración n° 1
Presentación del producto



Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

El jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales, es similar a los jabones de tocador industrializados que existen ya en el mercado; con la diferencia que el jabón de tocador artesanal contiene grandes cualidades humectantes, hidratantes y de limpieza que cuidan la salud de la dermis, evitando enfermedades tales como: dermatitis cutáneas, resequeidad de la piel.

3.6.1.1. Características del Jabón de tocador artesanal

El jabón de tocador artesanal que se ofrecerá al mercado presentan las siguientes características:

- Se brindará al mercado una variedad de aromas, colores y diseños que estén a gusto de los consumidores y su presentación será en paquetes de 3 unidades cada uno a un peso de 80 gramos cada unidad.
- Serán elaborados en formas rectangulares, circulares y en diferentes diseños; contendrán extractos de plantas medicinales y ligeros trozos de estas plantas.
- Se realizará en material a base de pasta de jabón de glicerina a través de un proceso adecuado en su manufactura.

3.6.1.2. Aromas a realizar en el jabón de tocador

Ilustración n° 2 Jabón de tocador de miel de abeja



Propiedades:

- Da un brillo natural a la piel, y genera una excepcional sensación de frescura y limpieza

profunda en todo su cuerpo.

- Al dejar libres los poros, permite una rápida oxigenación de la dermis por medio de sus principios activos que ejercen un efecto reconstituyente en la piel fatigada.
- Sus buenos e inmediatos resultados de frescura, aroma y limpieza profunda, se observan desde la primera aplicación del producto por parte del consumidor.

Ilustración n° 3 **Jabón de tocador de manzanilla**



Propiedades: La manzanilla beneficia la salud de la epidermis, desinflamando, reparando y regenerando el colágeno que la piel.

Ilustración n° 4 **Jabón de tocador de avena**



Propiedades: Las hojuelas de avena son excelentes fuentes de exfoliación y desintoxicación para la piel.

Ilustración n° 5 **Jabón de tocador de almendras**



Propiedades: Las almendras contienen antioxidantes que retrasan el envejecimiento de la piel y la dejan muy hidratada.

3.6.2. Productos sustitutos

Los productos sustitutos del jabón de tocador artesanal son los diferentes jabones que ya existen en el mercado tales como: jabón Protex, Palmolive, Rexona, etc.

3.6.3. Subproductos

Después de la elaboración y pulimiento del jabón de tocador artesanal, quedan los residuos los mismos que son procesados nuevamente para utilizarlos como jabón para hacer recuerdos y lavar la ropa.

3.6.4. Mercado meta

El mercado al cual va dirigido el producto, son los establecimientos donde se comercializan jabón de tocador artesanal de la ciudad de Ibarra, cuando la microempresa gane prestigio la cobertura será regional. Para el desarrollo del presente estudio de mercado se ha considerado a los centros de distribución de productos de consumo masivo como son: supermercados La Favorita son: Supermaxi, Gran AKI y Despensa AKI; industrias TIA; y, Almacén y distribuidora el SILO, y a veintiocho tiendas naturistas distribuidas en la ciudad de Ibarra. También se considerará a la población económicamente activa de la ciudad, proyectada al año 2015 con una tasa de crecimiento del 2.40% anual (tasa según el INEC). (Anexo 1 INEC 2010).

P.E.A. = 90.825

TASA DE CRECIMIENTO (INEC 2010) = 2.40%

P.E.A *T.C

Cuadro n° 13
Crecimiento de la población al 2015

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
AÑO	PEA	2,40%	TOTAL
2010	80.669	1.936	82.605
2011	82.605	1.983	84.588
2012	84.588	2.030	86.618
2013	86.618	2.079	88.697
2014	88.697	2.129	90.825
2015	90.825	2.180	93.005
2016	93.005	2.232	95.237
2017	95.237	2.286	97.523
2018	97.523	2.341	99.863
2019	99.863	2.397	102.260

Fuente: www.ecuadorencifras.com; datos INEC. 2010

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

3.7. Análisis de la demanda

Análisis de la demanda se tomó en cuenta a todos los establecimientos donde se comercializa jabón de tocador artesanal de la ciudad de Ibarra siendo 33 comerciantes. Más la población económicamente activa para el año 2015 que es de 90.825 habitantes, se tomó en cuenta a esta población por la siguientes razones.

- La microempresa a gestionarse pretende convertirse en proveedora de este tipo de productos para los establecimientos comerciales y tener una venta al detal para el público.
- Al realizar el estudio a los establecimientos identificará las fuerzas del mercado como son la oferta y la demanda.
- Los resultados que arroje la investigación serán más consistentes, porque el consumidor final adquiere el producto en estos centros de acopio y en la planta procesadora.

3.7.1. Identificación de la muestra

En este caso será de 90.825 de la cual se realizará una muestra donde. La muestra se calcula con la siguiente fórmula para poblaciones finitas.

3.7.2. Tamaño de la muestra

Para este caso la población es finita por ende se utiliza un margen de error del 5% del error estadístico.

Cálculo de la muestra; Para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

n = Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.25

ε = Error Muestral = 0,05

N = Tamaño de la población (90.825)

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

$Z = 1,96$ para un nivel de confianza = 95%

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra es:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,25) \cdot (90.825)}{(90.825 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,25)} =$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(90.825)}{(90.825)(0,0025) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{87.228,33}{228,0229} = 382,54$$

La investigación de campo se aplicará a 382 personas de la población económicamente activas; y, a los 33 locales comerciales que distribuyen este tipo de productos.

3.6.3. Tabulación y presentación de resultados

3.6.3.1. Resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes

A continuación se va a mostrar los resultados obtenidos de las encuestas que se realizaron a los gerentes de los centros de distribución de productos de consumo masivo como son: supermercados la favorita 3, industrias TIA; y, Almacén el SILO y a 28 tiendas naturistas distribuidas ciudad de Ibarra en total a 33 comerciantes. **(Anexo 2).**

3.6.3.2. Guía de encuesta dirigida a comerciantes

CUESTIONARIO

Pregunta 1: ¿Vende usted jabón de tocador elaborado artesalmente?

Cuadro n° 14

Venta de jabón de tocador elaborado artesalmente

FRECUENCIO	N° COMECIANTES	PORCENTAJE
SI	33	100
NO	0	0
TOTAL	33	100

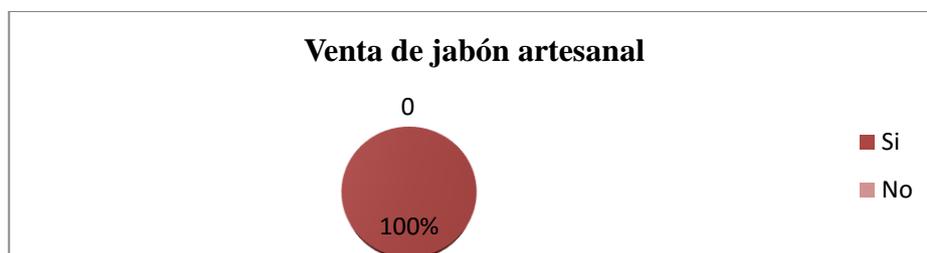
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 2

Venta de jabón de tocador elaborado artesalmente



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

Se determina la totalidad los comerciantes encuestados se dedican entre sus otros productos a vender jabón de tocador elaborado de forma artesanal en el sector de la ciudad de Ibarra.

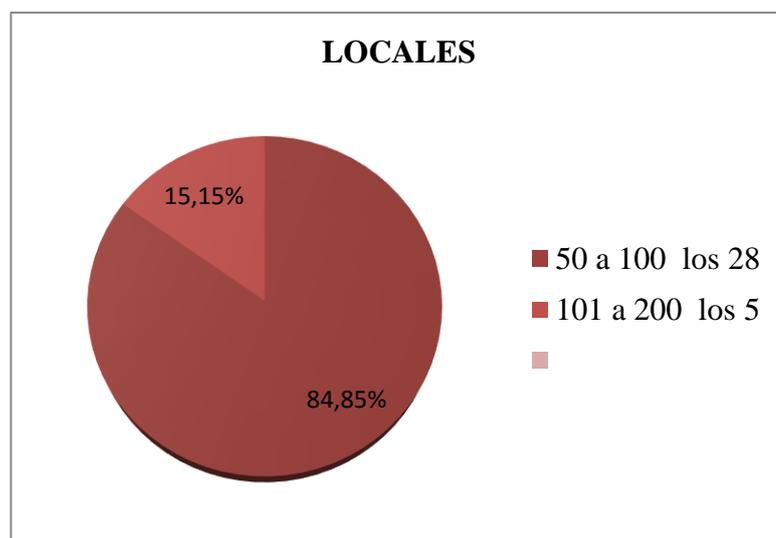
Pregunta 2: ¿Cuántas cajas de jabón de tocador elaborado artesanalmente compra usted al año?

Cuadro n° 15
Adquisición al año cajas de jabón

ADQUISICIÓN EN En cajas de 1.000 u.	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE
50 a 100	28	84,85
101 a 200	5	15,15
TOTAL	33	100

Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Gráfico n° 3
Adquisición al anual de cajas de jabón



Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Los resultados muestran que los 28 comerciantes minoristas encuestados adquieren un promedio de 50 cajas de 100 unidades cada una de jabón de tocador artesanal al año; mientras que los comerciantes mayoristas adquieren unas 100 cajas de 200 unidades cada una de jabón elaborado artesanalmente en la ciudad de Ibarra.

Pregunta 3: ¿Cuál es el precio de la caja de jabón de tocador elaborado artesanalmente que compra usted?

Cuadro n° 16

Precio de adquisición de la caja de jabón de 100 u.

PRECIO	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE
En cajas de 1.000 u.		100
Alto		0,00
Medio	28	84,85
Bajo	5	15,15
TOTAL	33	

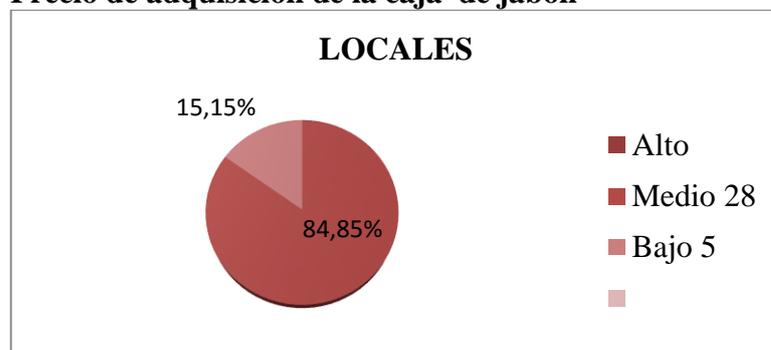
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 4

Precio de adquisición de la caja de jabón



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Los resultados muestran que a los 28 comerciantes minoristas encuestados adquieren la caja de jabón precio medio; mientras que los comerciantes mayoristas adquieren la caja jabón a un precio más bajo.

Pregunta 4: ¿En qué mes del año se provee más jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Cuadro n° 17

Adquisición del producto en los meses de:

ADQUIERE EL PRODUCTO	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE
Enero a marzo	0	0,00
Abril a junio	0	0,00
Julio a septiembre	0	0,00
Octubre a diciembre	0	0,00
Todos los meses del año	33	100,00
TOTAL	33	100,00

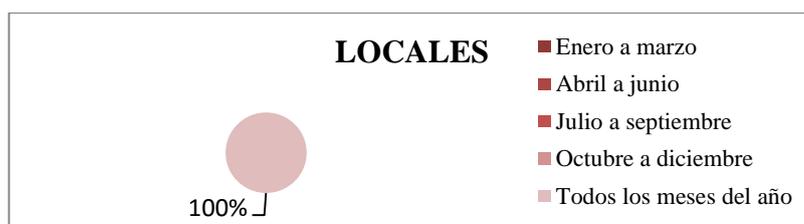
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 5

Vende del producto en los meses de:



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

La totalidad de los comerciantes indican que el proceso de compra y venta de jabón de tocador elaborado artesanalmente con extractos de plantas medicinales puede realizarse en cualquier mes del año sin excepción alguna, lo que permite estar dotado de materia prima constantemente.

Pregunta 5: ¿Usted se provee de jabón de tocador elaborado artesanalmente en?:

Cuadro n° 18

Adquisición del producto en:

ADQUIERE EL PRODUCTO	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE
Supermercaods	4	12,12%
Mercados locales	4	12,12%
Intermediarios	5	15,15%
Productores	20	60,61%
TOTAL	33	1,00

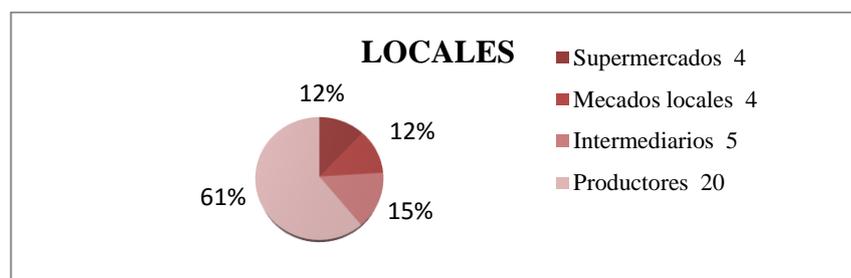
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 6

Vende del producto en:



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Al 61% de los comerciantes prefieren hacer sus adquisiciones directamente del productor; el 15% compra a intermediarios; y, los dos porcentaje restante del 12% lo adquiere en mercados locales y supermercados.

3.6.4 Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores

3.6.4.1. Guía de encuestas dirigida a la población de Ibarra

A continuación se mostraran los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la población económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Ibarra. (**Anexo 5**)

Pregunta 1: ¿Consume usted jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Cuadro n° 19
Consumo de jabón de tocador artesanal

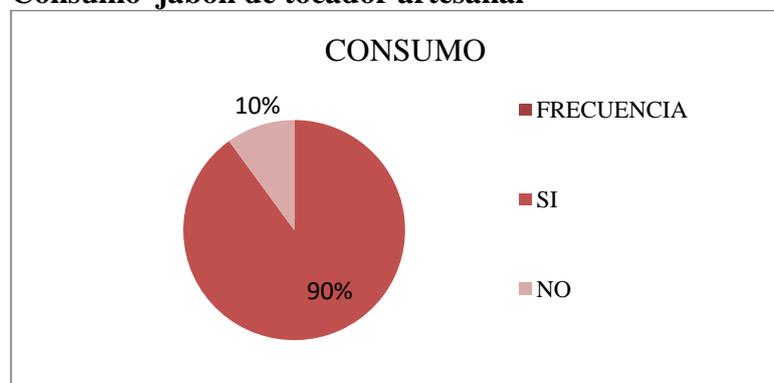
FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
SI	300	89,58%
NO	82	10,42%
TOTAL	382	1,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 7
Consumo jabón de tocador artesanal



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Con la aplicación de las encuestas se pudo conocer que la mayoría de la población de la ciudad de Ibarra consumirá un jabón elaborado artesanalmente; y un número reducido de esta población no compraría este producto. Lo cual significa que existe un gran mercado que puede ser aprovechado para comercializar un jabón producido en la ciudad de Ibarra.

Pregunta 2: ¿Tiene usted algún tipo de sensibilidad en su piel?

Cuadro n° 20
Sensibilidad en la piel

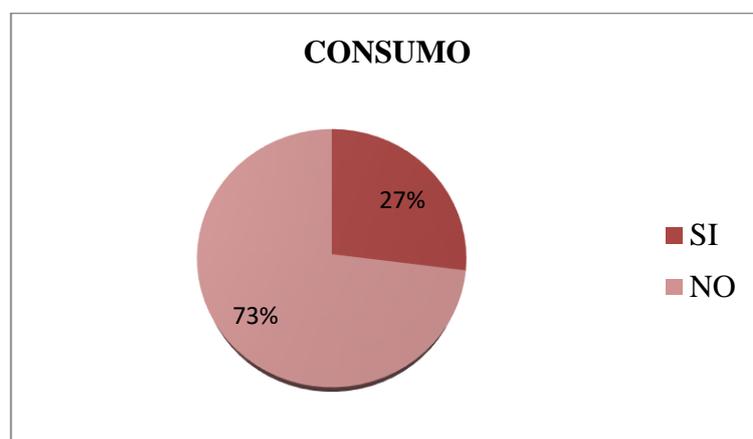
FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
SI	255	66,75
NO	127	33,25
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 8
Consumo jabón tocador



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

El 73% de la población dice tener algún tipo de sensibilidad en la piel; y, el 27% de la población no tiene ningún problema en la dermis.

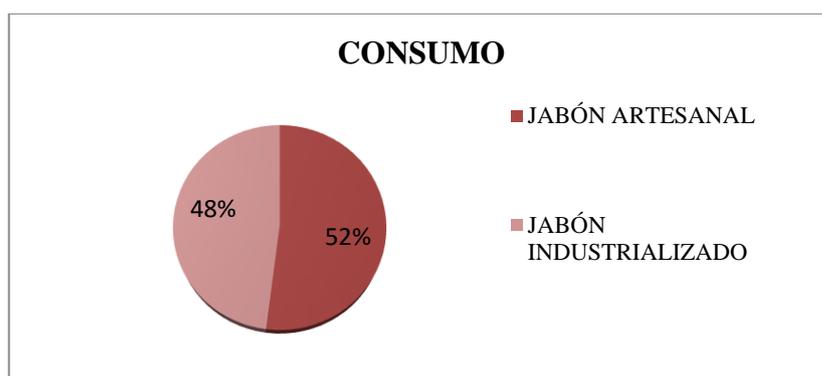
Pregunta 3: Usted que tiene una dermis sensible ¿le gustaría adquirir para usar un jabón de tocador elaborado artesanalmente con beneficios terapéuticos?

Cuadro n° 21
Consumo mensual de jabón de tocador

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
JABÓN ARTESANAL	198	51,83
JABÓN INDUSTRIALIZADO	184	48,17
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Gráfico n° 9
Consumo mensual de jabón de tocador



Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Al 52% de la población le gustaría adquirir un jabón de tocador con beneficios terapéuticos para el cuidado diario de su cutis; el 48% adquiere otro tipo de producto cuando realiza sus compras mensuales.

Pregunta 4: ¿En qué presentación de empaque le gustaría comprar el jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Cuadro n° 22

Presentación comercial del jabón:

EMPACADO EN	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
YUTE	134	35,08
TELA PAPEL	73	19,11
PRESENTACIÓN REGALO	175	45,81
TOTAL	382	100,00

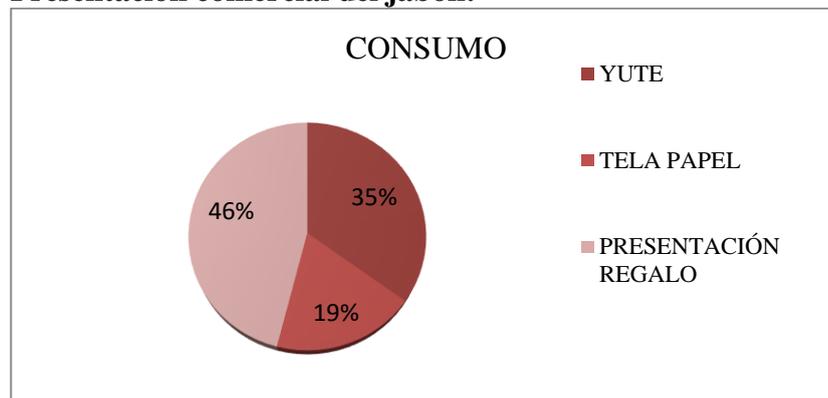
Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 10

Presentación comercial del jabón:



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Al 46% de las personas que demandan el producto prefieren el empaque sea en forma de regalo; y el 35% personas les gustaría que el empaque sea más natural en Yute, y el 19% lo prefiere más simple en tela papel.

Pregunta 5: ¿Conoce usted las ventajas de usar un Jabón de tocador elaborado de forma artesanal?

Cuadro n° 23
Beneficios de uso del jabón de tocador artesanal.

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
SI	107	28,01
NO	275	71,99
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Gráfico n° 11
Beneficios del uso del jabón artesanal.



Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

El gráfico muestra que gran parte de la población no tiene conocimiento de las propiedades y ventajas de usar un jabón de tocador elaborado artesanalmente; sin embargo, hay un número reducido que indica conocer los beneficios de este producto. Por lo que es necesario realizar campañas para dar a conocer a la población acerca de los múltiples beneficios que posee el jabón elaborado con extractos de plantas medicinales.

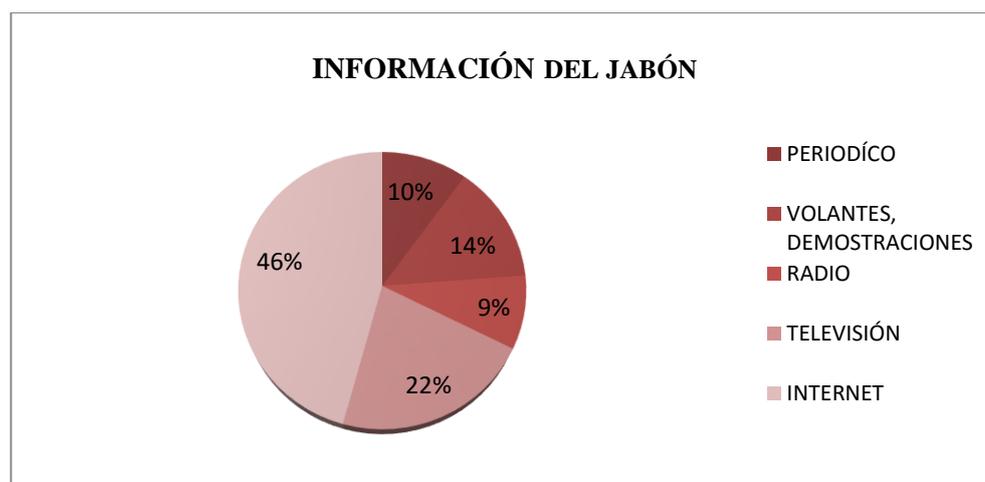
Pregunta 6: ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?

