

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
JABONES MALEABLES PARA NIÑOS, UBICADA EN LA
PARROQUIA DE CUMBAYA– DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO, AÑO 2017.**

**Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios**

AUTORA:

Ariopajas Vega María Fernanda

TUTOR:

Eco. Mercedes Galarraga

QUITO-ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES MALEABLES PARA NIÑOS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CUMBAYA-DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, presentada por Ariopajas Vega María Fernanda, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito,.....

Mercedes Fabiola Galarraga Carvajal

TUTORA

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Investigación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL EN EL DM. DE QUITO, AÑO 2017*”, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los méritos suficientes para ser sometido a disertación pública.

Para constancia firman:

.....

PRESIDENTE

.....

VOCAL

.....

VOCAL

Quito.....

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, María Fernanda Ariopajas Vega, declaro ser autora del “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES MALEABLES PARA NIÑOS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CUMBAYA-DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Ingeniera de Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 18 días del mes de Julio del 2018, firmo conforme:

Autora: María Fernanda Ariopajas Vega

Firma

Número de Cédula: 1752498582

Dirección: Solanda, Conjunto Dulce Hogar N° 2, casa 11

Correo Electrónico: mariferariopajasv95@gmail.com

Teléfono: 099- 567740

AUTORÍA DE TESIS

Yo, María Fernanda Ariopajas Vega, en calidad de estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, declaro que los contenidos de este informe de Investigación Científica, requisito previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Quito,

.....

María Fernanda Ariopajas Vega

CI: 1752498582

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por guiar mi camino y por darme la perseverancia para alcanzar mi meta, por todas sus bendiciones que me ha dado en mi vida.

Agradezco a mis padres, hermanos, hermana a mi cuñado y sobrinos por ser ellos el motor fundamental y mi apoyo constante en lo largo de mi carrera Universitaria y de mi vida.

A la “UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA” por hacer de mí una profesional digna de representar en el servicio del bien de mi carrera.

De igual manera a la Eco. Mercedes Galarraga Carvajal, por su dirección, enseñanzas y apoyo constante en el desarrollo de este trabajo.

Gracias

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios por iluminar mi camino, por darme fortaleza, sabiduría y nunca dejarme rendir durante mi carrera Universitaria.

Al concluir esta etapa de mi vida, la cual ha sido uno de mis principales ideales con mucho cariño dedico este trabajo que refleja esfuerzo y sacrificio a mis padres Hernán y Cecilia que son el motor de mi vida mi apoyo y mi fuerza diaria, a mis hermanos Santiago, Juan Carlos, Tatiana a mi cuñado y mis sobrinos por ser mis amigos, consejeros y un apoyo durante toda mi carrera, por sentirse orgullosos de cada paso que doy a mi angelito del cielo Bertha que aunque ya no estés a mi lado sé que siempre cuidas mis pasos y estas orgullosa de mi gracias a mi familia por enseñarme a no rendirme en la vida y superarme por ser cada día mejor.

María Fernanda Ariopajas Vega

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE TESIS	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xi
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	2
MARKETING	2
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	2
1.1.1 Especificación del producto o servicio.....	2
1.1.2 Aspectos innovadores.....	3
1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	4
1.2.1 Que mercado se va a tocar en general.....	4
1.2.2 Demanda Potencial.....	22
1.3 ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE	23
1.3.1 Cinco fuerzas competitivas de Porter.....	23
1.3.2 Matriz MPC (Matriz del Perfil Comparativo)	26
1.3.3 Proyección de la oferta.	28
1.4 Demanda Potencial Insatisfecha.	29
1.5 CANALES DE COMUNICACIÓN	30
1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN).....	34
1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	35