Cuadro n° 24
Difusión del uso del jabón de tocador artesanal.

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
PERIODÍCO	38	9,95
VOLANTES Y DEMOSTRACIONES	53	13,87
RADIO	33	8,64
TELEVISIÓN	85	22,25
INTERNET	173	45,29
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Gráfico n° 12
Difusión del jabón artesanal.



Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Al 46% de personas les gustaría obtener información sobre estos productos por medio de la internet, la televisión el 22%, a través de volantes, denostraciones 14%, una pequeña parte tiene preferencia por la publicidad a través de periodicos, un número muy reducido prefiere informarse por medio de la radio.

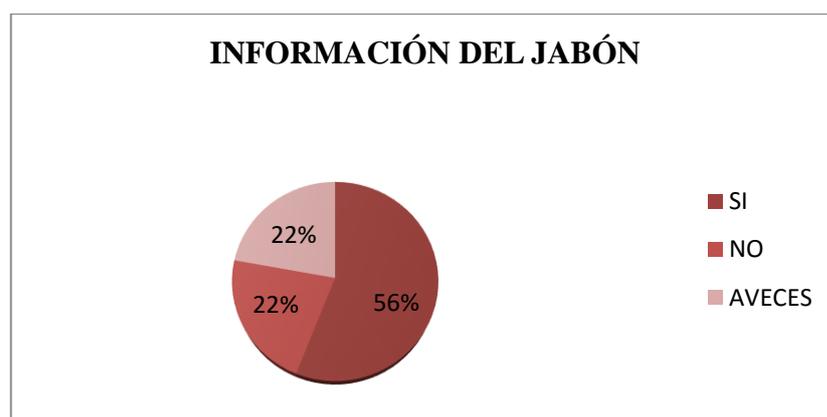
Pregunta 7: ¿Le gustaría adquirir productos como el jabón de tocador elaborado a base de extractos de plantas medicinales?

Cuadro n° 25
Adquisición de jabón de tocador

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
SI	215	56,28
NO	82	21,47
AVECES	85	22,25
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Gráfico n° 13
Adquisición de jabón de tocador



Fuente: encuestas
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Al 56% de la población les gustaría obtener este producto elaborado de forma artesanal con extractos botánicos, y en ocasiones el 22% a la población, y el 22% respondió que no por no conocer el producto.

Pregunta 8: Si dice si, indique la preferencia

Cuadro n° 26
Preferencia en la adquisición del producto.

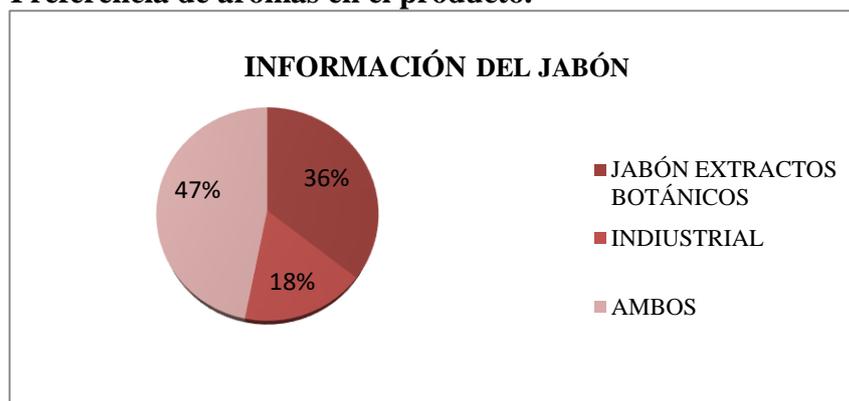
FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
JABÓN EXTRACTOS BOTANICOS	136	35,60
INDUSTRIALES	67	17,54
AMBOS	179	46,86
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 14
Preferencia de aromas en el producto.



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Se concluyó que 47% de la población tiene preferencia por adquirir un producto con extractos botánicos, el 36% un producto prefabricado; y, el 18% restante comprará lo que el mercado le presente.

Pregunta 9: ¿En dónde le gustaría adquirir estos productos?

Cuadro n° 27
Donde adquirir el producto.

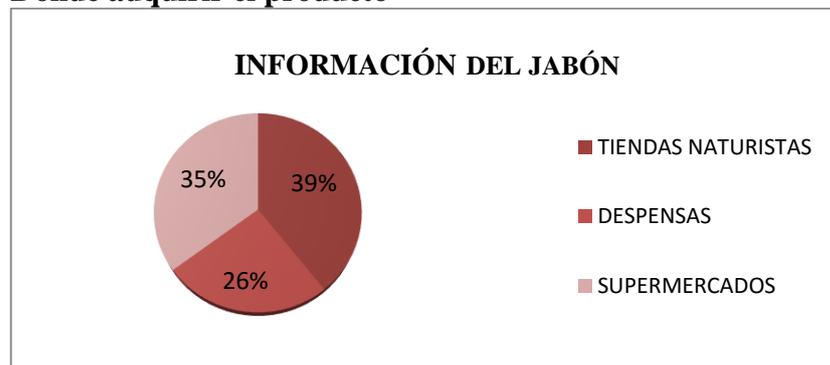
FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
AMACENES NATURISTAS	150	39,27
DESPENSAS	98	25,65
SUPERMERCADOS	134	35,08
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Gráfico n° 15
Donde adquirir el producto



Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Al 39% de la población le gustaría adquirir el producto en tienda naturistas, al 35% en supermercados; y, el 26% restante de la población adquiere el producto en despensas.

3.7. Determinación de la demanda

Del estudio de mercado presentado para este proyecto se puede obtener la demanda, la misma que consiste en la cantidad de productos que los consumidores adquieren a un precio determinado en cierto período de tiempo, traducidos a valores monetarios. Analizaremos dos tipos de demanda:

- Demanda Insatisfecha, y

➤ Demanda Potencial.

3.7.1. Consumidores

Los principales consumidores del producto elaborado en forma artesanal jabón de tocador con extractos de plantas medicinales son: niños, jóvenes, y adultos ya que es un producto que se adquiere para el consumo de todos los integrantes de familias de clase media y alta ubicadas en la Ciudad de Ibarra, lugar donde se efectuará el presente estudio.

3.7.2. Lugar de compra del jabón artesanal

Se ha determinado que el lugar donde se adquiere el jabón de tocador con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra son los diferentes almacenes naturistas con un 65% de demanda, ubicados en el centro de la ciudad de Ibarra, en las calle Bolívar y Pérez Guerrero, y los demás que se encuentran en el perímetro urbano de la ciudad. Según las encuestas realizadas en el (Anexo (5)).

Pregunta n° 9 ¿En dónde le gustaría adquirir estos productos?

Cuadro n° 28

Lugar de compra

	FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
			100
AMACENES NATURISTAS		150	39,27
DESPENSAS		98	25,65
SUPERMERCADOS		134	35,08
TOTAL		382	100,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

3.7.3. Cantidad comprada

Tomando como referencia los resultados que se obtuvo de la encuesta realizada a los posibles consumidores de la ciudad de Ibarra se deduce que los habitantes del sector estudiado consumen un porcentaje representativo de jabón de tocador elaborado en forma artesanal. Lo

cual puede ser aprovechado por el proyecto ya que existe un amplio mercado para comercializar los productos; según él (Anexo 5). Pregunta 3: Usted que tiene una dermis sensible ¿le gustaría adquirir para usar un jabón de tocador elaborado artesanalmente con beneficios terapéuticos?

Cuadro n° 29
Cantidad comprada

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
JABÓN ARTESANAL	198	51,83
JABÓN INDUSTRIALIZADO	184	48,17
TOTAL	382	100,00

Fuente: Encuestas población de Ibarra
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

3.7.4. Proyección de la demanda

Con la finalidad de determinar la demanda existente de un jabón de tocador de elaboración artesanal con extractos de plantas medicinales y al no disponer de datos históricos de la demanda de este producto en la ciudad de Ibarra, se consideraron los resultados obtenidos de las encuestas y el último censo de población de la ciudad de Ibarra realizado en el año 2010. La población económicamente activa de la ciudad de Ibarra de acuerdo a datos obtenidos del INEC del último censo realizado en el año 2010 es de 80.669 personas, la misma que será tomada como punto de partida de la investigación. Para el año 2015 tenemos una población de 93.005 la cual fue calculada en base a la tasa de crecimiento del 2.40% que fue tomada de los datos estadísticos del INEC, y en vista que no se ha realizado otro censo se tomará esta tasa para referencia.

3.7.5. Proyección del crecimiento de la población de Ibarra al 2015

Cuadro n° 30

Proyección del crecimiento de la población de Ibarra al 2015

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PEA	2,40%	TOTAL
2010	80.669	1.936	82.605
2011	82.605	1.983	84.588
2012	84.588	2.030	86.618
2013	86.618	2.079	88.697
2014	88.697	2.129	90.825
2015	90.825	2.180	93.005
2016	93.005	2.232	95.237
2017	95.237	2.286	97.523
2018	97.523	2.341	99.863
2019	99.863	2.397	102.260

Fuente: www.ecuadorencifras.com; datos INEC. 2010

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Para determinar la demanda del jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales se tomaron los resultados de las encuestas realizadas a los posibles consumidores, los mismos que de acuerdo a los porcentajes obtenidos fueron generalizados a la población base total de nuestro estudio; según el anexo (5), pregunta 8: ¿Si dice sí, indique la preferencia?

3.7.6. Demanda

Cuadro n° 31

Demanda

FRECUENCIA	CONSUMO	PORCENTAJE
		100
JABÓN EXTRACTOS BOTANICOS	136	35,60
INDUSTRIALES	67	17,54
AMBOS	179	46,86
TOTAL	382	100,00

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

La proyección de la demanda fue calculada tomando como punto de referencia la población económicamente activa proyectada al 2015 que es de 88.946 más el 2.02% que es la tasa de crecimiento anual con los datos obtenidos de los porcentajes del cuadro anterior, la demanda de jabón artesanal, donde:

3.7.6.1. Cálculo para obtener la demanda actual

Cuadro n° 32

Cálculo para obtener la demanda

<u>0,4686</u>	0,2343			
2				
	0,2343	+	0,356	= 0,5903
	0,2343	+	0,1754	= 0,4097
	0,5903	+	0,4097	= 1
	1	+	0,024	= 1,024
<hr/>				
PEA 2015 =	90.825			
TC =	2,40%			
(PEA * TASA DE CRECIMIENTO)				
	90.825	*	1,024	= 93.005

Fuente: encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

3.7.7. Demanda actual

Cuadro n° 33

Demanda actual

AÑO	PEA *TC	JABÓN
	PEA	ARTESANAL
	1,024	1
2015	93.005	93.005
2016	95.237	95.237
2017	97.523	97.523
2018	99.863	99.863
2019	102.260	102.260

Fuente: encuestas mercado del proyecto

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

3.8. Análisis de oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores (oferentes) están decididos a poner a disposición del mercado.

El propósito del análisis de la oferta es definir y medir la cantidad y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

Para determinar la oferta existente en el mercado tanto jabón de tocador elaborado a

escala industrial y artesanal, se realizó una investigación de campo que consistió en visitar los diferentes almacenes naturistas y supermercados de la ciudad y solicitar información acerca de las ventas mensuales de estos productos, los datos obtenidos se multiplicaron por 12 para determinar la oferta anual (**Anexo 2, 3**).

Cuadro n° 34
Análisis de la oferta

MARCA	ALMACENES NATURISTAS	TIA	LA FAVORITA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
					12
Dr. Peña	1.200			1.200	14.400
Ninacuro/3		60	80	140	1.680
Bassa		30		30	360
TOTAL	1.200				
		90	80	1.370	16.440

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

La proyección de la oferta se obtuvo multiplicando la cantidad anual ofertada que son 16.440 paquetes de jabón de tocador de 3 unidades cada uno, por el 2.02% que es la tasa de crecimiento de la población.

3.8.1. Proyección de la oferta

Cuadro n° 35
Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA ANUAL
	2,40%
2015	16.440
2016	16.772
2017	17.111
2018	17.457
2019	17.809

Fuente: encuestas mercado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

3.8.2. Balance oferta demanda

De acuerdo a la proyección realizada para los cinco años de vida útil del proyecto se ha determinado que existe una demanda insatisfecha, la misma que será aprovechada para comercializar nuestros productos.

Cuadro n° 36
Balance oferta demanda

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	90.825	16.440	74.385
2016	92.666	16.772	75.894
2017	94.531	17.111	77.420
2018	96.441	17.457	78.984
2019	98.389	17.809	80.580

Fuente: encuestas mercado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Se puede observar una demanda insatisfecha para el año 2015 de 74.385 en cuanto al jabón y esta información indica que es factible la creación de una empresa de producción y elaboración de jabón de tocador con extractos de planta medicinales.

3.8.3. Demanda potencial a satisfacer

La demanda potencial se ha calculado considerando las posibilidades de la empresa para poder ofrecer y cubrir la demanda insatisfecha. Esta demanda potencial está limitada a la cantidad de recursos disponibles en la nueva empresa para producir y vender lo que el mercado requiere, debido a estas limitaciones se conoce que no se podrá cubrir la totalidad de la demanda insatisfecha, sino únicamente un porcentaje del 45%, dejando a otras empresas la cobertura de la demanda insatisfecha no cubierta.

Cuadro n° 37
Demanda potencial a satisfacer

CAPACIDAD INSTALADA ANUAL		
Años	Demanda Insatisfecha	Demanda a Satisfacer 45%
2.015	74.385	33.473
2.016	75.894	34.152
2.017	77.420	34.839
2.018	78.984	35.543
2.019	80.580	36.261

Fuente: encuestas mercado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

El cuadro anterior muestra las posibilidades de producción anuales, en cuanto a Capacidad Instalada Anual: tenemos demanda insatisfecha multiplicada por la capacidad de producción del nuevo proyecto que es el 45% dando como resultado la demanda a satisfacer.

3.9. Análisis del precio

A través de la técnica de observación realizada en las tiendas naturistas y supermercados de la ciudad con respecto a los precios de los jabones de elaboración artesanal, se tomó el rango de precio que va desde \$ 5,25 hasta \$ 5,90; dependiendo de la marca (Anexo 2,3), de acuerdo con el análisis de precios efectuados en el mercado se consideró los productos a comercializar que están dirigidos a un mercado de consumidores de clase media alta; de esta

manera se determinó que los productos que se encuentran a la venta tienen un precio medio de \$ 5,77; para cada paquetes de 3 unidades jabón de tocador cada uno, para lo cual el proyecto efectuara sus cálculos en base a este precio.

Cuadro n° 38
Análisis del precio

MARCA	ALMACENES TIA	AKI	SUPERMAXI	PROMEDIO
	NATURISTAS			3
Sulfuroso/3	5,90			5,90
Yel de vaca/3	5,90			5,90
Avena/3	5,90			5,90
Glicerina/3	5,90			5,90
Matico/3	5,90			5,90
Ninacuro/3		5,25	5,25	5,25
Bassa/3		5,67		5,67
TOTALES	29,5	10,92	5,25	40,42
PRECIO PROMEDIO			7	5,77

Fuente: Industrias TIA, almacén, el Silo.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

3.10. Análisis de proveedores

Mediante la realización de las encuestas se ha tomado como principal proveedor de Sosa Caustica al Estado, el trámite se lo realiza a través del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas CONSEP a través de los teléfonos (593) 062 959-763 / 062 959-762 ext. 106 nromo@consep.gob.ec Ibarra – Ecuador; REQUISITOS: Documentos para la calificación de la solvencia moral y técnica de las personas naturales (Anexo n° 4), y a las personas que se dedican a la elaboración o comercialización de pasta de jabón de glicerina almacén Charmelak ubicado en la avenida Teodoro Gómez de la Torre y Calixto Miranda.

Los demás insumos y materiales a utilizarse en la elaboración de estos productos los encontramos en los diferentes supermercados de la ciudad, como La Favorita, Santa María, y

en general en el mercado mayorista, Amazonas e imprentas de la ciudad de Ibarra. A través de este proyecto se buscará incentivar a la población al cuidado de la epidermis con productos que beneficien la salud personal y familiar de los consumidores.

3.10.1. Materia prima e insumos

La materia prima e insumos para la elaboración de jabón es la base de jabón de glicerina la misma que se la adquiere en la calle Teodoro Gómez de la Torre, esencias y plantas en estado verde como la manzanilla, hojas de sábila, tomillo, yerba buena, etc., y secas como pétalos de rosas tratadas orgánicamente las encontramos en Cayambe, tomate riñón, coco, remolacha entre otras frutas y hortalizas, agua, aceite de coco, girasol y oliva, avena en hojuelas y pulverizada que sirve para dar consistencia, color y aroma al jabón elaborado artesanalmente, conservantes naturales los que sirven para detener el deterioro microbiano del producto, antioxidantes que es capaz de retrasar el proceso de oxidación, yute, etiquetas y fundas de telas festivas para el empaqueo del producto.

3.10.2. Participación del proyecto

El presente proyecto va a participar con un 45% de la demanda insatisfecha lo que significa 2.789 paquetes de jabón 80 grs., de 3 unidades cada uno diversificando los aromas, colores y peso; de esta manera será la producción mensual. Para el cálculo de la producción del proyecto se tomó en cuenta la cantidad de materia prima con la que se cuenta y la capacidad productiva de la planta.

3.11. Estructura y segmentación de mercado

Los productos a elaborar por la nueva unidad económica están destinados a personas que buscan una nueva alternativa en jabón de tocador para su higiene personal y familiar, tomando en cuenta este referente se presenta criterios que ayudan a determinar el segmento del mercado

considerando las siguientes características:

Cuadro n° 39
Estructura y segmentación del mercado.

VARIABLES	CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	
	SEGMENTOS DEL MERCADO	
1) GEOGRAFÍA:	Región	Sierra
	Provincia	Imbabura
	Ciudad	Ibarra
	Sector	Urbano y Rural
2) DEMOGRÁFICA:	Población	PEA de Ibarra
	Género	Femenino y Masculino
3) PSICOGRÁFICA:	Preferencias	Gusten del jabón para la higiene diaria.
4) CONDUCTUAL:	Fidelidad a la marca	A través de la satisfacción del producto
5) SOCIO-ECONÓMICO	Nivel económico	Se considerará para un nivel económico medio - alto

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

3.12. Mercado meta

Los mercados potenciales a los cuales estarán orientados los productos elaborados por el proyecto, serán en primer lugar las familias del cantón Ibarra, así como también los turistas que visiten el Cantón y a futuro poder llegar a ofertar este producto en los cantones más cercanos como: Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuqui. Los principales consumidores están constituidos por la PEA del cantón Ibarra, además, si a esta población económicamente activa puede añadir la población de los cantones cercanos, da lugar a que este proyecto pueda expandir su mercado.

3.13. Estrategias de mercado

Para la comercialización del jabón artesanal se aplicará las siguientes estrategias, encaminadas a captar y fidelizar clientes.

Producto

La presentación del jabón artesanal se la realizará de la siguiente manera:

- Para la venta del producto se realizará una etiqueta que llevará detallado el nombre de la empresa.
- Se diseñará un logotipo y eslogan que representen la actividad de la empresa.
- Se aplicará la herramienta de mercadotecnia en la exhibición de los productos.
- Cuando la empresa adquiera prestigio se prestará el servicio de venta a domicilio.

Precio

- El precio que se aplicará al producto será tomando como referencia los precios de la competencia, cuidando además cubrir los costos y gastos y un margen de utilidad.
- Dependerá de la cantidad de compra para realizar ciertos descuentos que favorezcan al comprador.
- Se dará crédito dependiendo del monto de adquisición a los comerciantes mayoristas.
- Se realizará descuentos de hasta un 10% dependiendo del monto compras al contado.

Plaza

El lugar donde gestionará la empresa tendrá una ubicación estratégica para la producción y comercialización del jabón de tocador, es por tal motivo que se llevará a cabo en la calle Guayas 1-501 y Av. 13 de Abril, que es un sector industrializado de la ciudad de Ibarra.

Promoción

- Se realizará promociones en la venta de jabón según su cantidad.
- Se llevará un control de los clientes fijos para acumulación de puntos por sus compras y poder entregarles regalos.

- Se planificará el diseño de material publicitario, a través web, de hojas volantes durante todo el año.
- Se contratará medios de comunicación masiva para dar conocer a la empresa, esto será a través de la radio durante los primeros cuatro meses y prensa escrita los siguientes cuatro meses.

Cuadro n° 40
Estrategias de mercado

DEACRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	ANUAL
Demostraciones	12	144
Periódico	20	240,00
Volantes	12	144,00
Radio	28	336,00
Televisión	35	420,00
La internet	30	360,00
TOTAL	137	1644,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado.

El producto que se pretende elaborar no requiere de cuidados especiales para su conservación, ni presentan variaciones estacionales producidas por el clima en del país.

La demanda potencial insatisfecha se estimó en 74.385 paquetes de 3 jabones de tocador para el primer año; y de 80.580 paquetes de jabón de tocador para el quinto año de operación, y la demanda potencial por sustitución se estimó en 33.473 para el primer año y de 36.261 paquetes de jabón de tocador de 3 unidades para el quinto año de operación del proyecto, siempre que los pronósticos macroeconómicos se mantengan dentro de los límites señalados.

Respecto a los precios del producto y su comercialización, no se han detectado problemas, desde el punto de vista del mercado ya que es un producto diferenciado de elaboración artesanal y no industrial.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Luego de haber establecido los datos de la oferta y demanda del producto a través del estudio de mercado se determina el objetivo general del estudio técnico es demostrar si el proyecto que se está investigando es técnicamente factible, justificando desde el punto de vista económico haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización, y proceso productivo para satisfacer la demanda existente de jabón de tocador artesanal con extracto de plantas medicinales, todo aquello en función de la disponibilidad o restricción de materias primas, alternativas tecnológicas accesibles, disponibilidad financiera y de los recursos humanos necesarios para poner en marcha la empresa.

4.1. Objetivo específico

Efectuar un estudio técnico para determinar, la localización, el tamaño, procesos productivos, maquinaria y equipo, obras civiles, y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.

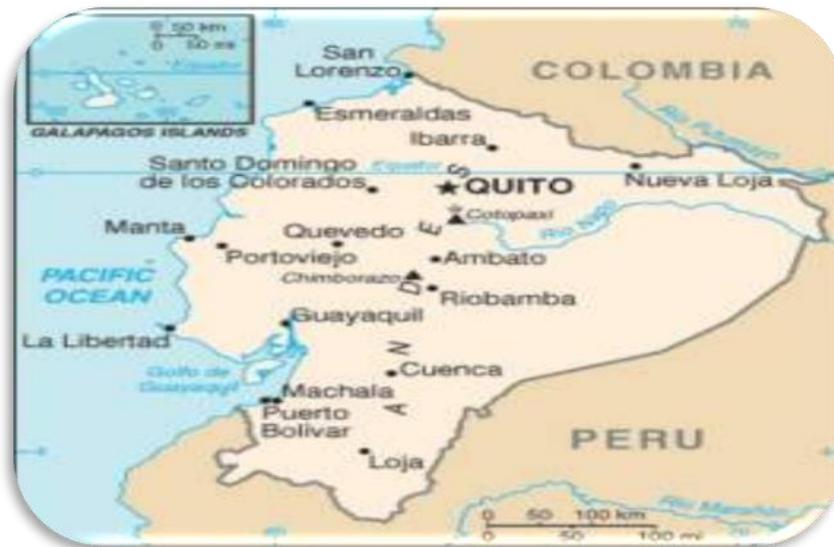
4.2. Localización del proyecto

En esta parte se analizó tanto la macrolocalización como la microlocalización donde se llevará a cabo el proyecto para la procesación del jabón de tocador artesanal.

4.2.1. Macrolocalización del proyecto

La macrolocalización se refiere al lugar geográfico donde se llevará a cabo el proyecto. La microempresa de producción, elaboración y comercialización de jabón de tocador artesanal estará ubicada: en Ecuador, Provincia Imbabura en el Cantón Ibarra.

Ilustración n° 6 Macrolocalización del proyecto



Fuente: ibarraymi.galeon.com

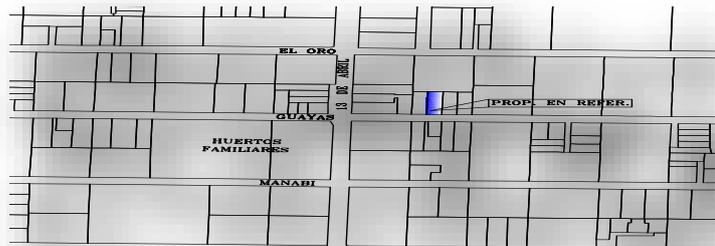
4.2.2. Microlocalización de la empresa

La localización está relacionada con la distribución, comercialización y venta de los productos. Las industrias se establecen por lo general próximas a lugares dotados de infraestructura básica: agua potable, alcantarillado, teléfono, servicios de transporte con fácil acceso a los mercados internos o externos de materia prima, mano de obra, entre otras.

- La empresa estará localizada en la calle Guayas 1-501 y 13 de Abril de la Parroquia Alpachaca, barrio Azaya sector huertos Familiares de la ciudad de Ibarra por cuanto debe cumplir:
- Las leyes de protección y fomento industrial.
- Ordenanza municipal.

- Estar ubicada en una zona de industrias.
- Contar con servicios básicos de calles, energía eléctrica, agua potable, teléfono y alcantarillado.
- Estar fuera de la zona residencial.

Ilustración n° 7 **Microlocalización de la empresa**



Fuente: Arq. Graciela Cevallos
Año 2015.

Para fundamentar la Microlocalización de la empresa se consideró los siguientes factores de localización más relevante:

- Tamaño y dimensiones
- Relación con el entorno
- Diseño e infraestructura
- Ubicación estratégica
- Crecimiento poblacional

4.3. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se analizó los factores más importantes que influyen en el desenvolvimiento más importante de la microempresa.

4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Los factores que se tomarán en cuenta para el tamaño del proyecto son:

- La demanda actual que existe en el sector,
- Disponibilidad de la materia prima,
- Disponibilidad de la mano de obra,
- Tecnología; y,
- Financiamiento.

La demanda actual

Para determinar el tamaño del proyecto es necesario conocer la demanda actual; es decir, la disponibilidad que presentan los principales consumidores de los productos, ya que son la base fundamental para el proyecto de producción y comercialización de jabón de tocador artesanal tenga éxito en su comercialización.

Disponibilidad de la materia prima

La ciudad de Ibarra, por encontrarse ubicada en un sector netamente comercial e industrial cuenta con lugares donde se puede abastecer de la materia prima e insumos necesarios para la producción. Entre la materia prima e insumos que se requiere para la producción del jabón artesanal es la sosa caustica en su presentación cruda o la materia ya elaborada que es la pasta de jabón de glicerina, los demás insumos y materiales a utilizarse en la elaboración de estos productos los encontramos en los diferentes supermercados de la ciudad.

Disponibilidad de la mano de obra

El sector cuenta con la mano de obra técnica necesaria para la producción debido a que existe en la ciudad escuelas superiores y centros de capacitación públicos y privados; con respecto a la mano de obra la empresa capacitar constantemente en lo que sea necesario a sus obreros.

Tecnología

La tecnología que se utilizará será semi automática, debido a la intervención de la máquina y la mano de obra por parte del talento humano contratado, esto ayudará a elevar la productividad en el proceso de producción de los jabones de tocador artesanal; se basará en la minimización de los costos de producción y la maximización del producto terminado en el menor tiempo posible, es por ello que se adquirirá la maquinaria adecuada para la producción.

Financiamiento

La ciudad de Ibarra cuenta con la presencia de diferentes Instituciones Financiera dispuestas a otorgar créditos para la inversión a diferente plazo y condiciones de pago; esto es considerado una ventaja, ya que se contará con el capital necesario para realizar la inversión, en el capítulo financiero se detallara el financiamiento para la inversión de este proyecto.

4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Proceso productivo y/o de comercialización

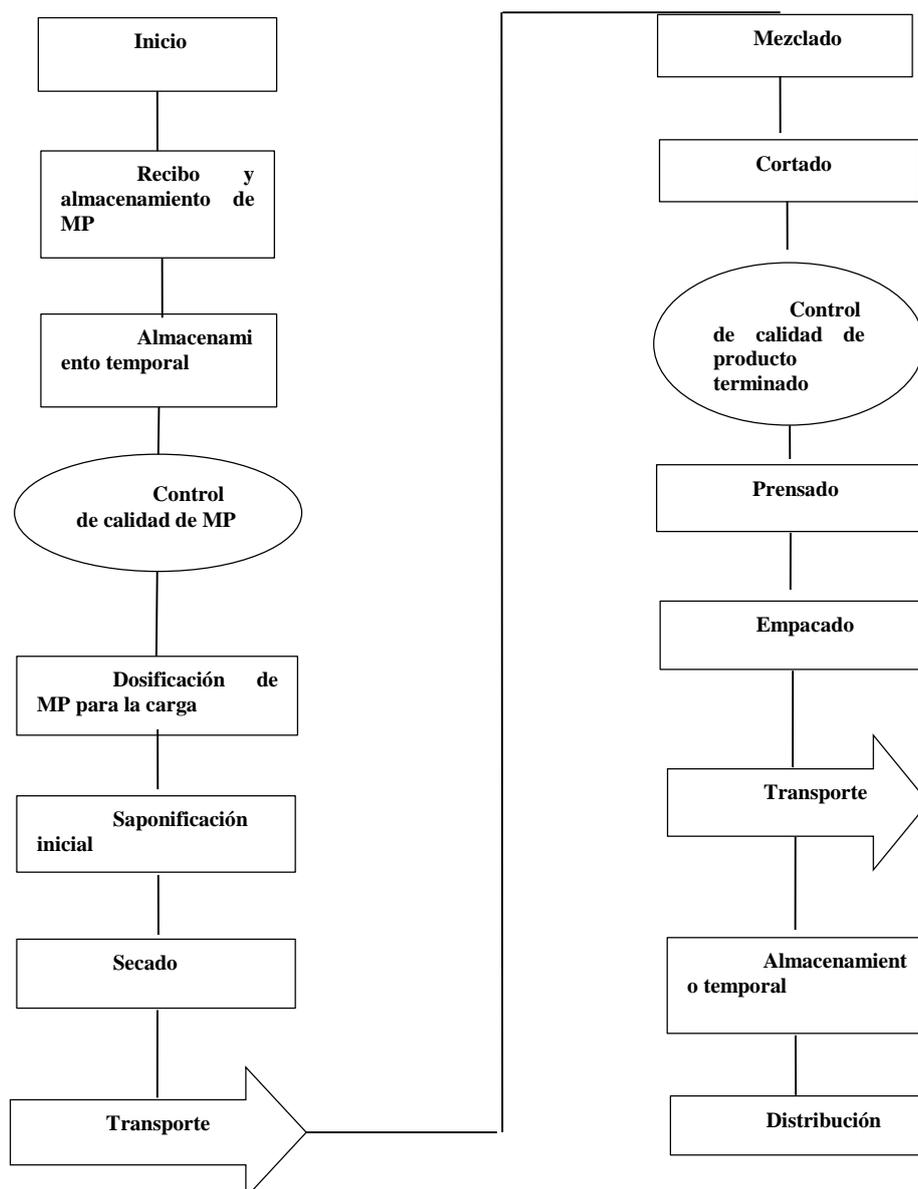
Todo proceso productivo es un sistema formado por personas, equipos y procedimientos de trabajo, a través del cual ingresan materia prima o insumos que son transformados en productos que se comercializan.

Así el proceso genera ingresos de materias primas o salidas que son los productos que resultan del proceso. La transformación de estos materiales e insumos requieren del flujo de operaciones y sus actividades que se detallan a continuación.

4.4.1.1. Flujo del proceso productivo

El siguiente diagrama es una representación gráfica de las secuencias, etapas, operaciones, movimientos y otros eventos que ocurren en el proceso. Esta representación se efectúa a través de formas y símbolos gráficos utilizados frecuentemente.

Gráfico n° 16
Flujo de procesos del Jabón artesanal



Fuente:
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

4.4.2. Tecnología

- **Recepción y almacenamiento de materias primas:** en esta actividad se efectúa el recibo y almacenamiento de las materias primas y se registra sus características principales tales como: anotar los datos del proveedor, procedencia, costo y la cantidad que hemos recibido.
- **Almacenamiento Temporal:** las materias primas permanecen almacenadas hasta su proceso productivo. Para el almacenamiento de las materias primas líquidas se requiere el empleo de grandes tanques superficiales o subterráneos. El almacenamiento se hará en el local de la empresa, que cuenta con las instalaciones necesarias para la prevención de accidentes y las seguridades necesarias para el personal, para esto, quienes manipules estos elementos deberán contar con ropa de trabajo y protección adecuada.
- **Control de calidad de materias primas:** Para la elaboración del jabón artesanal se deberá realizar el análisis de calidad de las materias primas, pues de esto dependerá la calidad del producto final. Los análisis necesarios para la aceptación de las materias primas grasas que intervienen en el proceso de saponificación son entre otros:
- **Índice de saponificación.** Este índice se designa el número de miligramos de hidróxido de potasio (anexo capítulo 4) necesario para saponificar 1gr de sustancia grasa, sirve para averiguar si la materia grasa ha sido tratada químicamente, siendo un indicativo del grado de modificación en la reacción, pudiéndosele utilizar para el seguimiento de esta y como parámetro para finalizar. La mayor parte de las grasas tiene un índice de saponificación que oscila entre 180 - 200
- **Índice de yodo.** Es la cantidad de yodo que puede ser utilizada por 100 gr., de sustancia grasa, haciendo posible conocer la cantidad de ácidos grasos no saturados (anexo capítulo 4) presentes en las grasas, las impurezas que estas presentan y descubrir si

están mezcladas o no con otras sustancias, utilizando como indicador para calificar la pureza del producto.

- Según el índice de yodo, los aceites se clasifican en secantes de (135 – 200) división a la que se enmarca el aceite de oliva; semisecantes de (90 – 135); y, no secantes (menor de 90), estos valores se miden por cada 100gr de aceite (grs de yodo/100 de aceite).
Identifica la cantidad de ácidos grasos no saturados presentes en las grasas.
- Índice de acidez. Sirve para calcular el contenido de ácidos libres (anexo capítulo 4).
El resultado se da en función del número de miligramos de hidróxido de potasio necesario para neutralizar los minerales u orgánicos libres que se contienen en un gramo de grasa KOH sobre 100 de muestra, la norma para este índice da entre 0,20 – 0,40; muy útil para saber el contenido de ácidos grasos libres.
- **Dosificación de materia prima para la carga:** En base a la planificación establecida se procederá a la dosificación de las materias primas para una carga determinada de producción, los cuales se bombean a la paila de hervido para iniciar el proceso de producción.
- **Saponificación inicial:** La saponificación inicial es el primer proceso que habrá que realizar a la hora de crear jabón. Consiste en convertir un cuerpo graso en jabón, puede hacerse en frío o en caliente. Durante el proceso de saponificación se mezclan todas las materias primas que conforman un jabón, dependiendo de la cantidad.
- **Preparado caliente:** Se coloca en el caldero de hervir el agua y la grasa poniendo en marcha el sistema de caldeo a vapor calentando hasta que la temperatura marque de 80° a 90°C, comprobada esta, se hace girar el sistema de agitado de la caldera, a fin de facilitar la fusión de todo su contenido, luego en chorro muy delgado y sin dejar de agitar, se agrega la disolución de sosa cáustica previamente preparada a 38°C.
- El agua y la grasa se cocinan durante 45 minutos mecido constantemente y

procurando que la temperatura de su contenido se mantenga a 80°.

- Transcurrido ese tiempo se incorpora de la misma forma que la anterior otros 82 litros de sosa cáustica a 38°C con esta nueva incorporación se obtendrá la completa saponificación de la masa jabonosa, y una vez terminada se continuará con el agitado del contenido de la caldera por espacio de una hora, cuidando que la temperatura se mantenga a 80°C.
- A continuación sin dejar de mover, con la masa en estado de fluidez, se incorporará una disolución de sal común, con agua a 80° de temperatura. Se proseguirá con el agitado de la masa, cuidando que la temperatura no varíe de 80°C ya indicados
- **Reposo y enfriado:** Se continuará agitando los ingredientes durante 30 minutos antes de dejarlo descansar a temperatura ambiente. Se mantiene la masa en reposo toda la noche, al día siguiente estará fría, y estará compuesta por dos capas: la superior será jabón solidificado quedando en un pH neutro conocido como pasta de jabón base; (anexo capítulo 4), mientras que la capa inferior será glicerina y sales o lejías; esta lejía será estilada en un tanque colector de lejías para ser aprovechadas en posteriores fabricaciones.
- **Saponificación final:** Una vez purgada la masa de jabón, se enciende el dispositivo de caldeo al vapor para que la masa se vuelva líquida para así poder añadirle la glicerina mientras se agita y se mezcla continuamente. Acto seguido se añade la sal sódica básica pesada previamente y se continúa mezclando durante 45 minutos.
- **Secado:** Una vez efectuado el proceso anterior, el producto se envía directamente al tanque de secado, el tiempo de secado es de 3 a 5 horas en el tanque de secado, o lo puede dejar secar toda la noche a temperatura ambiente.
- **Cortar o picado:** el proceso consiste en cortar la masa de jabón ya endurecida y lista de acuerdo al tamaño que la empresa decidió optar como norma, para esto es importante

definir los moldes para el cortado del jabón.

- **Transporte:** el jabón cortado en las diferentes medidas deseadas por la empresa, es transportado en coches de metal al equipo de mezclado y molienda.
- **Molienda:** aquí se procesa el producto cortado y picado, fusionándole a vapor donde alcanza una temperatura de 65° a 70° y se procede al mezclado de los aditivos necesarios y deseados.
- **Mezclado:** En esta etapa, se colocan los detalles finales al producto, en virtud de que los perfumes son volátiles, se deberá emplear un fijador, como puede ser de resinas fijas, naturales o bálsamos.
- **El colorante:** debe coincidir con el aroma del jabón,
- **Añadir los aditivos:** disueltos al jabón en la mezcladora, con el objeto de obtener jabones especialmente suaves y sobre engrasados, tales como lanolina, emulsiones de cera, hierva Luisa, manzanilla, miel, aloe vera o sábila, etc..
- **Corte:** en este proceso si no se cuenta con maquinaria se coloca en moldes de madera o acero inoxidable y luego se procede al corte y tallado manual del jabón con un bisturí dando formas ergonómicas agradables a la vista y al tacto.

4.4.3. Análisis de comercialización

4.4.3.1. Control de calidad del producto terminado

Con el fin de mantener un adecuado control de la producción de jabón de tocador, se establecen ciertos parámetros, dentro de los cuales se asegurará la calidad constante del jabón. Esto se podrá lograr dentro de ciertos análisis a los que se deberá someter el producto para chequear su composición.

- En términos generales se podrá citar que no debe contener grasa insaponificable, ni exceso de sosa cáustica arriba y debajo de dichos parámetros.

- Los parámetros principales a los que se sujetará el jabón que se elabore por proceso de hervido son:
- El contenido de humedad deberá ser de aproximadamente el 23%,
- La cantidad del álcali cáustico no debe exceder del 0,05%,
- No deberá tener más del 0,1% de grasa insaponificable presente,
- El contenido de sal debe estar controlado aproximadamente en 0.5% y menor; a mayor contenido de sal, el jabón se vuelve quebradizo y esta propenso a agrietarse.

Prensado: Una vez que se realizó el cortado y se verificó la calidad, no siendo necesario volver a procesar, se procede a pasar el jabón por la máquina troqueladora, de donde salen con su marca y forma definitiva.

Empacado: finalmente las piezas terminadas pasan a una sección de empaquetado manual, de donde sale el producto en cajas de cartón de 72 unidades, un total de 24 paquetes de 3 unidades cada uno.

Transporte: Las cajas empacadas se trasladan en carrito de metal, al almacén de productos terminados.

Almacenamiento temporal: Las cajas de jabón permanecen almacenadas temporalmente hasta su envío al cliente. El almacén de productos terminados deberá cumplir con ciertas condiciones de humedad (no mayor del 50%) y circulación de aire para mantener el producto en buen estado en una temperatura no mayor de 30°C.

Distribución y entrega al cliente: El proceso concluye con la distribución y entrega al cliente. Este producto tiene una vida de anaquel bastante larga, siempre y cuando no se abra el empaque del producto, por lo que se deberá tener precauciones para un manejo y almacenamiento adecuado.

4.4.4. El producto

El productos que se va a comercializar por medio del proyecto es jabón de tocador elaborado artesanal con extractos de plantas medicinales, el mismo que por su alto contenido en grasas oleicas y vitaminas “A” y “E” se brindará a los consumidores un bien con múltiples beneficios para la higiene y salud familiar evitando enfermedades tales como: la influenza, dermatitis y olores corporales desagradables.

El segmento de mercado al cuál básicamente se orientará el presente proyecto, son los establecimientos cuya actividad comercial es la de ofrecer productos de consumo masivo entre ellos productos para la higiene personal y familiar con altos beneficios que favorecen a la dermis.

Ilustración n° 8 El producto



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

4.4.5. Canales de distribución

Para iniciar las actividades comerciales de la empresa de producción, elaboración y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales, se necesita diseñar estrategias para ingresar y asegurar su posicionamiento dentro del mercado competitivo y complejo.

Estos productos se comercializarán en los supermercados y tiendas naturistas de la ciudad de Ibarra, además se expenderá los productos directamente en la planta procesadora. Tomando como base la información de campo se ha diseñado las siguientes estrategias.

4.4.6. Estrategias de comunicación

Tomando en cuenta que el jabón de tocador artesanal no existe actualmente en el mercado y por consiguiente no existen listas de precios y evolución del producto, se hace necesario incursionar en el mercado local a través de:

- **Demostraciones.-** Estas se realizarán en la entrada de los principales supermercados y balnearios de la ciudad mediante señoritas impulsadoras y modelos promotoras ya que estos lugares son de gran concurrencia de la población, esto permitirá que los consumidores potenciales tengan la oportunidad de probar en sus hogares, conocer los productos y por ende tomen la decisión de adquirirlos.
- **Publicidad a través del internet.-** Se realizará publicidad a través de este medio de comunicación ya que se constituye en uno de los más utilizados para dar a conocer los productos gracias a que la mayoría de la población tiene acceso al internet, para lo cual se creará una página web con información acerca de la empresa y los productos que ésta ofrece.
- **Volantes.-** Se repartirá volantes que contengan información acerca de los productos que se va a comercializar indicando las características que contiene cada uno de nuestros productos.
- La publicidad jugará un papel importante para que la población tenga conocimiento de la existencia, aroma y características de nuestros productos se efectuará también a través del periódico local, la televisión y la radio.

4.4.7. Estrategias de plaza

Nuestros principales clientes son los supermercados y los minoristas como son tiendas naturistas de la ciudad.

- **Supermercados:** Se realizará descuentos de acuerdo al monto adquirido, además se entregará una cantidad de producto gratis para que entreguen una muestra a los clientes.
- **Tiendas naturistas:** En base al monto de compra se otorgará descuentos y además se entregará productos gratis por la compra de los nuevos productos.
- **El canal de distribución** que se utilizará es productor –detallista –consumidor final; en este caso se considera a los detallistas como el principal intermediario de la cadena entre los consumidores de jabón de tocador artesanal.