1.8	MERCADOS ALTERNATIVOS.....	35
	CAPITULO II.....	36
	AREA DE PRODUCCION (OPERACIONES).....	36
2.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	36
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	36
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	39
2.1.3	Tecnología a aplicar.....	43
2.2	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	43
2.2.1	Ritmo de producción.....	43
2.2.2	Nivel de inventario promedio.....	44
2.2.3	Número de trabajadores.....	44
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	45
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION	46
2.4.1	Materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	46
2.5	CALIDAD	47
2.5.1	Método de Control de Calidad.....	47
2.6	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN. ..	49
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	49
	CAPITULO III.....	52
	ÁREA DE ORGANIZACION Y GESTION	52
3.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	52
3.1.1	Visión de la Empresa.....	52
3.1.2	Misión de la Empresa.....	52
3.1.3	Análisis FODA.....	53
3.2	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	54
3.2.2	Descripción de cargos del organigrama.....	56
3.3	CONTROL DE GESTION.....	59
3.3.1	Indicadores de gestión.....	59
	CAPITULO IV	60

AREA JURIDICO LEGAL	60
4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	60
4.1.1 Responsabilidad Patrimonial.....	60
4.2.1 Patentes y Marcas.....	61
4.3.1 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	64
CAPÍTULO V.....	67
ÁREA FINANCIERA.....	67
5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO	69
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	70
5.4 Calculo de Ingresos.....	79
h) Proyección de Ingresos.....	80
5.5 Flujo de caja.....	81
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	83
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	86
5.8 EVALUACION FINANCIERA	87
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	97

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Jabón RENATA 250gr	3
Imagen 2: Hoja volante de la promoción de MALEJAB	31
Imagen 3: Correo Electrónico MALEJAB	31
Imagen 4: Página Facebook MALEJAB	32
Imagen 5: Página Instagram MALEJAB	32
Imagen 6: Whatsapp MALEJAB	33
Imagen 7: Flujograma del proceso de producción de MALEJAB	38
Imagen 8: Mapa de Procesos	39
Imagen 9: Planos empresa MALEJAB	40
Imagen 10: Organigrama Estructural MALEJAB	54
Imagen 11: Organigrama Funcional MALEJAB	55
Imagen 12: Logotipo de la empresa	63
Imagen 13: Marca del Producto	63

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Pregunta 1: Jabones Maleables para niños	10
Gráfica 2: Pregunta 2: Consumo de Jabones en barra.....	11
Gráfica 3: Pregunta 3: Tipos de Jabones que conoce.....	12
Gráfica 4: Pregunta 4: Esta dispuesto a cambiarse de jabón	13
Gráfica 5: Pregunta 5: Disponibilidad de pago por un jabón artesanal	14
Gráfica 6: Pregunta 6: Lugares de adquisición del producto	15
Gráfica 7: Pregunta 7: Fragancias de preferencias para los jabones	16
Gráfica 8: Pregunta 8: Tipo de presentación del producto	17
Gráfica 9: Pregunta 9: Beneficios de los jabones maleables	18
Gráfica 10: Pregunta 10: Los gramos de producto que se ofrece.....	19
Gráfica 11: Pregunta 11: Adquisición de jabones artesanales	20
Gráfica 12: Pregunta 12: Medios que recibirá la información de la empresa	21
Gráfica 13: Diagrama de la distribución	34
Gráfica 14: Punto de Equilibrio	85
Gráfica 15: Desplazamiento del VAN.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categorización de sujetos	4
Tabla 2: Dimensión conductual.....	5
Tabla 3: Dimensión geográfica	5
Tabla 4: Segmentación Demográfica- Sector.....	5
Tabla 5: Pregunta 1: Jabones Maleables para niños	10
Tabla 6: Pregunta 2: Consumo de Jabones en barra	11
Tabla 7: Pregunta 3: Tipos de Jabones que conoce	12
Tabla 8: Pregunta 4: Esta dispuesto a cambiarse de jabón.....	13
Tabla 9: Pregunta 5: Disponibilidad de pago por un jabón artesanal	14
Tabla 10: Pregunta 6: Lugares de adquisición del producto	15
Tabla 11: Pregunta 7: Fragancias de preferencias para los jabones	16
Tabla 12: Pregunta 8: Tipo de presentación del producto.....	17
Tabla 13: Pregunta 9: Beneficios de los jabones maleables.....	18
Tabla 14: Pregunta 10: Los gramos de producto que se ofrece.....	19
Tabla 15: Pregunta 11: Adquisición de jabones artesanales	20
Tabla 16: Pregunta 12: Medios que recibirá la información de la empresa.....	21
Tabla 17. Demanda potencial	22
Tabla 18. Consumo mensual.	22
Tabla 19. Consumo anual en unidades.	22
Tabla 20. Consumo en dinero.....	22
Tabla 21: Matriz EFI.....	25
Tabla 22: Matriz EFE.....	26
Tabla 23: Matriz MPC	27
Tabla 24: Departamento De Producción	28
Tabla 25: Proyección De La Oferta.....	28
Tabla 26: Proyección de la oferta por años	29
Tabla 27: Propuesta de marketing	34
Tabla 28: Balanza	40
Tabla 29: Mezcladora.....	41
Tabla 30: Recipiente para reposo.	41
Tabla 31: Selladora.	41