4.4.8. Precio

Para analizar el precio del producto se tomó en cuenta dos métodos principales para la fijación del precio:

- **Fijación de precios para ajustarse a la competencia:** En esta etapa se debe diferenciar el producto por su calidad o servicio.
- **Precio promedio:** Se aplica cuando se introducen productos nuevos al mercado que no cuentan con datos históricos.
- **El precio tanto del jabón de tocador artesanal** que se elaborará y comercializará mediante nuestro proyecto será fijado en base a los precios de la competencia.

4.4.9. Costos de publicidad

Los costos de publicidad son de gran importancia para dar a conocer al público los productos a ofertarse los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro n° 41
Costo de publicidad

DEACRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	ANUAL
Demostraciones	12	144
Periódico	20	240,00
Volantes	12	144,00
Radio	28	336,00
Televisión	35	420,00
La internet	30	360,00
TOTAL	137	1644,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

4.5. Maquinaria y equipo

Tomando en cuenta que la empresa es pequeña los elementos a utilizar son el siguiente:

- **Una cocina industrial recubierta de acero inoxidable, con una olla hotelera de acero inoxidable con fondo cónico de donde se desprende un tubo utilizado para extraer el jabón acabado, como se detalló en el proceso productivo.**
- **Cocina y caldero a vapor:** Permite calentar los insumos y luego a través de su sistema de agitado, facilita la fusión de todo su contenido.
- **Tanque colector de lejía:** Es un tanque cónico en donde se depositan las lejías que no son aprovechadas en el primer proceso de saponificación y que no son aprovechadas en el primer proceso como residuos de éste, mismas que serán aprovechadas en posteriores fabricaciones.
- **Tanque de secado:** En donde se deposita el resultado de la saponificación.
- **Tanque de almacenaje:** es donde se almacenan los aceites y las grasas.

- **Máquina Troqueladora:** Permitirá realizar el acabado del jabón de tocador, para colocar la forma deseada que se expondrá en el mercado.

Cuadro n° 42
Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipopara Para Elaborar Jabón Artesanal			
Q	Detalle	P/V/U	
1	Cocina industrial para baño maria	1.300,00	1.300,00
1	Fuente de 1m x 50 acero reforzado	180,00	180,00
1	Cocina 1 quemador acero fundido mate	220,00	220,00
1	Mesa con 4 tinas y sus respectiva grifería c/u 1,30 x 70 90/alto	2.200,00	2.200,00
1	Mesa 1m x 60/alto	220,00	220,00
6	Gradilleros de 15 latas	210,00	1.260,00
80	Bandejas de 48 x48 y 4cm. Altura	45,00	3.600,00
80	Divisiones o panales diferente medias	45,00	3.600,00
4	Cilindros de gas industrial	70,00	280,00
2	Ollas hoteleras # 45 acero inoxidable	135,00	270,00
4	Coladores de acero inoxidable	18,00	72,00
3	Tinas plásticas quintalera	45,00	135,00
4	Docenas tinas plasticas	22,00	88,00
6	Pares de botas plásticas goliat	10,65	63,90
12	Pares de guantes algodón y caucho	4,67	56,04
3	Ternos impermeables	16,32	48,96
12	Overoles índigo	42,56	510,72
12	Mandiles	24,64	295,68
1	Coche	120,00	120,00
4	Gafas industriales	27,00	108,00
1	Batidora industrial	480,00	480,00
12	juegos de guantes plásticos	2,30	27,60
4	Mascaras respiradoras de uso profesional	36,61	146,44
2	Extintores 40 lb/c/u. de CO2	53,20	106,40
Total			15.388,74

Elaborado: por la autora

Fuente: Metálica Vacas

Año 2015.

NOTA: el material de la proforma cuadro n° 42 es de acero inoxidable, el revestimiento de cocinas y mesas de trabajo, etc. Disponer de equipo con tecnología moderna nos permitirá tener una sólida producción y es una fortaleza para la elaboración de un jabón de calidad y diseño que vayan a la vanguardia del buen vivir.

4.6. Obras civiles

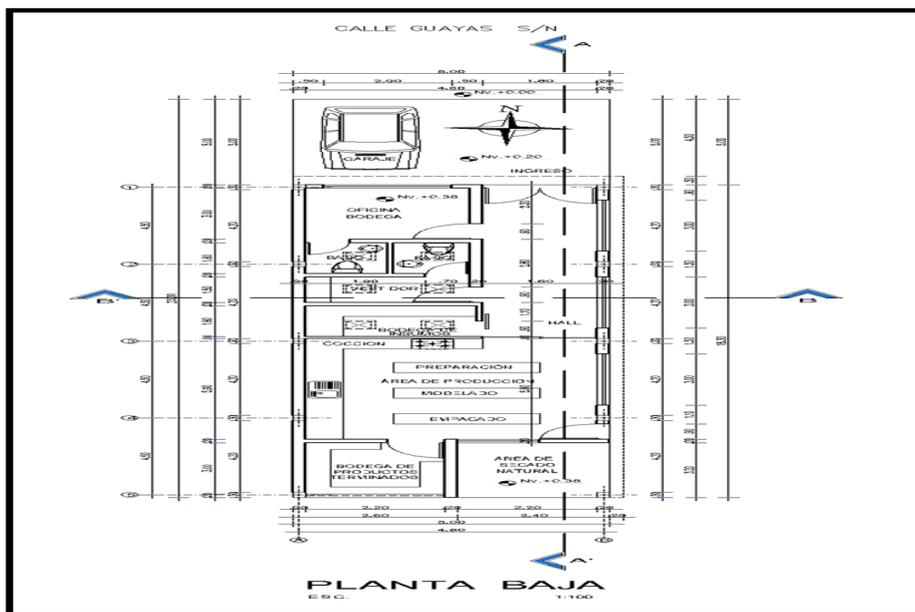
Se encuentra ubicada en la calle Guayas 1-501 a 100 metros de la calle 13 de Abril.

4.6.1. Infraestructuras básicas

Para una adecuada distribución debemos considerar lo siguiente:

- **Nuestra planta,** debe ser capaz de producir 33.468 paquetes de jabón de 3 unidades cada uno al año.
- **El diseño de las instalaciones,** se encuentra organizado, ya que todo tendrá una comunicación directa en cada departamento para que se minimice el tiempo de avisos o cruce de información. Los mismos que serán distribuidos en tres áreas: Administración, Producción, Tallado y Ventas.
- **Es necesario dejar espacio libre** para el movimiento de los materiales al interior de la planta.
- **El flujo de los materiales,** el cual debe abarcar desde la recepción de las materias primas hasta la distribución del producto terminado. Dicho flujo se esquematiza en el gráfico siguiente.

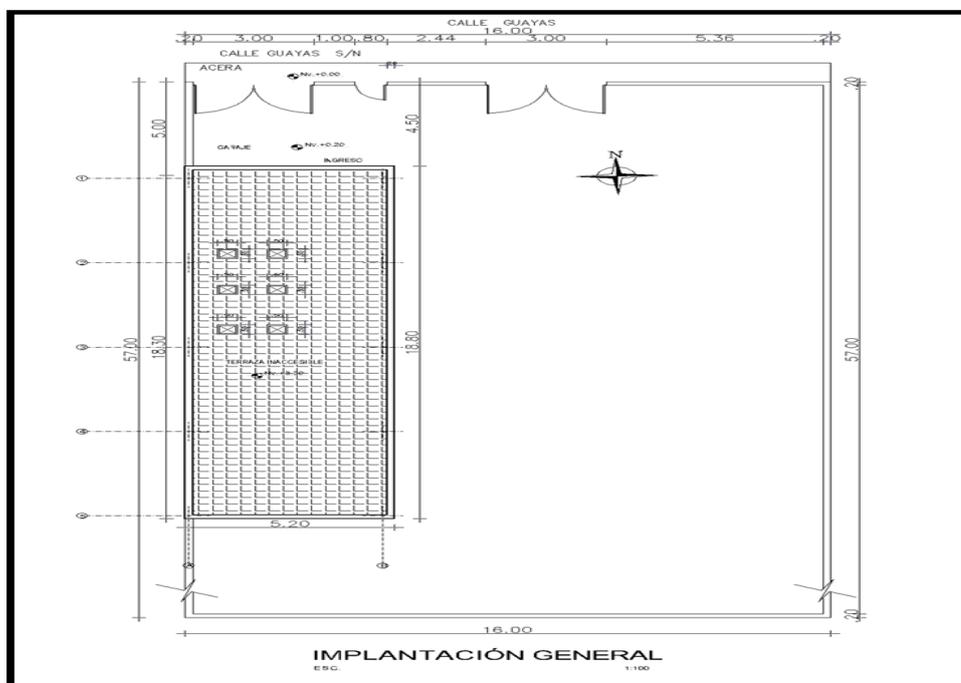
Gráfico n° 17
Distribución de la planta



Fuente: Arq. Martha Graciela Cevallos
 Elaborado por: la autora
 Año 2015.

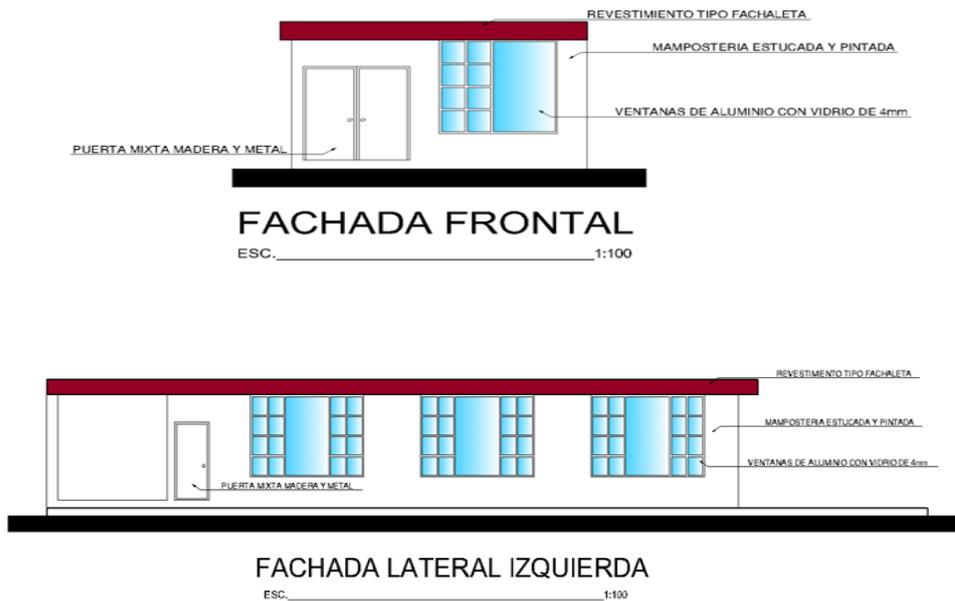
ÁREA DE
 CONSTRUCCIÓN 91.5 m²

Gráfico n° 18
Determinación de las áreas estructurales



Fuente: Arq. Martha Graciela Cevallos
 Elaborado por: la autora
 Año 2015.

Gráfico n° 19 Fachada frontal y lateral de la empresa



Fuente: Arq. Martha Graciela Cevallos
Elaborado por: la autora
Año 2015.

4.6.2. Distribución de la empresa

La nueva planta tendrá una dimensión total de 91.50 m² de construcción, distribuidos en 57m de largo y 16.05m de ancho, y consta de las siguientes áreas:

- **Acceso de vehículos:** es la zona por donde entrarán los camiones a dejar materia prima e insumos y también a cargar el producto terminado para proceder al reparto. Tiene capacidad hasta para 2 camiones a la vez. Es un área que no se encuentra techada.
- **Área de descarga:** Es la zona donde se descargará la materia prima e insumos para su posterior transporte al almacén.
- **Almacén de materia prima:** Es la zona donde se almacenará la materia prima para la elaboración de los productos.
- **Área del tanque de combustible:** Es la zona donde se almacena el combustible para alimentar las calderas y los vehículos. Es un área que se encuentra techada a una altura

de 2.5m y cerrada para prevenir cualquier manipulación fortuita que se pueda dar.

- **Área del tanque de agua:** Aquí se almacena agua para abastecer a la fábrica ante un posible desabastecimiento de agua, o un siniestro de incendio. Es un área que se encuentra techada a una altura de 2.5m. Se encuentra junto al área de combustibles y sin ningún muro con el propósito de reaccionar en forma rápida ante algún percance.
- **Área verde:** Servir como un tragaluz y espacio de esparcimiento para los trabajadores, donde puedan tomar un poco de aire, pues esta área no se encuentra techada.
- **Comedor:** Será el lugar de almuerzo de los trabajadores de la empresa. Es un área que se encuentra techada a una altura de 2.5m, y contigua al jardín sin ningún muro que lo separe.
- **Área de producción:** aquí se realizarán las operaciones de: dosificación, mezclado y empaque, cada zona está debidamente diferenciada. Es un área que se encuentra techada a una altura de 5m.
- **El pasillo:** que conecta el área de producción con el almacén de productos terminados tiene espacio suficiente para el desplazamiento inclusive del coche de carga.
- **Área de control de calidad:** aquí se realiza el control de los lotes de producción antes de ser puestos a la venta. El techo se encuentra una altura de 2.5m.
- **Almacén de producto terminado:** sirve para almacenar el jabón antes de su distribución. Se encuentra techado a una altura de 5m.
- **Área de carga:** sirve para manipular el producto terminado antes de subirlo al transporte de entrega. Hay espacio disponible hasta para maniobrar dos coches al mismo tiempo. Esta zona no se encuentra techada.
- **Vestidores y baños:** Son dos áreas divididas para hombres y mujeres, es el lugar donde los trabajadores, operarios preferentemente se mudarán su ropa e irán a los servicios higiénicos. Adicionalmente existen otros 2 baños para uso del personal administrativo

y clientes. Los ambientes se encuentran techados a una altura de 2.5m.

- **Oficinas técnicas** administrativas: aquí se controla el desempeño de toda la empresa. En el interior existe una pequeña oficina para el gerente general. En las oficinas técnicas administrativas se reúne el personal que dirige la empresa. Se encuentra techado a una altura de 2.5m.
- **Oficina de atención a clientes:** está destinado a atender a los clientes que llegan hasta las instalaciones de la empresa. Al interior existe una pequeña oficina que la ocupa la secretaría y se realizarán ventas de oficina. Se encuentra techado a una altura de 2.5m.
- **Estacionamiento:** sirve de estacionamiento para los gerentes de la empresa. Tiene espacio disponible para estacionar tres autos. El área no se encuentra techada. La edificación cuenta con ventanales amplios, en la parte de producción se tiene la ventilación adecuada, así como los equipos de seguridad necesarios como son extinguidores y mangueras de agua para incendios.

4.7. Talento humano

Para determinar la capacidad del proyecto se tomó en cuenta, las máquinas a utilizar y el talento humano del área operativa quedando de la siguiente manera:

- Producción mensual: 2.789 paquetes de 3 unidades cada uno.
- Horas de trabajo diario: 4 horas.

4.8. Presupuesto técnico

La propuesta de inversión nos permitirá establecer el origen y utilización de los recursos financieros para poner en marcha el proyecto, ya que se ha demostrado la existencia de un mercado potencial, esta herramienta de evaluación financiera permite calcular y estimar todo recurso humano, tecnológico y material requerido para su realización.

4.8.1. Inversiones fijas

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará con una inversión propia de \$ 20.000/ veinte mil dólares; que corresponde a la extensión del terreno de 16 m2 de frente con 57 m2 de fondo según catastros del GAD-Ibarra; donde, se construirá el edificio de la planta procesadora de jabón artesanal en una dimensión de 91,50 mts2 a un costo de \$35.786,74/ treinta y cinco mil setecientos ochenta y seis dólares con setenta y cuatro centavos.

4.8.1.1. Muebles y Enseres

Cuadro n° 43
Muebles y Enseres

Q	CONCEPTO	P/U	P/T
2	Mesas 2m x 60	390,00	780,00
3	Estanterías metálicas 7 pisos	135,00	405,00
1	Escritorio	280,00	280,00
2	Mostradores	150,00	300,00
4	Sillas	45,00	180,00
1	Silla giratoria	85,00	85,00
2	Juegos de sillas gemelas	95,00	190,00
1	Botiquín	60,00	60,00
1	Archivador	135,00	135,00
TOTAL			2.415,00

Fuente: Metálica Vacas, Industrias Rivera
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

De acuerdo al espacio físico disponible y el personal que laborará en la empresa se requiere los muebles que se detallaron en el cuadro anterior, los mismos que ayudaran a tener un adecuado proceso y funcionamiento en cada una de las áreas que constituyen la empresa.

4.8.1.2. Servicios básicos

Cuadro n° 44
Servicios básicos

CONCEPTO	COSTO	MESES	COSTO
	MENSUAL	12	TOTAL
Energía eléctrica	10,00	12	120,00
Agua potable	10,00	12	120,00
Servicio telefónico e internet	30,00	12	360,00
Otras operadoras Celular	6,00	12	72,00
Total			672,00

Fuente: tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

4.8.1.3. Suministros y materiales indirectos

Cuadro n° 45
Suministros y materiales indirectos

DETALLE				MI	MI	MI
	U	P	T/U/P	U	P/U	Elab. jabón
Fundas 100 P 3*5	100	1.000	100.000	1.000	0,30	300,00
Fundas 1000 P 4*5	250	500	125.000	500	0,55	275,00
Etiquetas				40.000	0,01	400,00
Cajas de cartón				60	0,1	6,00
Cinta embalaje				36	3,8	136,80
Fundas 100 P g	100	3	300	12	1,2	14,40
Plástico osmótico				60	1,95	117,00
Moldes de acetato				60	1,25	75,00
PARCIAL						1.324,20
IVA					12%	158,90
TOTAL						1.483,10

Fuente: resumen de costos a la MP
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

Se incurre en estos costos y gastos por la adquisición de implementos o suministros que incurren en la fabricación y utilización de accesorios

4.8.1.4. Materiales Consumibles

Cuadro n° 46
Materiales consumibles

DETALLE	MC U	MC P/U	MC Elab. jabón	MC C/3/M 3
Cilindro de gas	4	17,25	69,00	207,00
Aceite básicos (galones)	4	35,00	140,00	140,00
kid de higiene y limpieza	10	12,00	120,00	120,00
TOTAL				467,00

Fuente: resumen de costos a la MP
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

4.8.1.5. Equipo de cómputo

Cuadro n° 47
Equipo de cómputo

CONCEPTO	Q	COSTO
Computadora Samsung completa	1	800
Imprvistos 2%	0,02	16
TOTAL		816

Fuente: Word compiuter
Elaborado: Laura Avellaneda
Año: 2015.

4.8.1.6. Suministros de oficina

Cuadro n° 48
Suministros de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	
		UNITARIO	TOTAL
Tinta para impresora	4	12	48
Resma de papel bom	1	4,85	4,85
Grapadora	1	4,85	4,85
Perforadora	1	3,86	3,86
Carpetas para archivo	4	4,85	19,4
folder	6	0,5	3
Esferos, lápiz, borador	6	0,5	3
Lámina telefonos/emergencia	1	2	2
sellos	1	4,86	4,86
TOTAL			93,82

Fuente: datos tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.8.1.7. Gasto mantenimiento equipo de cómputo

Cuadro n° 49
Gasto mantenimiento equipo de cómputo

CONCEPTO	COSTO SEMESTRAL	SEMESTRAL 2	COSTO TOTAL
Gasto mantenimiento de equipo de cómputo y accesorios	30	2	60
TOTAL			60

Fuente: datos tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.8.1.8. Gasto mantenimiento maquinaria

Cuadro n° 50
Gasto mantenimiento maquinaria

CONCEPTO	COSTO SEMESTRAL	SEMESTRAL 2	COSTO TOTAL
Cocina	80	2	160
TOTAL			160

Fuente: resumen de costos a la MP
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

4.8.1.9. Sueldos y Salarios MOD, MOI.

En la parte de los sueldos el gerente gana un salario básico establecido en la ley, el personal de varios servicios y operarios. Según los establecido por la Secretaría de Relaciones Laborales.

Cuadro n° 51
Sueldos y salarios; MOD, MOI.

MICROEMPRESA TERNURAS							
Laura Avellaneda							
Calle Guayas s/n a 100 metros de la Av. 13 de Abril							
RUC 1001632924001							
Administrativo	Suelos	IEES		Suma	Décimo		Suma
	Salarios	Patronal	Personal	mensual	13°	14°	anual
Administrativo		11,15%	9,45%				12
Gerente	354	39,471	33,453	360,018	354	354	5.028,22
Producción	MANO DE OBRA DIRECTA						
Ing. Químico	354	39,47	33,45	360,02	354	354	5.028,22
Operaria 1/2 tiempo	177	19,74	16,73	180,01	177	177	2.514,11
Operaria 1/2 tiempo	177	19,74	16,73	180,01	177	177	2.514,11
SUMA	708	78,94	66,91	720,04	708	708	10.056,43
Proyección anual de MOD							10.056,43
GGF (IEES)		947,30					
Varios Servicio	MANO DE OBRA INDIRECTA						
empleado	354	39,47	33,45	360,02	354	354	5.028,22
Proyección anual MOI							5.028,22
GGF		473,65		360,02			

Fuente: Resolución CD.261 de 2009-05-26; Resolución CD.464 2014-01-29 (Aporte del 0,10% adicional a todos los afiliados IESS.
 Elaborado por: Laura Avellaneda
 Año 2015

En el cuadro n° 51 detallamos el cálculo del gasto patronal IESS proyectado para un año siendo un total de \$ 1.420,95, que corresponde a la producción (GGF); MOD \$ 10.056,43; MOI \$ 5.028,22; estos valores, son susceptibles debido al desarrollo y crecimiento de la empresa. Los gastos generales de fabricación reflejados en el cuadro # 53 es la sumatoria de las cuentas:

IESS	1.420,95
Servicios básicos	672,00
Suministros y materiales indirectos	1.483,10
Materiales consumibles	467,00
Gasto mantenimiento equipo de cómputo	60,00
Gasto mantenimiento maquinaria	160,00
Suma	4.263,05

4.8.20. Materia prima en jabón de tocador 80 gramos.

Cuadro n° 52

Materia prima en jabón de tocador 80 gramos.

FORMA	PESO DE MP Gramos	DESPER DICIOS/U Gramos	PESO/kg. JABÓN	TOTAL U	COSTO U	COSTO \$
Kilos			8,400			5,2
BASE JABÓN	8400	1	80	105		43,68
Redondo/3 plg	80		80	105		
Miel	1000	1				7,50
Esencia/miel aveja	100	1				4,80
Grasa de coco	1000	1				8,87
PARCIAL	10500	100	10400	105	0,62	64,85
BASE JABÓN	8400		80	130		43,68
Redondo/3 plg	80			130		
Manzanilla	1000	1				1,00
Esencia manzanilla	100	1				3,00
Aceite de manzanilla	1000	1				8,87
PARCIAL	10500	100	10400	105	0,54	56,55
BASE JABÓN	8400		80	105		43,68
Redondo/3 plg	80					
Avena	1000	1				1,50
Esencia herbal	100	1				3,00
Aceite girasol	1000	1				8,87
PARCIAL	10500	100	10400	105	0,54	57,05
BASE JABÓN	8400		80	105		43,68
Redondo/3 plg	80					
Almendras	1000	1				6,62
Esencia almendras	100	1				3,00
Aceite de almendras	1000	1				8,87
PARCIAL	10500	100	10400	105	0,59	62,17
TOTALES	42000	400	41600	420		240,62
PRECIO PROMEDIO						0,57

Fuente: aplicación de costos a la MP
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

Interpretando los resultados del cuadro n° 52; refleja que la producción mensual en kilos de materia prima es de 660,80; a un costo de \$ 4.634,60 para producir 8.160 unidades de jabón de tocador a un precio de 0,57 centavos cada unidad del jabón de tocador; quedando 2.720 paquetes de 3 unidades cada uno.

4.8.21. Resumen de costos: MPD, MOD, MOI, Y GGF.

Cuadro n° 53**Resumen de costos: MPD, MOD, MOI, Y GGF.**

PRODUCCIÓN DE MATERIA PRIMA EN BASE A DÍAS TRABAJADOS						
DETALLE	PESO	DÍA/H 4	SEMANA	1 MES/S	1 AÑO/M	
	gramos	1	5	4	12	
Jabón "A"	80	105	525	2.100	25.200	
Jabón "B"	80	105	525	2.100	25.200	
Jabón "C"	80	105	525	2.100	25.200	
Jabón "D"	80	105	525	2.100	25.200	
Parcial		420	2100	8.400	100.800	
COSTO DE MATERIA PRIMA EN BASE A DÍAS TRABAJADOS						
Detalle	C/MP/DT	U/D	C/U/J	C/S	C/M	C/A
	1	1		5	4	12
Jabón "A"	64,85	105	0,62	324,25	1.297,00	15.564,00
Jabón "B"	56,55	105	0,54	282,75	1.131,00	13.572,00
Jabón "C"	57,05	105	0,54	285,25	1.141,00	13.692,00
Jabón "D"	57,05	105	0,59	285,25	1.141,00	13.692,00
Parcial	235,50	420		1.177,50	4.710,00	56.520,00
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA EN DÍAS TRABAJADOS						
Detalle	Día	10.056,43	Día	Semana	Mes	Año
	N°/U/P	360	1	5	30	360
4			27,93	139,67	838,04	10056,43
Jabón "A"	105		6,98	34,92	209,51	2.514,11
Jabón "B"	105		6,98	34,92	209,51	2.514,11
Jabón "C"	105		6,98	34,92	209,51	2.514,11
Jabón "D"	105		6,98	34,92	209,51	2.514,11
Suma	420		27,93	139,67	838,04	10.056,43
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA EN DÍAS TRABAJADOS						
Detalle	Día	5.028,22	Día	Semana	Mes	Año
	N°/U/P	360	1	5	30	360
4			13,97	69,84	419,02	5028,22
Jabón "A"	105		3,49	17,46	104,75	1257,06
Jabón "B"	105		3,49	17,46	104,75	1257,06
Jabón "C"	105		3,49	17,46	104,75	1257,06
Jabón "D"	105		3,49	17,46	104,75	1257,06
Suma	420		13,97	69,84	419,02	5028,22
COSTO DE GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN						
		4.263,05	Día	Semana	Mes	Año
Imprevistos	2%	85,26				
		4.348,31	1	5	30	360
4	N°/u/p	360	12,08	60,39	362,36	4348,31
Jabón "A"	105		3,02	15,10	90,59	1087,08
Jabón "B"	105		3,02	15,10	90,59	1087,08
Jabón "C"	105		3,02	15,10	90,59	1087,08
Jabón "D"	105		3,02	15,10	90,59	1087,08
SUMA			12,08	60,39	362,36	4348,31
					6329,41	9376,53
Costo de producción				8.400		75.952,96
Producción anual de jabón de tocador					100.800	
Costo unitario jabón de tocador artesanal				0,75		

Fuente: resumen de costos a la MP

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

En una producción de las 100.800 unidades de jabón de tocador artesanal de 80 gramos, tenemos 33.600 paquetes de 3 unidades con un costo: de materia prima de \$ 56.520 al año, y \$ 10.056,43 de mano de obra directa; y de \$ 5.028,22 de mano de obra indirecta; y de 4.348,31 de gastos generales de fabricación; con la suma de estos costos, nos da el costo de producción de $\$ 75.952,96/100.800 = 0,75$ centavos cada unidad de jabón de tocador.

Análisis de la oferta en función de la demanda.

Según el cuadro n° 37 del Estudio de Mercado existe una demanda potencial de (74.385, paquetes de jabón de tocador artesanal de 80 gr.), de lo cual la empresa se compromete a cubrir una demanda del 45% anual, que corresponde a 33.468 paquetes de 3 unidades c/u al año del mercado local; luego de un análisis exhaustivo de la producción, se observa que la planta tiene capacidad de producción mayor a la estimada como se demuestra en el cuadro n°: 53

4.8.22. Costos de Constitución

Cuadro n° 54
Costos de constitución

#	CONCEPTO	COSTOS
	CONSEP	
	Permiso	120,00
1	Bodeguero	15,00
1	Ejecuta el trabajo	15,00
1	Toque Registro Civil	80,00
1	Permisos sanitario ARSA	105,00
	Trámites Ing. Industrial	350,00
1	Técnico/CONSEP	50,00
5	Permisos sanitario	150,00
	Costos de Constitución	885,00

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

4.8.23. Resumen de las inversiones fijas

Cuadro n° 55
Resumen de las inversiones fijas

TERNURAS	
DETALLE INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR \$
Edificio	35.786,74
Terreno	20.000,00
Maquinaria y Equipo	15.388,74
Equipo de computo	816,00
Suministros de Oficina	93,82
Muebles y encerres	2.415,00
Costos de Constitución	885,00
TOTAL	75.385,30

Fuente: Tomado del proyecto
 Elaborado por: Laura Avellaneda
 Año: 2015.

4.9. Inversiones Diferidas

Intervienen en el proyecto se realizan en bienes y servicio intangibles y son indispensables en la empresa.

4.9.1. Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se tomará en cuenta los costos requeridos para la operación durante un mes, los mismos que se encuentran detallados en los cuadros anteriores.

Cuadro n° 56
Capital de Trabajo

DETALLE	%	SUMAS
Materia Prima Directa		4.710,00
Gastos Generales de Fabricación		362,36
Sueldos y salarios		10.056,43
SUMA		15.128,79
Imprevistos 2%	0,02	302,58
TOTAL		15.431,37

Fuente: Tomado del proyecto
 Elaborado por: Laura Avellaneda
 Año: 2015

4.9.2. Inversión total del Proyecto

Cuadro n° 57
Inversión total del proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión fija	75.385,30
Inversión variable	15.431,37
INVERSIÓN TOTAL	90.816,67

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

4.9.3. Financiamiento

La inversión inicial del proyecto es de \$ 91.244,07 se lo realizará con financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional.

4.9.4. Talento humano

El personal que conformará la empresa “TERNURAS”; en su nivel superior, a niveles medios y niveles operativos serán mujeres con experiencia laboral y conocimientos en los puestos que desempeñen con seguridad e inteligencia.

PUESTOS:

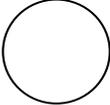
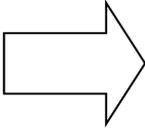
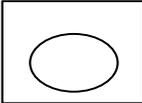
- **Gerente Propietario** la responsabilidad recae sobre su propietaria, la Señora. Laura Avellaneda de profesión artesano con una maestría en Belleza.
- **Varios Servicios** se darán apertura a un estudiante de tercer nivel con o sin experiencia laboral.
- **Nivel Operativo** para esta área se solicitará mujeres maduras de criterio formado.

4.10. Operación del proyecto

4.10.1. Flujo gramas

Este conjunto de símbolos que demostrarán las actividades a realizar en la empresa con la finalidad de dar una mayor comprensión. A continuación se indicará algunos de los símbolos que se utilizará en la operación de la empresa.

Gráfico n° 20 Operación del proyecto

	Se usará para representar la preparación del producto para la fase siguiente
	Se produce transporte cuando un objeto, documento es trasladado de un lugar a otro sin perder sus características.
	Se produce una demora, una detención entre operación.
	Se produce cuando un documento es guardado y no podrá ser sacado sin autorización alguna.
	Es la realización de varias actividades al mismo tiempo.
	Formulario o Documento de archivo
	Inspección y se usará en todo el proceso de producción

4.10.2. Diagrama del proceso operativo

Este diagrama consta de 6 etapas fundamentales que viene a ser el ciclo de la comercialización del producto.

- El primer paso se realiza la exhibición de mercaderías.
- Luego viene la oferta de los productos en disponibilidad.
- Seguido viene la etapa de la comercialización donde se realiza la venta del producto a los consumidores.
- Facturación del producto correspondiente.
- La siguiente tarea es el cobro de los productos a los clientes.
- Por último tenemos la salida de los clientes.

A continuación presentamos el tiempo, simbología y la descripción del proceso de la venta.

4.10.3. Desarrollo y operaciones

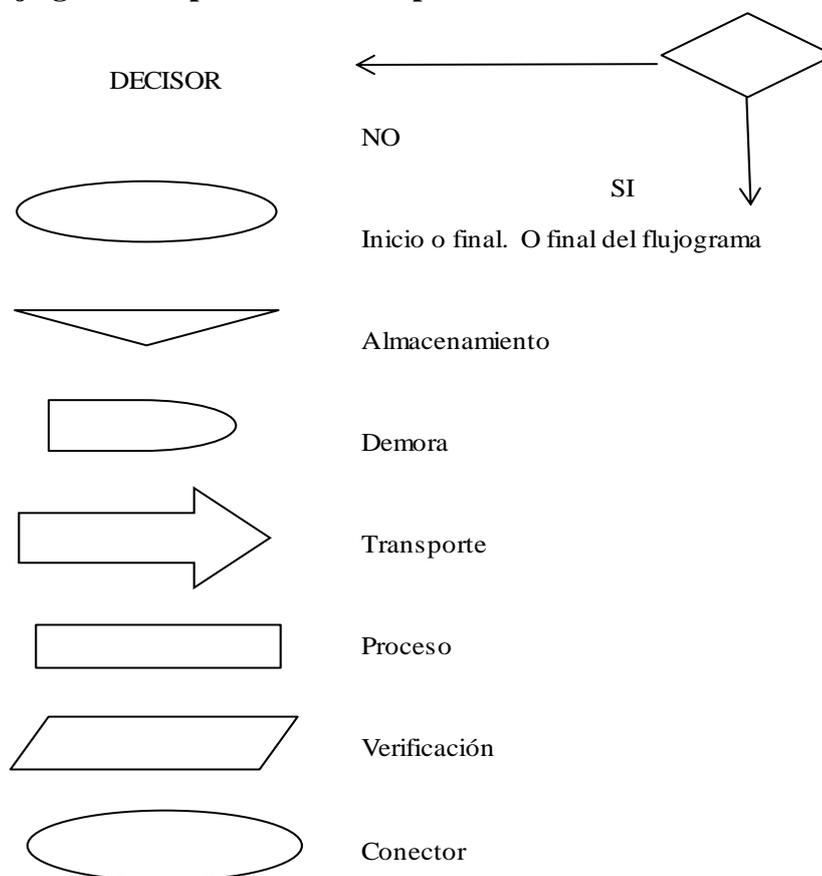
Cuadro n° 58
Desarrollo de operaciones

ACTIVIDADES	TIEMPO minutos
Exhibición del jabón	5
Oferta de jabón en disponibilidad	10
venta de jabón	10
Facturación del jabón	5
Recaudación de la factura	5
Salida del cliente	5

Fuente: Desarrollo y operaciones del proyecto
Elaborado: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.11. Flujo grama del proceso de compra venta

Gráfico n° 21
Flujo grama de procesos de compra venta



Fuente: proceso de compra venta del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

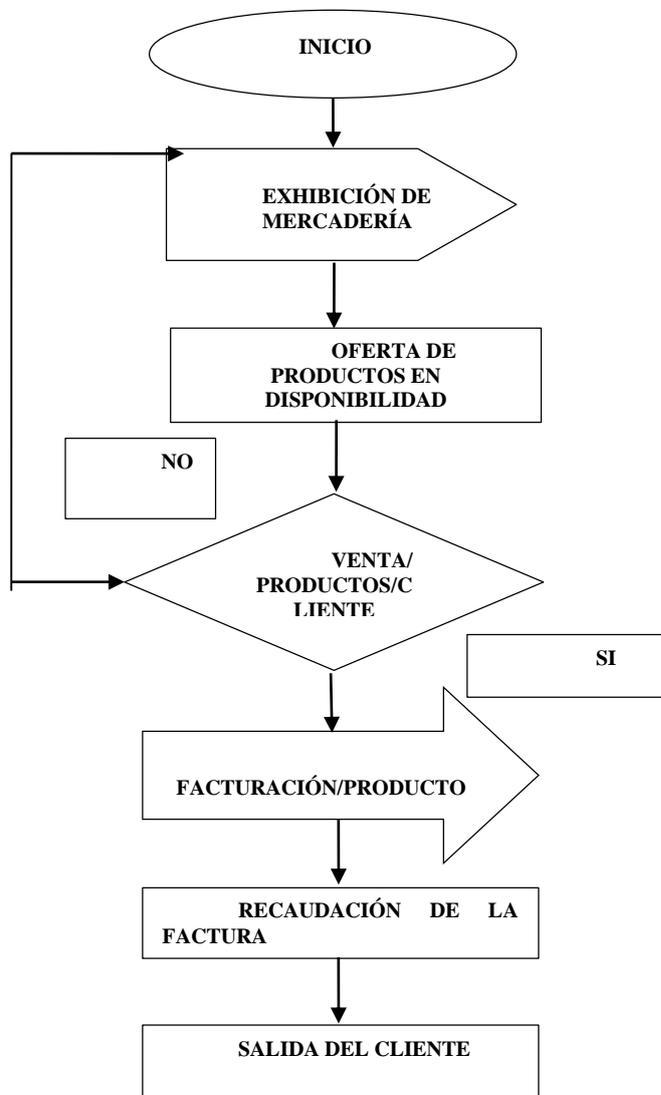
Cuadro n° 59
Horas Contadas

RESUMEN DE HORAS CONTADAS			
Operaciones Simples	minutos		0,30
Resumen de horas combinadas	minutos		0,30
Transporte	minutos		0,30
Almacenamiento	minutos		0,20
Demora	horas	48	
Verificación	horas	4	
TOTAL		52	1,10

Fuente: datos tomados del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.11.1. Proceso de exhibición de la mercadería

Gráfico n° 22
Proceso de exhibición de la mercadería



Fuente: Tomado del proyecto proceso de exhibición de mercadería
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.11.2. Flujo Operacional

Se utiliza para controlar el desarrollo de un conjunto de actividades específicas dentro de un proceso previamente planificado, con asignación secuencial y tiempos probabilísticos, en la realización de la producción de jabón artesanal.

Gráfico n° 23 Flujo Operacional

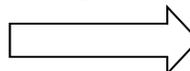
OPERACIÓN SIMPLE



OPERACIÓN CONVINADA



TRANSPORTE



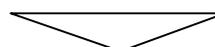
VERIFICACIÓN



DEMORA



ALMACENAMIENTO



Fuente: datos tomados del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.11.3. Plantilla de control

Cuadro n° 60 Plantilla de control

TERNURAS		
PLANTILLA DE CONTROL	TIEMPO	
LISTADO DE ACTIVIDADES		
PROCESO DE PRODUCCIÓN		
Adquisición de la Materia Prima	hora	2
Colocación de la MP en bodega	minutos	30
Distribución de MP: y equipo de trabajo	minutos	20
Dilución de la base de jabón	minutos	30
Ejecución de mezcla y aditivos para el jabón	minutos	10
Llenado y vaseado de moldes	minutos	45
Exposición reposo del jabón (secado)	horas	48
Empacado y etiquetado del producto	horas	2
Conteo y pesado del jabón antes guardar en bodega	minutos	30
Colocación del producto en las perchas listo para la venta	minutos	30
Embalaje y entrega del producto	horas	4
TOTAL		251

Fuente: datos tomados del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

4.11.4. Diseño de plantilla de control

Gráfico n° 24
Diseño de plantilladle control

SÍMBOLOS	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Adquisición de MP	30 mnts.
	Colocación de MP. en bodega	15 mnts
	entrega de MP/equipo de trabajo	15 mnts
	ejecución del trabajo	2 h
	Exposición y secado	48 h
	Pulido, empackado y etiquetado	2 h
	Facturación del producto	5 mnts
	salida del cliente	5 mnts

Fuente: datos tomados del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

Conclusión

Al desarrollar el estudio técnico del proyecto, se ha demostrado que se domina la tecnología de producción y que no existe impedimento para elaborar el jabón de tocador artesanal.

Se llegó a la conclusión de que tomando como base los equipos claves, es posible elaborar 41.600 kilogramos de pasta de jabón al mes;

- Dando una producción 2789 paquetes de jabón de tocador de 80 gramos c/u, y de 3 unidades cada paquete al mes;

Esta producción se la obtiene trabajando un turno diario con personal distribuido en el siguiente horario laboral: el propietario y quien ocupe el puesto de varios servicios laborarán a

tiempo completo y el personal de producción lo hará a tiempo parcial. Si se considera todo el año laboral habrá una producción del 46% de la demanda insatisfecha cuantificada en el estudio de mercado en el 45%.

El diseño de la planta y el proceso le otorgan flexibilidad de producción a la empresa, sin necesidad de una inversión adicional en su infraestructura, con solo duplicar los turnos de trabajo es posible incrementar la producción.

Recomendación:

Realizar la parte final del estudio de factibilidad; que es, el estudio económico y su análisis financiero para observar si existe rentabilidad económica bajo las condiciones de operación hasta hoy expuestas.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La finalidad del estudio financiero es determinar la factibilidad del proyecto en términos monetarios, para esto se necesitará realizar presupuestos tanto de inversiones, ingresos, egresos, los respectivos balances proforma y la correspondiente evaluación de la inversión, este análisis servirá para la toma de decisiones de los inversionistas.

5.1. Objetivos específicos

- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B y punto de equilibrio, con la finalidad de determinar si el proyecto es rentable.

En el estudio financiero se analizará la viabilidad económica del proyecto los objetivos se ordenarán y sistematizará la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores. Se elaborará los cuadros analíticos como: Balance general, Estado de Resultados, Punto de equilibrio, Evaluación económica y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto como son: Ingresos, Costos financieros tabla de pago de la deuda; Costos totales, producción, administración-ventas-financieros; Inversión total, fija y diferida; depreciación y amortización; Capital de trabajo; Costo de capital, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad a través de los índices financieros como: el Valor actual neto (VAN), y la Tasa interna de rendimiento (TIR).

El proyecto es factible cuando resulta recomendable desde los puntos de vista técnico, político, económico, social, cultural y ambiental. En otras palabras, mediante la factibilidad se

demuestra la conveniencia del proyecto.

5.2. Determinación de la inversión

5.2.1. Inversiones fijas

La inversión fija del proyecto asciende a \$ 75.385,30; de los cuales \$ 20.000 corresponde al costo del terreno que es inversión propia, la diferencia de este rubro \$ 55.385,30; será el valor que se invertirá en la infraestructura civil, maquinaria y equipo, equipo de cómputo, Suministros de oficina, muebles y enseres, Costos de constitución.

Cuadro n° 61
Inversiones fijas

TERNURAS	
DETALLE INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR \$
Edificio	35.786,74
Terreno	20.000,00
Maquinaria y Equipo	15.388,74
Equipo de computo	816,00
Suministros de Oficina	93,82
Muebles y enseres	2.415,00
Costos de Constitución	885,00
TOTAL	75.385,30

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

5.2.2. Inversión variable

En la inversión variable se tomó en cuenta el capital de trabajo necesario para la operación de un mes, donde se encuentra detallada la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación necesarios para la producción de un mes, así como también se tomó en cuenta los gastos administrativos y de ventas.

Cuadro n° 62
Inversión variable

DETALLE	%	SUMAS
Materia Prima Directa		4.710,00
Gastos Generales de Fabricación		362,36
Sueldos y salarios		10.056,43
SUMA		15.128,79
Imprevistos 2%	0,02	302,58
TOTAL		15.431,37

Fuente: Tomado del proyecto cuadro n° 53 Resumen de costos MPD, MOD, MOI, GGF
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015.