Tabla 32: Detalle del personal.....	42
Tabla 33: Tiempos de proceso de producción jabón maleable.....	43
Tabla 34: Ritmo de producción	44
Tabla 35: Número de trabajadores.....	45
Tabla 36: Capacidad de producción futura	46
Tabla 37: Hoja de Control.....	48
Tabla 38: FODA	53
Tabla 39: Descripción de Cargo del Gerente General	56
Tabla 40: Descripción de cargo de Jefe de Recursos Humanos	57
Tabla 41: Descripción de cargo del Jefe de Marketing y Ventas	57
Tabla 42: Descripción de Cargo de Jefe de Producción	58
Tabla 43: Características de la microempresa	60
Tabla 44: Plan de Inversión.....	67
Tabla 45: Capital de trabajo	68
Tabla 46: Financiamiento.....	69
Tabla 47: Costos	70
Tabla 48: Proyección de costos	72
Tabla 49: Gastos	73
Tabla 50: Proyección de Gastos	75
Tabla 51: Rol de Pagos	76
Tabla 52: Depreciación	77
Tabla 53: Proyección de la depreciación	78
Tabla 54: Ingresos.....	79
Tabla 55: Proyección de Ingresos.....	80
Tabla 56: Flujo de Caja.....	81
Tabla 57: Punto de Equilibrio.....	84
Tabla 58: Estado de Resultados.....	86
Tabla 59: TMAR.....	87
Tabla 60: Inversionistas	87
Tabla 61: VAN	88
Tabla 62: TIR	90
Tabla 63: Rentabilidad	94

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
JABONES MALEABLES PARA NIÑOS, UBICADA EN LA PARROQUIA
DE CUMBAYA-DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**

Autora: María Fernanda Ariopajas Vega

Tutor: Eco. Mercedes Fabiola Galarraga Carvajal

RESUMEN EJECUTIVO

El proceso de desarrollar la motricidad en los niños es fundamental, aunque muchas veces interviene factores biológicos como la herencia o a su vez por el mismo crecimiento. Por este motivo hay que desarrollar los sentidos de los niños para el fortalecimiento físico e intelectual del mismo. MOLEJAB es una empresa ubicada en la ciudad de Quito, que se dedica a la producción y comercialización de jabones maleables para los niños del sector de Cumbaya, esta idea surge de padres que ayudan a sus hijos a desarrollar sus sentidos de una forma divertida y entretenida para los mimos. MOLEJAB procedió a realizar una investigación para obtener información certera sobre este nuevo producto teniendo como resultado la aceptación del mismo e inclusive se propuso diversas técnicas publicitarias para incrementar la cantidad de clientes interesados en obtener algo beneficioso. Se realizó un diagnóstico de la empresa para poder saber cuáles son las amenazas y debilidades que hay que eliminar y a su vez las fortalezas y oportunidades que hay que explotar. Mediante la aplicación de herramientas metodológicas se pudo obtener la demanda y oferta del jabón maleable, la cual es proyectada para los siguientes 5 años, de esta forma se obtiene una demanda insatisfecha que se deberá que cubrir. La forma de constitución de la empresa es fundamental para poder poner en marcha este plan de negocios. Finalmente se procedió a realizar un plan de financiamiento del mismo, que consta de la inversión total y la forma de financiamiento, así como también de lo que se utilizará para la elaboración de los jabones maleables, el personal que estará a cargo en la producción y la administración.