5.3. Financiamiento

Para cumplir con el plan de inversión anteriormente establecido se cuenta con los recursos distribuidos de la siguiente manera:

5.3.1. Inversión propia

Es el espacio físico con que se cuenta en este momento como aporte en efectivo de la autora para iniciar el negocio.

Cuadro n° 63
Inversión propia

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	20.000,00
Total	20,000,00

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

5.3.2. Estructura de la inversión

Cuadro n° 64 Estructura de la inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión propia	20.000,00
Inversión financiada	70.816,67
INVERSIÓN TOTAL	90.816,67

Fuente: Tomado del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Según el plan de inversión se estima que se requiere como inversión inicial \$ 90.816,67 distribuidos de la siguiente manera:

5.3.3. Amortización del crédito

La amortización del crédito financiero requerido para la puesta en marcha de la microempresa es de \$ 70.816,67 crédito que será financiado por la Corporación Financiera Nacional entidad que mantiene una tasa activa del 11,83 % por el tiempo de cinco años, el crédito se amortiza de la siguiente manera. En base a la siguiente información se realizará la tabla de amortización de la inversión.

Cuadro n° 65 Amortización del crédito

TABLA DE CÁLCULO DE INVERSIÓN ANUAL
MÉTODO: PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE
DATOS BÁSICOS DE LA INVERSIÓN

Inversión financiada	70.816,67	
Inversión propia (terreno)	20.000,00	
Monto de la inversión	90.816,67	
Tasa de interés	11,83%	anual
Tiempo	5	años
Período de gracia	0	años
Plazo para recuperación	5	años

Fuente: datos tomados del proyecto
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

Cuadro n° 66
Tabla amortización del crédito

PERÍODO	#	PAGO DE INTERÉS	PAGO DE CAPITAL	PAGO TOTAL	Acdo.	SALDO FINAL
Capital		70.816,67				
Interés		0,1183				
Tiempo		5		120		
0	-	-	-	-	-	-
2015	1	8.377,61	14.163,33	22.540,95	14.163,33	56.653,34
2016	2	6.702,09	14.163,33	20.865,42	28.326,67	42.490,00
2017	3	5.026,57	14.163,33	19.189,90	42.490,00	28.326,67
2018	4	3.351,04	14.163,33	17.514,38	56.653,34	14.163,33
2019	5	1.675,52	14.163,33	15.838,86	70.816,67	0,00

Fuente: Datos tomados del cuadro n°56 Estado de situación financiera inicial.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

Las cuotas del préstamo fueron anualizadas para efectos de presentación, se muestran totalizados por año tanto los gastos financieros como la amortización de capital.

5.4. Determinación de ingresos proyectados

5.4.1. Ingresos

Los ingresos de la empresa se obtienen de la venta de la producción de jabón artesanal, el mismo que se estimó en base a la demanda a satisfacer establecida en el estudio de mercado, tomando en cuenta el nivel de preferencia por, su calidad la misma que le convierte en un producto diferenciado.

Cuadro n° 67
Determinación de ingresos proyectados

AÑOS	DEMANDA A SATISFACER	P/V	DEMANDA A SATISFACER
2015	33.473	5,77	193.139,21
2016	34.152	5,77	197.057,04
2017	34.839	5,77	201.021,03
2018	35.543	5,77	205.083,11
2019	36.261	5,77	209.225,97

Fuente: Datos del estudio de mercado cuadro n° 37 – 38.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

El cuadro n° 67 muestra las posibilidades de producción anual al 2015: tenemos demanda

insatisfecha multiplicada de 33.473 paquetes de jabón de tocador; proyectados al precio de mercado actual que es de \$ 5,77; en paquetes de 3 unidades de jabón de tocador.

5.5. Determinación de egresos proyectados

Los costos de operación del proyecto están constituidos por el total de la mano de obra, materia prima y costos indirectos, y se les proyecta con la tasa promedio anual del 3.08% según la inflación anual a mayo 2015.

5.5.1. Costos de producción

El costo de producción está representado por todos los valores incurridos en la fase de producción como materia prima, mano de obra y gastos generales de fabricación, los cuales se detalla a continuación:

Cuadro n° 68
Costos de producción

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DEL			3,08%	Inflación 01/05/2015
	MATERIA PRIMA	MOD	MOI	GGF	COSTO DE PRODUCCIÓN
2015	56.520,00	10.056,43	5.028,22	4.348,31	75.952,96
2016	58.260,82	10.366,17	5.183,09	4.482,24	78.292,31
2017	60.055,25	10.685,45	5.342,73	4.620,29	80.703,71
2018	61.904,95	11.014,56	5.507,28	4.762,60	83.189,39
2019	63.811,62	11.353,81	5.676,91	4.909,28	85.751,62

Fuente: Datos tomados Estudio Técnico cuadro n°53 Resumen de costos.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Cuadro n° 69
Costo de producción

TERNURAS					
COSTO DE PRODUCCIÓN = MD + MOD + GGF					
CP =	MD	+	MOD	+	GGF
CP =	56.520,00		10.056,43		9.376,53
CP =	75.952,96				

Fuente: Cuadro n° 69 Determinación de egresos proyectados
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Al cuadro 69; se aplica la fórmula del Costo de Producción $CP=MD+MOD+GGF$

5.5.2. Costos de distribución

5.5.2.1. Proyección de sueldos y salarios

Cuadro n° 70
Proyección de sueldos y salarios

Laura Avellaneda

Calle Guayas s/n a 100 mts de la calle 13 de abril

RUC 1001632924001

DETALLE	Q	MES	ANUAL	IESS	13°	14°	(IEES p)	Fondos Reserva	
		1	12	0,1115			9,45%	8,33%	TOTAL
Gerente	1	354	4.248	473,65	354,00	354	401,44	353,86	5.382,07
PRODUCCIÓN									
Varios Servicios	1	354	4.248	473,65	354,00	354	401,44	353,86	5.382,07
Ing. Químico	1	354	4.248	473,65	354,00	354	401,44	353,86	5.382,07
Operarios	2	354	4.248	473,65	354,00	354	401,44	353,86	5.382,07
TOTAL	4	1.062	12.744	1.894,61	1.416,00	1.416	1.204,31	1.415,43	16.146,22
PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS							3,08%		
AÑO			2.016						
Gerente			4.379						
Producción			13.137	1.952,96	1.460	1.459,61	1.459,03		
AÑO			2.017						
Gerente			4.513,71						
Producción			13.541,12	2.013,11	1.505	1.504,57	1.503,97		
AÑO			2018						
Gerente			4.652,73						
Producción			13.958,19	2.075,12	1.551	1.550,91	1.550,29		
AÑO			2019						
Gerente			4.796,03						
Producción			14.388,10	2.139,03	1.599	1.598,68	1.598,04		

Fuente: Acuerdo ministerial N° 369 del 20/12/2011.

Elaborado: Laura Avellaneda

Año 2015.

IESS. Acuerdo ministerial N° 369 del 29/12/2011. 13° sueldo, se pagará hasta el 24/12/; c/a (Art. 111 en concordancia con el Art. 95 del Cód. Del Trabajo).14° sueldo, (Acuerdo ministerial n° 00219 del 29/12/2008 y publicado en el Reg. Of n°298 del 31/12/2008, y Ley n° 2007-77 del 10/04/2007 Reg. Of. N° 75 del 02/05/2007). Fondos de Reserva, Suplemento del Reg. Of. N° 644 del 29/07/2009.

Cuadro n° 71 **Gastos Administrativos**

TERNURAS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
		12
Suministros de oficina	7,82	93,82
Servicios Basicos	56,00	672,00
Mantenimiento	5,00	60,00
TOTAL	68,82	825,82

Fuente: datos tomados del proyecto
 Elaborado: por la autora
 Año 2015.

5.5.2.2. Gastos de venta

Cuadro n° 72 Gastos de venta

GASTOS DE VENTAS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
		12
Publicidad y Propaganda	137,00	1.644,00
Gasto Transporte	20,00	240,00
TOTAL	157,00	1.884,00

Fuente: datos tomados del proyecto
 Elaborado: por la autora
 Año 2015.

5.5.2.3. Gastos financieros

Cuadro n° 73
Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS		
AÑO	CAPITAL	INTERÉS
2015	14.163,33	8.377,61
2016	14.163,33	6.702,09
2017	14.163,33	5.026,57
2018	14.163,33	3.351,04
2019	14.163,33	1.675,52
Total	70.816,65	25.132,83

Fuente: datos tomados del proyecto, datos tomados del cuadro n° 67 Tabla de amortización del crédito
Elaborado: por la autora
Año 2015.

5.5.2.3. Proyección de Gastos administrativos y de ventas

Cuadro n° 74
Proyección de costos y gastos

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	
	3,08%	
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	GASTOS VENTAS
2015	825,82	1.884,00
2016	851,26	1.942,03
2017	877,47	2.001,84
2018	904,50	2.063,50
2019	932,36	2.127,05

Fuente: Datos tomados Estudio Técnico cuadro n°72, 73 Resumen de costos.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año: 2015

Los gastos financieros son los intereses de la inversión, y serán proyectados a la tasa de inflación anual del 3,08%

5.5.3. Costo de Distribución (CD) fórmula

Cuadro n° 75 Costo de Distribución (CD) fórmula

TERNURAS						
COSTOS DE DISTRIBUC. CD = GA + GV + GF						
CD	=	GA	+	GV	+	GF
CD	=	825,82		1.884,00		9.376,53
CD	=	12.086,35				
CD/A	=	12.086,35				

Fuente: Datos del cuadro n° 74 proyección de costos y gastos.
Elaborado: por la autora
Año 2015.

En el cuadro n° 75 se aplica la fórmula del Costo de Distribución; los sueldos y salarios no los hemos incluyen en los Gastos Administrativos porque se los dará un trato independiente.

Cuadro n° 76 Proyección de costo de distribución

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL 3,08%			
AÑOS	GASTOS ADMINISTRATIVOS	GASTOS VENTAS	COSTOS DE DISTRIBUCIÓN
	3,08%		
2015	825,82	1.884,00	2.709,82
2016	851,26	1.942,03	2.793,28
2017	877,47	2.001,84	2.879,32
2018	904,50	2.063,50	2.968,00
2019	932,36	2.127,05	3.059,41

Fuente: Datos del cuadro n° 75 costo de distribución.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

5.6. Tabla de depreciación

5.6.1. Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que éste gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes.

Cuadro n° 77
Tabla para la depreciación de activos

CONCEPTO	HASTA
Inmuebles (excepto terreno), naves aeronaves, barcasas y similares	5% anual
Instalaciones,maquinaria, equipos y muebles	10% anual
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero movil	20% anual
Equipo de cómputo y software	33% anual

Fuente: Edison Estévez Corporación Ecosocial (la tabla contable 2013)
Elaborado: por la autora
Año 2015.

Cuadro n° 78
Depreciación de Activos

CONCEPTO	%	VALOR NOMINAL	2015	2016	2017	2018	2019	VALOR/ LIBROS
Terreno		20.000,00						
Dep. Edificio		35.786,74	1.610,44	1.610,44	1.610,44	1.610,44	1.610,44	27.734,72
Maquinaria y Equipo	10%	15.388,74	1.538,87	1.538,87	1.538,87	1.538,87	1.538,87	7.694,37
Muebles y Enseres	10%	2.415,00	241,50	241,50	241,50	241,50	241,50	1.207,50
Equipo de Computo	20%	816,00	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	
TOTALES		54.406,48	3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01	36.636,59

Fuente: datos tomados del cuadro n° 62 inversiones fijas.
Elaborado: por la autora
Año: 2015.

- En la Depreciación Edificio, se realizó para 20 años con una cuota de valor residual del 10% (3.578.674) de su monto.
- La depreciación del equipo de cómputo se depreció para 5 años, que es el tiempo que

se estima le será útil a la empresa y su cálculo se lo realiza para un porcentaje del 20% anual.

5.6.2. Amortización costos de constitución

Se realizó el cálculo del 20% para la amortización de los activos diferidos.

Cuadro n° 79 Amortización Costo de Constitución

DETALLE	%	VALOR	2015	2016	2017	2018	2019	VALOR
								ACUMILADO
ACTIVO								
Activo Diferido	20%	885	177	177	177	177	177	885

Fuente: datos tomados del cuadro n° 62 inversión fija.
Elaborado: por la autora
Año 2015.

5.7. Estados financieros proyectados

5.7.1. Estado de Situación Inicial Proyectado

Cuadro n° 80

Estado de Situación Inicial Proyectado

TERNURAS		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
AL 1° DE ENERO DEL 2015		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES:		15.431,37
Caja - Bancos	\$ 15.431,37	
ACTIVOS FIJOS:		74.500,30
Terreno	20.000,00	
Infraestructura	35.786,74	
Maquinaria	15.388,74	
Equipo de Computación	816,00	
Muebles y enseres	2.415,00	
Equipo de Oficina	93,82	
ACTIVOS DIFERIDOS:		885,00
Costos de Constitución	885,00	
TOTAL ACTIVOS	\$	90.816,67
PASIVOS		
PASIVOS A LARGO PLAZO:		
Obligaciones financieras	\$ 70.816,67	
TOTAL PASIVO		70.816,67
PATRIMONIO:		
Capital propio	20.000,00	
TOTAL PATRIMONIO		20.000,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	90.816,67

Fuente: Datos del estudio técnico; cuadro n° 62 resumen de inversión fija, cuadro n° 65 detalle del capital de trabajo inversión variable.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

5.7.2. Estado de Resultados proyectado

Cuadro n° 81
Estado de Resultados proyectado

		TERNURAS				
		ESTADO DE RESULTADOS				
AÑOS	%	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Proyectados		193.139,21	197.057,04	201.021,03	205.083,11	209.225,97
Ventas Netas		193.139,21	197.057,04	201.021,03	205.083,11	209.225,97
(-) Costos de Producción:		75.952,96	78.292,31	80.703,71	83.189,39	85.751,62
(=) Utilidad o pérdida en Ventas		117.186,25	118.764,73	120.317,32	121.893,72	123.474,35
(-) Costos de Distribución						
Gastos administrativos		825,82	851,26	877,47	904,50	932,36
Sueldo Gerente		4.248	4.379	4.513,71	4.652,73	4.796,03
Salarios de fabrica		12.744,00	13.137,00	13.541,10	13.958,20	14.388,00
Gasto IEES		1.894,61	1.952,96	2.013,11	2.075,12	2.139,03
Décima tercera remuneración		1.416,00	1.460,00	1.505,00	1.551,00	1.599,00
Décima cuarta remuneración		1.416,00	1.460,00	1.504,60	1.550,90	1.598,70
Fondos de reserva (8,33)		1.415,43	1.459,03	1.503,97	1.550,29	1.598,04
Gastos de Venta		1.884,00	1.942,03	2.001,84	2.063,50	2.127,05
Gasto Depreciación		3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01
G. Amortización Costos/Constit		177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
Gastos Financieros		8.377,61	6.702,09	5.026,57	3.351,04	1.675,52
Total Gastos		37.952,48	37.074,38	36.218,38	35.388,29	34.584,74
(=) Utilidad en operaciones		79.233,77	81.690,35	84.098,94	86.505,43	88.889,61
(-) Participación Trabajadores	15%	11.885,07	5.561,16	12.614,84	12.975,81	13.333,44
(=) Utilidad antes de Imp		67.348,70	76.129,19	71.484,10	73.529,62	75.556,17
(-) Impuesto a la renta	25%	16.837,18	19.032,30	17.871,02	18.382,40	18.889,04
(=) Utilidad Neta		50.511,53	57.096,89	53.613,07	55.147,21	56.667,13

Fuente: Datos tomados de los cuadros n° 67 ingresos proyectados, 68 costo de producción, Costos de distribución 75, Depreciación 78, Amortización 79, del Estudio Financiero del proyecto.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

El estado de pérdidas y ganancias proyectado, genera resultados favorables en el período de ejecución del proyecto, proyectándose los gastos a una tasa de inflación del 3.08%, y considerando el porcentaje de pago del impuesto a la renta, que es del 25% en el año 2014, como está establecido en la Ley de Régimen Tributario.

5.7.3. Flujo de efectivo financiero

El Estado de flujo de caja permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, a continuación establece su desglose en lo siguiente:

Cuadro n° 82
Flujo de efectivo financiero

DETALLE	TERNURAS					
	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Propia	-20.000,00					
Inversión Financiada	-70.816,67					
INVERSIÓN	-90.816,67					
UTILIDAD DEL Ej.		50.511,53	57.096,89	53.613,07	55.147,21	56.667,13
(+) Depreciaciones		3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01	3.554,01
(+) Amortización		177,00	177,00	177,00	1.771,00	177,00
Total Ingresos		54.242,54	60.827,90	57.344,08	60.472,22	60.398,14
(-) Egresos						
(-) Pago Capital		14.163,33	14.163,33	14.163,33	14.163,33	14.163,33
(+) Recuperació de Efectivo		15.431,37				
(+) Recuperación activos fijos						
Saldo Valor libros						36.636,59
FLUJO NETO	-90.816,67	55.510,58	46.664,57	43.180,75	46.308,89	82.871,40

Fuente: datos tomados del cuadro n° 81 Estado de Situación Inicial. 82 Estado de Resultados Proyectado 5 capítulo evaluación financiera.

Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y así establecer la factibilidad del mismo.

5.8. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivos calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual Neto, (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y período de recuperación.

5.8.1. Costo de Oportunidad

Cuadro n° 83
Costo de oportunidad

COSTO OPORTUNIDAD DATOS DE ENTRADA		Tasa Ponderada %	Valor Ponderado	Costo Capital 100
INVERSIÓN PROPIA	20.000,00	22,02	4,84	106,59
INVERSIÓN FINANCIADA	70.816,67	77,98	11,83	922,48
INVERSIÓN TOTAL	90.816,67	100,00	16,67	1.029,06
TASA INTERÉS ANUAL CFN A 5 AÑOS PLAZO	11,83%			
Inflación (a mayo 2015)	3,08%			
SUMA	14,91%			

Fuente: Datos tomados del proyecto, y del Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

Inflación anual: 3,08
Riesgo país: 4,84
CK: 10,29

El proyecto presenta un rendimiento del 10,29% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 11,83%.

5.8.2. Tasa de Rendimiento Medio TMAR

Para esta tasa se han determinado dos elementos básicos, el costo de oportunidad ($ck = 10,29\%$) y la inflación del ($if = 3,08\%$).

Siendo la inflación promedio del 3,08 % para el (año 2015) establecida por el BCE, se

estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tasa de Descuento (T.M.A.R.)

$T.M.A.R. = (1+KP) (1+Inf.) - 1$

$T.M.A.R. = ((1+0,1029) (1+0,0308)) - 1 = 0,13686932$

T.M.A.R. = 13,68%

El 13,68% constituirá la tasa de interés anual para ser aplicado en los indicadores económicos.

5.8.3. Valor actual neto

El valor actual neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. El Valor Actual Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Actual Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VAN. Si el resultado del VAN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

Cuadro n° 84 Valor actual neto

Inversión Inicial			-90.816,67
%		0,1368	
CÁLCULO DEL VAN			
Años	FNE	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ
0	-90.816,67		-90.816,67
1	55.510,58	1,1368	-41.986,11
2	46.664,57	1,2923	36.109,31
3	43.180,75	1,4691	29.392,60
4	46.308,89	1,6701	27.728,61
5	82.871,40	1,8985	43.650,01
			4.077,75

Fuente: Datos tomados del proyecto, cuadro n° 82 Flujo neto de efectivo.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015.

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, para este caso el VAN es de \$ 4.077,75; lo que indica que el proyecto es factible, en las condiciones

analizadas.

5.8.4. Tasa Interna de Retorno TIR

La tasa interna de retorno se la obtiene de acuerdo a como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto.

Cuadro n° 85 Tasa Interna de Retorno TIR

Inversión Inicial		-90.816,67		
VAN =		0		
CÁLCULO DE LA TIR				
Años		FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$
0	%	-90.816,67		-90.816,67
1	0	55.510,58	1,00	-35.306,09
2	0,05	46.664,57	1,10	7.020,05
3	0,1	43.180,75	1,33	39.462,39
4	0,15	46.308,89	1,75	65.939,65
5	0,2	82.871,40	2,49	99.243,80
				85.543,13

Fuente: Datos tomados del proyecto, cuadro n° 82 Flujo neto de efectivo.

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VN_{ATi} - VAN_{ATs}}$$

$$TIR = 13,68 + (10 - 13,68) \frac{85.543,13}{85.543,13 - 4.077,75}$$

$$TIR = 10 * \frac{85.543,13}{81.465,38} = 1,05$$

$$TIR = 10 * 1,05$$

$$TIR = 10,50$$

Aplicando este evaluador financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá una rentabilidad del 10,50% sobre la inversión total, en el tercer año, y no superando a la tasa de rendimiento medio, la cual indica un proyecto factible.

5.8.5. Recuperación de dinero en el tiempo

Cuadro n° 86 Recuperación de dinero en el tiempo

AÑOS	FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
INVERSIÓN INICIAL		-90.816,67	
2015	-41.986,11	-41.986,11	1 Año
2016	36.109,31	36.109,31	2 Años
2017	29.392,60	29.392,60	3 Años
2018	27.728,61	27.728,61	4 Años
2019	43.650,01	43.650,01	9 Meses
		4.077,75	
T/recuperación	Flujo necesario		
	Período # 2	-41.986,11	
		36.109,31	
		29.392,60	
		23.515,80	
		5.876,80	0,20

Tiempo de recuperación de la inversión es de 2 año, 9 meses.

Fuente: Cuadro n° 84 cálculo del VAN

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015.

Recuperación de la inversión con flujos corrientes, se determina que la inversión se la recupera en 2 años 9 meses.

5.8.6. Índice de costo beneficio

La relación beneficio-costos consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión. Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

Cuadro n° 87 Índice de costo beneficio

Años	Flujo Neto Efectivo	Flujo Neto Efectivo Actualizado
	-90.816,67	0,1368
1	55.510,58	-41.986,11
2	46.664,57	36.109,31
3	43.180,75	29.392,60
4	46.308,89	27.728,61
5	82.871,40	43.650,01
		94.894,42

$$C / B = \frac{\text{FLUJO NETO DE EFECTIVO ACTIALIZADO}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$C / B = \frac{94.894,42}{90.816,67} = 1,044900898$$

$$C / B = 1,04$$

Fuente: Datos tomados del proyecto, cuadro n° 86.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

Nos refleja el resultado de 1,04; lo que significa, que por cada \$1 dólar invertido se obtiene un superávit de 1,04; esto es, un dólar con cero y cuatro centavos.

5.8.7. Resumen de la Evaluación Financiera

Cuadro n° 88 Resumen de la evaluación financiera

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR RESULTADO
TMAR		13,68%
VAN	VAN >	41.986,11 Aceptable
TIR	TIR > TMAR	13,68% Aceptable
PRI		2,9 Años buenos
B/C	R B/C > 1	1,04 Aceptable

Fuente: datos tomados del estudio financiero.
Elaborado: por Laura Avellaneda
Año 2015.

5.9. Punto de Equilibrio

Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.

Cuadro n° 89 Punto de equilibrio

DETALLE	PUNTO DE EQUILIBRIO				
	2015	2015	2016	2017	2018
VENTAS	193.139,21	197.057,04	201.021,03	205.083,11	209.225,97
COSTO FIJO	75.952,96	78.292,31	80.703,71	83.189,39	85.751,62
COSTO VARIABLE	37.952,48	37.074,38	36.218,38	35.388,29	34.584,74
COSTO TOTAL	113.905,44	115.366,69	116.922,09	118.577,68	120.336,36
UTILIDAD	79.233,77	81.690,35	84.098,94	86.505,43	88.889,61

Fuente: Cuadro n° 81 Estado de Resultados

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015.

5.9.1. Análisis del punto de equilibrio

Cuadro n° 90 Análisis del punto de equilibrio

CF	=	75.952,96	
CV	=	37.952,48	
UP	=	100.800	
a) Hallando el punto de equilibrio:			0,75
PVU	=	5,77	3,00
CVU	=	2,25	2,25
CF	=	75.952,96	
Aplicando la fórmula:		$PE = CF / (PVU - CVU)$	
PE	=	$\frac{75.952,96}{3,52}$	
PE en unidades producidas			21.577,55

Aplicando la fórmula:		$PE = Q * PVU$	
PE	=	21.577,55	5,77
PE en unidades monetarias			124502,44
Comprobando:			
Ventas		124.502,44	
(-) CV		48.549,48	
(-) CF		75.952,96	
(=) Un		0,00	

Fuente: datos tomados cuadro n° 89 Punto de equilibrio, y cuadro n° 53 Resumen de costos.

Elaborado: por Laura Avellaneda

Año 2015.

Una vez analizados todos los aspectos del capítulo se determina que el proyecto tiene un

alto grado de factibilidad, en las condiciones estudiadas para su ejecución; es necesario realizar modificaciones y ajustes de presupuestos ya que los escenarios son cambiantes.

Conclusión: El punto de equilibrio es de 21.577,55 paquetes de 3 unidades cada uno; es decir, se necesita vender 21.577 paquetes de 80 gramos de jabón de tocador artesanal de 3 unidades cada uno para que los ingresos sean iguales a los costos; por tanto, a partir de la venta de 21.578 paquetes de jabón de tocador de 3 unidades cada uno, recién se estaría empezando a generar utilidades, mientras que las ventas de 21.576 paquetes de jabón de 3 unidades o de un número menor significaría pérdidas.

- Utilidades si se vende 33.473 paquetes de jabón de tocador artesanal de 3 unidades cada uno.

5.9.2. Punto de equilibrio proyectado

Cuadro n° 91

Punto de equilibrio proyectado

Ventas (PVU * Q)	5,77	33.473	193.139,21
(-) CV (CVU * Q)	2,25	33.473	75.314,25
(-) CF			75.952,96
Utilidad Neta			41.872,00

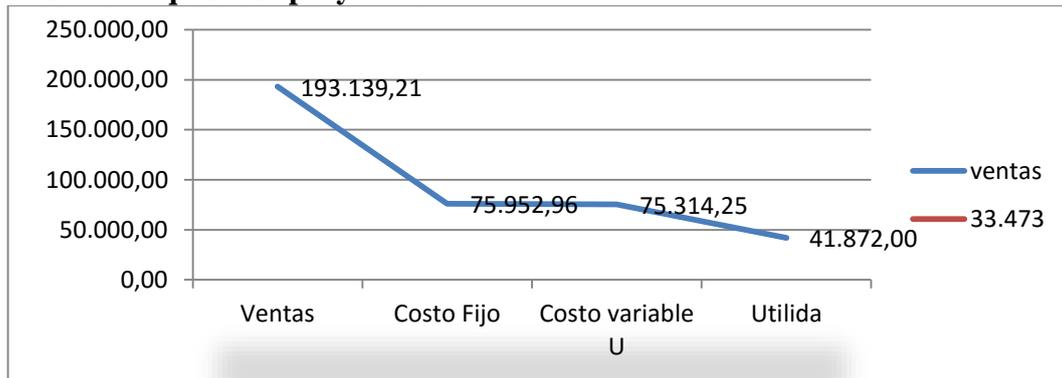
Fuente: datos tomados del cuadro n° 37 demanda a satisfacer; cuadro n° 38 análisis del precio, cuadro n° 89 Punto de equilibrio,
Elaborado: por Laura Avellaneda
Año 2015.

Conclusión:

Al vender 21.577 paquetes de jabón de tocador artesanal de 3 unidades cada uno los ingresos igualarían a los costos; por lo tanto, se obtendría una utilidad de cero (0); pero si se vendieran 33.473 paquetes de jabón de tocador de 3 unidades cada uno se generaría una utilidad de \$ 41.872.

Gráfico n° 25

Punto de equilibrio proyectado



Fuente: datos tomados del análisis del punto de equilibrio cuadro n° 89.
Elaborado: por Laura Avellaneda
Año 2015.

Conclusión del estudio financiero

Es muy conveniente invertir en una empresa de elaboración de jabón de tocador artesanal bajo la directriz que está marcando el presente estudio. Al trabajar un solo turno de cuatro horas diarias, la inversión presenta una rentabilidad económica aceptable, ya que el valor actual neto “VAN”, igualado a cero y la tasa interna de retorno, “TIR” es mayor que la tasa de descuento “TMAR”; al aplicar la fórmula Costo Beneficio se obtiene un resultado positivo \$ 1,04 por cada dólar \$ 1 invertido lo que nos indica que existe rentabilidad y para efectuar la inversión con un financiamiento en el 100% del capital total, equivalente a \$ 90.816,67 hallándose inmersa la inversión propia de \$ 20.000 dólares. En el caso que se decida elevar la producción se trabajaría en turno completo de 8 horas diarias, con lo que se elevaría la rentabilidad económica, por lo que se recomienda ese incremento en la producción en la medida de que lo permita las condiciones del mercado.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para que empiece a funcionar la empresa de producción y comercialización de Jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales se requiere personal mínimo indispensable para desarrollar las actividades de forma eficiente. El estudio de los requerimientos se lo realizará mediante un análisis de puestos, delimitando así el número de personal que la microempresa necesitará. En este capítulo se detallará los cargos y las funciones de cada persona, los requerimientos a cumplir y su respectivo organigrama funcional.

6.1. Objetivo

Realizar un estudio de la Estructura Organizacional de la empresa, con el fin de diseñar una propuesta administrativa para la microempresa, mediante el uso de instrumentos y herramientas que permitan desarrollar de manera adecuada sus actividades.

6.1. La empresa

Nombre o Razón Social

La empresa de elaboración, producción y comercialización de jabón artesanal con extractos de plantas medicinales denominada “TERNURAS” se constituirá como una empresa unipersonal.

- Representante Legal

Avellaneda Hernández Laura Josefina.

- **RUC:** 1001632924001

6.1.1. Breve reseña histórica

Origen de la empresa: Ternuras es una pequeña empresa de producción y comercialización de jabón artesanal con extracto de plantas medicinales que nace un 19 de abril de 2015, con la finalidad de brindar un producto seguro y diferenciado para el uso de la higiene familiar.

Dirección

Provincia: Imbabura,

Cantón: Ibarra,

Ciudad: Ibarra, en la calle Guayas s/n a 100 mts. De la calle 13 de Abril sector Huertos familiares.

Teléfono: 062 558 236.

Celular: 099 4081 735

Requisitos para conformar una pequeña empresa

Para obtener los permisos de funcionamiento de la microempresa, es indispensable presentar los siguientes requisitos:

Registro único de Contribuyente (RUC) SRI.

- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Original y copia del certificado de votación del representante legal.
- Informe de donde se encuentra ubicada la microempresa, con direcciones actualizadas.
- Planillas de (agua, luz o teléfono)
- Nombre de la empresa; y, tipo de empresa.

Patente Municipal.

- Recibo del último pago de impuesto predial de la ubicación de la planta,
- Copia del RUC.,
- Documentos del representante legal; y,
- Pago tasa de Bomberos

Permiso de Funcionamiento:

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC),
- Copia de la Cédula de Ciudadanía y Papeleta de votación del propietario del establecimiento,
- Permiso del Cuerpo de Bomberos,
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Agencia Nacional de regulación control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA.
- Pago de tasa municipal; y,
- Permiso del año pasado si lo tuviere.

6.1.2. Misión

Somos una empresa Ibarreña, dedicada a la producción y comercialización de jabón artesanal 100% natural, para el mercado local. Nuestros clientes buscan alta calidad en manufactura y valor agregado.

6.1.3. Visión

En el año 2019 la empresa extenderá la venta del producto a nivel nacional alcanzando los más altos niveles de producción y comercialización de jabón de tocador artesanal.

6.1.4. Objetivos de la empresa

- Consolidar la situación económica y financiera de la empresa, que le permita obtener

un nivel de actividades sustentable y un margen de utilidad que le permita consolidar su posición y permanencia en el mercado.

- Aplicar los mejores mecanismos de comercialización para que el producto sea destinado directamente al consumidor.
- Cumplir con los objetivos propuestos en el tiempo determinado.

6.1.5. Políticas de la empresa

La empresa dictará políticas que deben respetar y cumplir, tanto los funcionarios como los trabajadores para el desarrollo y funcionamiento con la finalidad de concretar el crecimiento organizacional.

- Respetamos la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, su libertad ideológica, política y religiosa, no discriminamos raza y condición social alguna.
- Capacitar al personal que labora en la empresa, operarios y administrativos.

6.1.6. Principios y Valores

Los principios y valores que se toman en cuenta en la empresa servirán guía para todo el talento humano que labora en la institución.

Principios:

- **Ética y honestidad:** Trabajar para lograr la misión de la empresa
- **Compromiso y lealtad:** Cumpliendo con los valores y principios fundamentales y el reglamento interno de la microempresa.
- **Responsabilidad:** frente a los objetivos planteados por la microempresa.
- **Orientación al cliente:** Buscar la satisfacción de sus expectativas.
- **Eficiencia y productividad:** Interactuar constantemente con el mercado, aceptando

críticas que fortalezca el mejoramiento del bien y la producción.

- **Trabajo en Equipo:** Fomentar colaboración entre las áreas de trabajo con propósito innovador para alcanzar una meta común.

Valores

- **Seguridad:** Garantizar que el producto que expende la empresa sean elaborado con altos estándares reconocidos en la manufactura
- **Calidad:** Ser eficientes y eficaces en la provisión y acceso a los bienes que se ofertan, aplicando procesos con los más altos estándares de calidad.
- **Calidez:** Ofrecer al cliente interno y externo de la empresa procesos de capacitación, reconocimiento y mejora continua.
- **Integridad y Transparencia:** Guiar el accionar de la empresa y sus servidores dentro del marco de la ética, honestidad, confianza y transparencia.
- **Compromiso:** Actuar con lealtad protegiendo los intereses y contribuyendo al logro de los objetivos empresariales.
- **Cooperación:** Ambiente de trabajo acogedor que le permita a cada colaborador el mejor desempeño laboral.

6.2. Estructura organizacional

Niveles básicos.

- Directivo.
- Apoyo.
- Operativo.

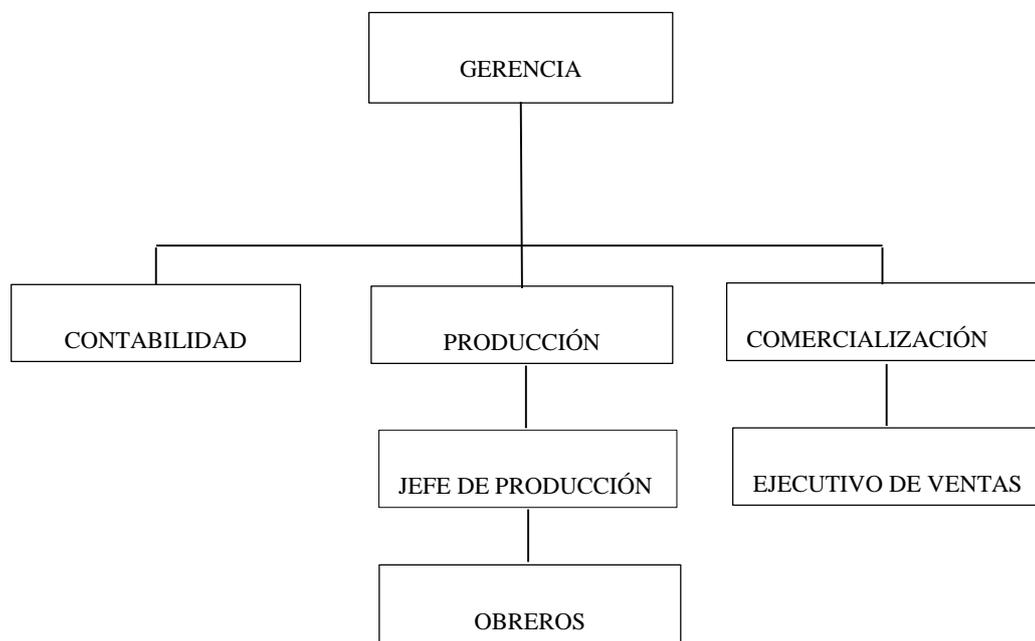
Directivo. En este nivel de tan alto grado de jerarquía estará constituida por la directora y asesores para la ejecución del presente proyecto; en cierta manera será la persona encargada

de la administración de la microempresa.

Apoyo. Implican el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores;

Operativo. Involucra a las personas encargadas de las operaciones donde prima la mano de obra lo que se utiliza mayormente en la comercialización.

Gráfico n° 26
Estructura organizacional



Fuente: resumen tareas de clases de administración empresas UTN.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

6.2.1. Manual de funciones

Cuadro n° 92

Descripción del puesto de gerente

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	GERENTE
TÍTULO DEL PUESTO	Ejecutivo
ÁREA DE TRABAJO	Ibarra
LUGAR DE TRABAJO	

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- El Gerente, es el representante legal, teniendo la representación judicial y extrajudicial, podrá suscribir en nombre de la empresa y comercialización toda clase de actos y contratos, además velará por el cumplimiento de todas aquellas funciones a desempeñarse en cada una de las áreas administrativas y técnicas de la empresa.

REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO

- Ingeniero en administración de empresas o en carreras afines.
- Conocimientos de computación: Word, Excel e Internet.

CONOCIMIENTOS

- Experiencia en el manejo de actividades de cooperación.
- Conocimientos en el área operativa.
- Conocimientos de planificación estratégica.

HABILIDADES

- Tener buen juicio para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas.
- Responsabilidad.
- Iniciativa, dinámica y liderazgo.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Planificar las actividades tendientes al cumplimiento de los objetivos.
- Dirigir y administrar correctamente la gestión económica, financiera de la empresa.
- Vigilar el correcto desarrollo de las dependencias administrativas y técnicas de la empresa.
- Mantener relaciones públicas satisfactorias para la obtención de los objetivos de la empresa.
- Velar por el cumplimiento de normas y obtención de permisos legales para el desarrollo de las actividades.
- Tomar todas las medidas y acciones que fueran necesarias para dar cumplimiento a los objetivos planificados.
- Aprobación del presupuesto.
- El establecimiento racional de procedimientos para la administración de sueldos y salarios.
- Vigilar el cumplimiento de las políticas.

Fuente: modelo de plantillas de análisis de puesto

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015

Cuadro n° 93**Descripción del puesto de contador**

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	CONTADOR
TÍTULO DEL PUESTO:	Área de Contabilidad
ÁREA DE TRABAJO:	
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:

- El Contador se encargará de procesar y registrar la información necesaria para la elaboración de los estados financieros y controlará la recepción de la información contable proveniente de cada una de las áreas del centro de procesamiento.

REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO

- Título en Ingeniería en contabilidad CPA.
- Conocimientos de la ley de Régimen Tributario Interno.
- Manejo de programas contables
- Conocimientos de paquetes utilitarios.
- 2 años en áreas similares

CONOCIMIENTOS

- Conocimientos contables
- Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales
- Impuestos
- Código de Trabajo
- IESS

HABILIDADES

- Tener buen juicio para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas
- Responsabilidad
- Iniciativa y dinámico

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Diarios contables
 - Depreciaciones y amortizaciones
 - Conciliación bancaria
 - Ingreso de costos y gastos
 - Elaboración de impuestos mensuales y anuales
 - Revisiones analíticas de mayores
 - Balances: General, de Resultados, Flujo de Efectivo y Evolución del Patrimonio.
 - Liquidaciones de haberes a trabajadores.
 - Elaboración de presupuestos.
-

Cuadro n° 94
Descripción puesto personal de producción

TÍTULO DEL PUESTO:	Ingeniero químico
SUELDO O SALARIO:	354,00
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Producción
REPORTA A:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente
SUPERVISA A:	Personal de producción

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:

La producción depende directamente del Gerente y tiene como objetivo elaborar un producto de calidad oportunamente y al menor costo posible con una inversión mínima de capital y con un máximo de satisfacción de sus empleados.

REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO:

- Conocimiento de maquinaria y elaboración de productos higiene personal
- Experiencia no indispensable
- Deseos de superación

CONOCIMIENTOS:

- Conocimiento en manejo de maquinaria no indispensable.
- Conocimiento en elaboración de productos jaboneros, no indispensables.

HABILIDADES:

- Tener buen juicio para la toma de decisiones.
- Buenas relaciones humanas
- Responsabilidad
- Iniciativa, dinámicas
- Perseverante, observador.
- Minucioso, habilidad.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Recepción y selección de materia prima
 - Cuidar y mantener limpia la maquinaria
 - Utilizar adecuadamente el equipo e implementos de seguridad
 - Sutileza en la elaboración del producto
 - Empacado, etiquetado y almacenamiento del producto
-

Cuadro n° 95
Descripción puesto ejecutivo de ventas

TÍTULO DEL PUESTO:	Ejecutivo de ventas
SUELDO O SALARIO:	354,00 más comisión
ÁREA DE TRABAJO:	Área de Ventas
LUGAR DE TRABAJO:	Ibarra
REPORTA A:	Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:

El vendedor depende directamente del Gerente y tiene como objetivo cumplir tanto mensual como anualmente con el presupuesto de ventas asignado, buscando brindar una excelente atención, un claro entendimiento y un eficiente manejo de las necesidades de sus clientes para así contribuir permanentemente a propiciar en ellos un alto nivel de satisfacción.

REQUISITOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO:

- Técnico en marketing
- Conocimiento de ventas
- Conocimientos de computación: Word, Excel e Internet
- 1 año en ventas.

CONOCIMIENTOS

- Buenos conocimientos en venta de productos y relaciones con los clientes.

HABILIDADES

- Perseverante
- Observador
- Minucioso

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Organizar el tiempo.
 - Presentación del producto.
 - Oferta y tratamiento de objeciones.
 - Cierre de la venta.
 - Seguimiento de clientes.
 - Cumplimiento de objetivos.
-

Fuente: modelo de plantillas de análisis de puesto

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año 2015.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Impactos

En este capítulo se estudiarán y verificarán los principales impactos que va a tener el proyecto, los aspectos positivos y negativos, generados en los diferentes ámbitos de las metodologías existentes para realizar el análisis de impacto, y para esta investigación se ha escogido la que más se adapte a la misma.

7.2. Objetivo

Determinar los principales impactos que generará la implementación del proyecto, con la finalidad de potencializar los efectos positivos y mitigar los negativos.

7.3. Matriz de impactos

En la presente investigación se utiliza una matriz general para realizar el análisis individual de los impactos. Para conocer el nivel de impactos de cada uno de los procesos utilizados se plantea la matriz de valoración que permite dar valor a cada uno de los indicadores los mismos que dan a conocer que efecto dan en el entorno.

Cuadro n° 96
Matriz de impactos

"TERNURAS"						
MATRIZ DE IMPACTOS AMBIENTALES						
IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO	INDIFERENTE	IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO
-3	-2	-1	0	1	2	3
ALTO	MEDIO	BAJO	NEUTRO	BAJO	MEDIO	ALTO
NEGATIVO				POSITIVO		

Fuente: Capítulo 5 De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.4. Impacto Socio-Económico

Fundamentados en la realización y optimización de diversos recursos ha dado suma importancia de la existencia de cobertura social, siendo las personas del sector los principales beneficiados tomándolos como población objetiva y un incremento de la productividad zonal.

Cuadro n° 97
Impacto socio-económico

"TERNURAS"							
IMPACTO ECONÓMICO							
NIVEL DEL IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Desarrollo socioeconómico local							X
Incremento de fuentes de empleo						X	
Estabilidad familiar						X	
Mejoramiento de calidad de vida						X	
TOTAL						6	3
Nivel de Impactos Socioeconómicos	= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{N de Indicadores}}$						
	Sumatoria	=	$\frac{2+2+2+3}{4}$	=	$\frac{9}{4}$	=	2,25
	NI	=	2,25				
Nivel del Impacto Socioeconómico	= Impacto medio positivo						

Fuente: Tomado del desarrollo del proyecto.
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

El impacto socioeconómico presenta un nivel medio positivo porque presenta nuevas oportunidades de trabajo para las personas del sector, permitiendo un desarrollo socioeconómico local como también brindando una estabilidad a las familias porque en parte se mejorará la calidad de vida de uno de ellos.

7.5. Impacto Tecnológico

El desempeño del proyecto se apoyará en la tecnología que nos brinda la modernización de los sistemas tecnológicos con la finalidad de optimizar los recursos en beneficio del desarrollo microempresarial, satisfaciendo de esta manera las necesidades del cliente.

Cuadro n° 98
Impacto Tecnológico

"TERNURAS"							
IMPACTO SOCIAL							
NIVEL DEL IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tecnología de punta							X
Calidad total						X	
Manejo de maquinaria moderna						X	
Excelencia en procesos de producción						X	
TOTAL						6	3
Nivel de Impactos Tecnológico	=	sumatoria					
		número de indicadores					
	NI	=	$\frac{9}{4}$	=	2,25		
	NI	=	2,25				
Nivel del Impacto tecnológico		=	Impacto medio positivo				

Fuente: Capítulo 5 De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

De acuerdo al análisis aplicado al impacto tecnológico se termina que presenta un nivel medio positivo; porque, la microempresa de producción y comercialización de jabón de tocador artesanal estará orientada a utilizar tecnología innovadora para el mejoramiento de los acabados y boleado del jabón de tocador, capacitando al personal para el manejo adecuado de los equipos y herramientas manuales, como también para la aplicación de los procesos de producción.

7.6. Impacto comercial

El propósito de este impacto es describir las principales actividades de atención y servicio al cliente y las consecuencias de los cambios en el ambiente en el cual deben desenvolverse las estrategias de la microempresas, con especial hincapié en el posicionamiento del grupo que constituye el establecimiento productivo.

Cuadro n° 99
Impacto comercial

"TERNURAS"							
IMPACTO SOCIAL							
NIVEL DEL IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad en el servicio							X
Servicio y atención al cliente						X	
Atención personalizada						X	
Satisfacción en el cliente						X	
TOTAL						6	3
Nivel de Impactos Comercial	=	$\frac{\text{sumatoria}}{\text{número de indicadores}}$					
	NI	=	9	=	2,25		
			4				
	NI	=	2,25				
Nivel del Impacto comercial		=	Impacto medio positivo				

Fuente: Tomado del desarrollo del capítulo 4
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015.

El impacto comercial representa un nivel medio positivo ya que está directamente relacionado con la calidad del servicio que la microempresa brindará a sus clientes; además, proporcionará al mercado objetivo una atención personalizada para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio brindado, también se aplicará técnicas de mejoramiento continuo en el servicio en el servicio al cliente para fortalecer la imagen microempresarial.

7.7. Impacto Ecológico

Según la legislación vigente, en un paquete de detergente se puede poner la palabra "biodegradable" si el tensioactivo de los jabones que causa perjuicios a la vida acuática deja de tener un 90% de su propiedad de disminuir la tensión superficial del agua 28 días después de ser usado, por lo que se evitará regar residuos químicos y de jabón ya elaborados, considerando que de los deshechos se elaborará en subproducto, siendo este un jabón para la lavar ropa.

Cuadro n° 100
Impacto ecológico

		"TERNURAS"						
		IMPACTO		ECOLÓGICO				
NIVEL DEL IMPACTO		-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos tóxicos							X	
Resiclaje de desechos								X
Utilización de recursos naturales conservación del ecosistema						X		
TOTAL						1	4	3
Nivel de Impactos Ecológico =		$\frac{\text{sumatoria}}{\text{número de indicadores}}$						
		$\text{NI} = \frac{8}{4} = 2$						
		$\text{NI} = 2$						
Nivel del Impacto Ecológico =		Impacto medio positivo						

Fuente: Capítulo 5 De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura
Elaborado por: Laura Avellaneda
Año 2015

De acuerdo al análisis del impacto ambiental se determina que el proyecto va a general un impacto medio positivo, debido a que la microempresa aplicará las medidas preventivas que permita un control adecuado para el tratamiento de los desechos ocasionados por la producción, también se utilizará correctamente la maquinaria y materia prima para no ocasionar efectos peligrosos en el medio ambiente.

CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico efectuado en la ciudad de Ibarra, se determinó que el lugar cuenta con las condiciones óptimas para el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de jabón de tocador artesanal.
- Se analizó las bases teóricas y científicas que servirá de sustento y análisis a la presente investigación.
- El estudio de mercado permitió identificar la demanda actual que existe en los centros de acopio por el producto; como también, conocer el lugar de procedencia de los proveedores quienes se encargan de abastecer el producto en el mercado, llegando a la conclusión de que en la ciudad de Ibarra no existe producción local de jabón de tocador artesanal.
- En el estudio técnico se determinó que la ubicación estratégica del proyecto será en la parroquia de Alpachaca sector Huertos Familiares porque cuenta con aspectos que favorecen su implementación, como también se estableció los aspectos técnicos para realizar las actividades en forma eficiente.
- Los resultados del estudio financiero determinan la factibilidad de la inversión, debido a que los ingresos generados respaldan la inversión inicial, siendo atractivo para los futuros inversionistas.
- En la parte organizacional y administrativa, permitió identificar el orgánico funcional que aplicará la microempresa, como también, las políticas y reglamentos que se deben aplicar para su funcionamiento.
- Los impactos que genera el proyecto son medio positivos, debido a que el proyecto está encaminado al desarrollo socioeconómico del sector.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar de manera adecuada los factores con los que el sector cuenta para este tipo de proyectos.
- Es importante realizar curso de actualización para poner en práctica las bases teóricas aprendidas y tener una investigación actual y no bases obsoletas.
- Realizar un seguimiento constante al mercado objetivo al que está dirigido el bien para conocer sus necesidades y poder satisfacer sus expectativas con nuevas innovaciones.
- Brindar mantenimiento a la infraestructura como también a la maquinaria y equipo que se utilizará para la realización del producto; para de esta manera evitar inconvenientes futuros.
- Verificar y controlar las operaciones financieras para determinar la posibilidad de reducir costos de producción sin afectar la calidad del producto.
- Realizar seguimiento de control para que se cumpla lo dispuesto en las políticas y reglas establecidas; como también, el cumplimiento de metas dentro de la empresa.
- Aplicar de manera efectiva y oportuna las medidas preventivas sobre los impactos que el proyecto ocasionará sobre su aplicación.

LINKOGRAFÍA

Arévalo Araujo, D (2012) Proyectos de Inversión, Análisis, formulación y evaluación práctica. México, México: Trillas, S.A. de C.V.

Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. México: McGraw-Hill /INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE CV.

Izar Landeta, M (2013) INGENIERÍA ECONÓMICA Y FINANCIERA. México, México: Trillas, S.A. de C.V.

Red de capacitación externa-SRI, Control Tributario Dirección Nacional – SRI; (2012). Personas Naturales. MI GUÍA TRIBUTARIA.

www.crecenegocios.com/

<http://bp.blogspot.com/>

<http://www.derechoecuador.com/>

<http://definición mx/>

<http://es.wikipedia.org/>

<http://users.de.uchile.cl/>

<http://www.ecomint.comec/sanita.htm>.

<http://www.enbuenasmanos.com>

<http://www.senavirtual.edu.co/>

<http://galleon.com/>

<http://www.sri.gob.ec/>

ANEXO N° 3

FICHA DE OBSERVACIÓN DE VENTAS MENSUALES: de jabón de tocador artesanal con extractos de plantas medicinales en los almacenes naturistas y supermercados de la ciudad de Ibarra.

FICHAS DE OBSERVACIÓN							
TIENDAS NATUISTAS Y SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA							
Lugar	Ibarra,			Fecha:	09 de marzo 2013		
Observación: Laura Avellaneda							
N° de ficha: 01							
Contenido:							
En los diferentes almacenes de productos naturistas y supermeicados de la ciudad de ibarra se realizó una observación directa a los precios de jabón de tocador que se encuentras a disposición del público en las perchas indicando su peso en gramos 15 a 80 grs., obteniendo lainformación que a continuación se detalla.							
ALMACEN NATURISTA		TIA		DESPENSAS AKI		SUPERMAXI	
MARCA	Q	MARCA	Q	MARCA	Q	MARCA	Q
Dr. Peña		Ninacura /2	60	Ninacuro	50	Ninacuro	102
Sulfuroso p/3	200	Bassa u	30	Bassa	0	Bassa	0
Yel de baca p/3	200						
Avena p/3	200						
Bassa p/3	200						
Matico p/3	200						
Glicería p/3	200						
MES	1.200		90		50		102
	12						
ANUAL	14.400		1.080		600		1.224

ANEXO N° 4 Formato de encuestas dirigidas a dueños y administradores de establecimientos comerciales donde vendan jabón de tocador artesanal en la ciudad de Ibarra.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

La presente investigación tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de elaboración, producción y comercialización de jabón artesanal elaborado con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra.

GUÍA DE ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES

INSTRUMENTO
N°1

1. ¿Vende usted jabón de tocador elaborado artesanalmente?

SI ()

NO ()

2. ¿Cuántas cajas de jabón de tocador elaborado artesanalmente compra usted al año?

3. ¿Qué cantidad mensual de estos productos adquiere usted?

4. ¿Cuál es precio de la caja de jabón de tocador elaborado artesanalmente que compra usted?

Alto

Medio

Bajo

5. ¿En qué mes del año se provee más jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Enero – Marzo ()

Abril – Junio ()

Julio – Septiembre ()

Octubre – Diciembre ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

La presente investigación tiene como finalidad recopilar información para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de elaboración, producción de jabón artesanal elaborado con extractos de plantas medicinales en la ciudad de Ibarra.

.GUÍA DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE IBARRA

1. ¿Consumen usted jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Si ()

No ()

2. ¿Tiene usted algún tipo de sensibilidad en su piel?

Si ()

No ()

3. A usted que tiene una dermis sensible ¿le gustaría usar un jabón de tocador elaborado artesanalmente con beneficios terapéuticos?

Jabón artesanal ()

Jabón industrial ()

4. ¿En qué presentación de empaque le gustaría comprar el jabón de tocador elaborado artesanalmente?

Empacado en yute ()

Envoltura etiqueta ()

Presentación de regalo ()

5. ¿Conoce usted los beneficios de usar un Jabón de tocador elaborado de forma artesanal?

Si ()

No ()

6. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?

Periódicos ()

Televisión ()

Radio ()

Volantes ()

Internet ()

7. ¿Le gustaría adquirir productos como el jabón de tocador elaborado a base de extractos de plantas medicinales?

Si ()

No ()

8. ¿Si dice si, indique la preferencia?

Jabón de tocador artesanal ()

Jabón de tocador fabricado industrialmente ()

Ambos ()

9. ¿En dónde le gustaría adquirir estos productos?

Tiendas Naturistas ()

Supermercados ()

Comisariatos ()

ANEXO N° 6 Documentos para la calificación de la solvencia moral y técnica de las personas naturales.-

- Solicitud escrita, dirigida al Director Nacional de Control y Fiscalización o Directores Regionales, con la información requerida en los formularios proporcionados por la entidad;

- Fotocopia a color de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del solicitante y de su representante técnico;
- Fotocopia certificada y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- Fotocopia certificada del contrato de trabajo legalmente inscrito en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, en el que conste la designación del representante técnico, acorde a la actividad de la calificación y/o licencia;
- Fotocopia notariada del certificado otorgado por el CONESUP, del título profesional del representante o responsable técnico; actualmente es reemplazada por Información de la página web de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e innovación, SENESCYT.
- Certificado de antecedentes proporcionado por la Dirección Nacional de Información Reservada del CONSEP, de la persona natural y representante o responsable técnico;
- En caso de artesanos, fotocopia certificada de su título artesanal, que le eximirá de contratar un representante o responsable técnico;
- Copia de la factura de pago para el trámite de calificación y/o licencia.

PROCEDIMIENTO

- Presentar solicitud, requisitos y anexos en la Dirección Nacional o Direcciones Regionales para la revisión por parte de un especialista de Control y Fiscalización.
- Cancelar en la Dirección Financiera el valor correspondiente.
- Ingresar la solicitud, requisitos y anexos en la Dirección Nacional y Direcciones Regionales.
- Un Especialista de la Dirección Nacional o Direcciones Regionales inspeccionara las instalaciones y verificara que cumpla con los dispuesto en la Ley y sus Reglamentos
- Aprobada la calificación, se entregará al cliente el documento respectivo.

Dra. Narcisa Romo

ESPECIALISTA 4

DIRECCIÓN REGIONAL DE IMBABURA
Consejo Nacional de Control de Sustancias
Estupefacientes y Psicotrópicas
(593) 062 959-763 / 062 959-762 ext. 106
nromo@consep.gob.ec
Ibarra – Ecuador

www.consep.gob.ec

ANEXO N° 6 De la obtención del Registro Sanitario

Art. 4.- ANTECEDENTES PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO. El Registro Sanitario para productos podrá obtenerse sobre la base de uno de los siguientes antecedentes, según el caso:

- a. Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación;
- b. Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesadora; y,
- c. Homologación de documentos otorgados por una autoridad competente de otro Estado o por una organización internacional especializada determinada conforme al presente reglamento.

Art. 5.- REGISTRO SANITARIO PARA VARIOS PRODUCTOS. Se ampararán los productos bajo un mismo Registro Sanitario en los siguientes casos:

- a. Cuando se trate del mismo producto elaborado por diferentes fabricantes, con la misma marca comercial o del mismo fabricante en diferentes ciudades o países;
 - b. Cuando se trate del mismo producto con diferentes marcas, siempre y cuando el titular y el fabricante correspondan a una misma persona natural o jurídica;
 - c. Los productos con la misma composición básica que solo difieran en los ingredientes secundarios;
 - d. El mismo producto en diferentes formas de presentación al consumidor; y,
 - e. Cuando la empresa cuente con certificado de buenas prácticas de manufactura para un tipo de productos específicos, cuyas variedades estén debidamente cubiertas en dicho certificado.
- Cada Registro Sanitario ampara un tipo de productos a la vez como es el caso, pero no exclusivamente: galletería, cereales, mermeladas, cárnicos, lácteos, aceites y grasas comestibles, confitería, pastas alimenticias, shampoo, acondicionadores de cabello, jabones,

gel para el cuerpo, fragancias talcos, productos de maquillaje y otros.

Art. 6.- AUCENCIA SANITARIA DE VENTA PARA PRODUCTOS ARTESANALES. El Registro Sanitario de productos de elaboración artesanal consistirá exclusivamente en la licencia sanitaria de venta otorgada por la Dirección Provincial de Salud de la provincia en la que se elaborare o expendiere el producto.

- La Dirección Provincial de Salud exigirá a los productores artesanales de productos procesados el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura que les fueren aplicables.
- Se considerarán productos de elaboración artesanal aquellos elaborados por artesanos o micro empresarios registrados como tales en el MICIP y de conformidad con la reglamentación correspondiente.

CAPITULO IV

De la obtención del Registro Sanitario mediante informe técnico

Art. 7.- Las universidades, escuelas politécnicas y laboratorios públicos y privados, incluidos los del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, serán acreditados por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación, para realizar los análisis de control de calidad necesarios para la emisión del informe técnico, de conformidad con las normas ISC) o normativa internacional aplicable.

Art. 8.- El informe técnico por producto se realizará previo pago por parte del solicitante de la tasa que determine el Ministerio de Salud Pública.

Art 9.- Las especificaciones físico-químicas, bromatológicas, y microbiológicas de los productos procesados serán las establecidas en las normas INEN correspondientes y códigos normativos aprobados internacionalmente.

Art. 10.- Los productos registrados deben conservar las especificaciones aceptadas en el

trámite de Registro Sanitario. Durante la vigencia del Registro Sanitario, cualquier cambio al respecto deberá ser autorizado por la autoridad del Sistema Nacional de Vigilancia y Control que haya concedido el registro correspondiente.

Art. 11.- Para otorgar el Registro Sanitario a un producto el informe técnico será favorable si el producto cumple con los requisitos de calidad requeridos según el tipo de producto y de acuerdo a las normas técnicas vigentes.

Art. 12.- Para los productos de fabricación nacional, el interesado deberá presentar lo siguiente: Solicitud dirigida a la autoridad de salud correspondiente, en original y tres copias en papel simple, incluyendo la siguiente información;

- a. Nombre o razón social del solicitante;
- b. Nombre completo del producto;
- c. Ubicación de la fábrica o establecimiento, especificando ciudad, calle, número y teléfono;
- d. Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas;
- e. Número de lote;
- f. Fecha de elaboración;
- g. Formas de presentación del producto: envase y contenido en unidades del Sistema Internacional de acuerdo a la Ley de Pesas y Medidas y tres muestras de etiquetas, de conformidad a la norma INEN de rotulado;
- h. Condiciones de conservación;
- i. Tiempo máximo para el consumo; y,
- j. Firma del propietario o representante legal y del representante técnico.

Se anexarán los siguientes documentos:

- a. Certificado de control de calidad del producto otorgado por laboratorio acreditado;
- b. Informe técnico del producto relacionado con el proceso de elaboración con la firma del

representante químico farmacéutico o ingeniero en alimentos responsable, con su correspondiente número de registro en el Ministerio de Salud Pública;

c. Ficha de estabilidad que acredite el tiempo máximo de consumo con la firma del técnico responsable; y,

d. Permiso de funcionamiento.

Art. 13.-RENOVACIÓN DEL REGISTRO SANITARIO OBTENIDO POR MEDIO DEL INFORME TÉCNICO. Si al término de la vigencia del Registro Sanitario obtenido con informe técnico, subsiste el deseo de continuar comercializando un producto, se podrá proceder a renovarlo. La solicitud podrá presentarse tres meses antes de su vencimiento. Vencida la vigencia del Registro Sanitario el Director General de Salud procederá a cancelarlo.

Art. 14.- REINSCRIPCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO. En caso de cancelación de un Registro Sanitario por vencimiento de vigencia, el titular podrá solicitar su reinscripción hasta dentro de un año en que se conservará el expediente del producto, en el archivo de la autoridad que originalmente lo otorgó, previo el pago de la tasa que para este caso determine el Ministerio de Salud.

CAPITULO V

De la obtención del Registro Sanitario por certificación de buenas prácticas de manufactura

Art. 15.- Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas de manufactura de acuerdo con el reglamento respectivo, bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información:

- a) Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;
- b) Nombre o razón social y dirección del fabricante;
- c) Nombre y marca (s) del producto;

- d) Descripción del tipo de producto; y,
- e) Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

Se anexarán los siguientes documentos:

Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.

Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.

Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.

1. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo al respectivo reglamento.

ANEXO N° 7 capítulo 4 Aceite prensado en frío

Un aceite prensado en frío es aquel que conserva sus mismas propiedades biológicas (valores nutritivos, medicinales, etcétera) que tenía cuando se encontraba en su forma original que es la semilla o el fruto por ello son los mejores aceites para el uso doméstico y para el uso cosmético.

El aceite de girasol, es de origen vegetal que se extrae del prensado de las semillas de la planta de girasol, también llamado chimalate, jáquima, maravilla, mirasol, maíz de teja. Técnicamente se trata de un conjunto de grasas insaturadas cardio saludables y es fuente abundante de vitamina E, se considera también un potente antioxidante.

El aceite de palma, es un aceite de origen vegetal que se obtiene del mesocarpoide la fruta de la palma *elaeis guineensis*. El fruto de la palma es ligeramente rojo, al igual que el

aceite embotellado sin refinar. El aceite crudo de palma es una rica fuente de vitamina A y de vitamina E.

Cuadro n° x

Ácidos grasos contenidos en el aceite de girasol y de palma

gramos	ACEITE DE GIRASOL Ácidos grasos
20,2	monoinsaturados
63,3	poli insaturados
11,8	linoleicos
11,2	oleicos
15,6	fenoleicos
ACEITE DE PALMA	
40 -48%	palmítico
37 -46%	monoinsaturados principalmente oleicos
10%	poli insaturados

Fuente: <http://es.wikipedia.org/>

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015

PASTA BASE DE JABÓN				
Hidróxido sódico (NaOH)	+	Agua	=	Lejía
Aceite prensado en frío	+	grasas sólidas	=	Grasa suelta
SAPONIFICACIÓN AL FRÍO				
Lejía	+	Grasa suelta	=	PASTA DE JABÓN

Fuente: <http://es.wikipedia.org/>

Elaborado por: Laura Avellaneda

Año: 2015.

Soda Cáustica

El hidróxido de sodio (NaOH) o hidróxido sódico, también conocido como soda cáustica o sosa cáustica, es un hidróxido cáustico usado en la industria (principalmente como una base química) en la fabricación de papel, tejidos, y detergentes. A temperatura ambiente, el hidróxido de sodio es un sólido blanco cristalino sin olor que absorbe la humedad del aire (higroscópico). Es una sustancia manufacturada.

El miligramo (símbolo mgr) es una unidad de masa del SI. Es el tercer submúltiplo del gramo y el sexto del kilogramo, siendo una milésima parte del gramo y una millonésima del

kilogramo. Se usa para medir la masa de pequeñas porciones de reactivos químicos, muestras sólidas, drogas, medicamentos y sus ingredientes, y objetos pequeños en general.

Las balanzas analíticas de los laboratorios regularmente tienen una sensibilidad de 0,1 mgr.

Donde 1 Kg es igual a 1000 g.

Dónde: 1gr. = 1000 mgr.

2gr. = 2000 mgr.

Peso: 1 litro de agua pesa 9,81 (no es i kg)