Palabras claves: Jabón maleable, motricidad de los niños, beneficios del jabón, desarrollo de los niños.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTY OF SCIENCE ADMINISTRATIVAS AND ECONOMIC

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE JABONES MALEABLES PARA NIÑOS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CUMBAYA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

Author: María Fernanda Ariopajas Vega

Tutor: Eco. Mercedes Fabiola Galarraga Carvajal

ABSTRACT

The process of developing motor skills in children is essential, though often involved biological as inheritance or turn factors by the same growth. For this reason, develop of the senses of the children to the same physical and intellectual strengthening. MOLEJAB is a company located in the city of Quito, It dedicates to the production and marketing of malleable soaps for children of the sector of Cumbaya, this idea comes from parents who help their children develop their senses in a way that is fun and entertaining for the pampering. MOLEJAB proceeded to conduct a field investigation to obtain accurate information about this new product resulting in the acceptance and even various advertising techniques was proposed to increase the number of clients interested in getting something beneficial. MOLEJAB proceeded to conduct a field investigation to obtain accurate information about this new product resulting in the acceptance and even various advertising techniques was proposed to increase the number of clients interested in getting something beneficial. A diagnostic of the company to be able to know what are the the threats and weakness that needs to removed and in turn carried out the strengths and opportunities that must exploit through the application of methodological tools, I get the demand and supply of the malleable SOAP. Which is a project for the nex 5 year, this way you get an unsatisfied demand. The constitution of the company is essential to be able to start up this business pla. Finally proceeded to carry out a financing of the plan, which consists of the total investment and the way of financing, aswell as what willuse for the preparation of malleable soaps, the staff who will be in charge in the production and the Administration.

KEY WORDS: malleable SOAP, motor skills of children, income, benefits of SOAP children´s development.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios fue creado para ayudar en la motricidad de las manos de los niños al momento de lavarse las manos e inclusive puede tomarle como un juego hacer este tipo de actividad. Este producto es elaborado de forma artesanal con productos no nocivos para la salud, al contrario, elimina las manchas y resequedad de la piel.

Este documento consta de 5 capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el capítulo I, se detalla el estudio de mercado del jabón maleable, tomando como herramienta la implementación de encuestas, de las cuales se obtiene información certera, también se describe el tipo de publicidad que contará y la demanda insatisfecha que se deberá que cubrir.

En el capítulo II, se detalla todo el proceso productivo del jabón maleable, las herramientas que esta utilizará, el personal que intervendrá y la capacidad de producción futura.

En el capítulo III, se describe la razón de ser de la empresa, la visión que ésta anhela, la parte estructural de la misma, también se desarrolla el análisis FODA para saber las falencias que hay que mejorar y las oportunidades que hay que explotar.

En el capítulo IV, se describe la forma de constitución de la empresa, los tipos de permisos que necesita para funcionar y a su vez la marca y la patente de la misma.

En el capítulo V, se detalla la parte financiera; es decir, la inversión que se necesita para el funcionamiento, la forma de financiamiento, gastos, ingresos y el tiempo que se demoraría en recuperar lo invertido.

CAPITULO I

MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del producto o servicio

MOLEJAB es una empresa que crea jabones maleables para los niños, los mismos que son elaborados a base de materia prima netamente Ecuatoriana la cual garantiza que es un producto de primera calidad.

El jabón RENATA será hecho a base de maicena Iris, shampoo, colorante vegetal y fragancias naturales las cuales no contienen químicos tóxicos para la salud e higiene del niño, el mismo que le dará la cualidad de ser maleable teniendo como objetivo ser atractivo para los niños proyectándose como una diversión el lavarse las manos. Para cumplir con esta finalidad se elabora el producto en distintos colores como rosado, rojo, amarillo, verde, azul y además contará con aromas como fresa, limón, mandarina, cereza los mismos que aran placentero el uso del jabón. Tomando en cuenta las edades variables de los niños se ha decidido realizar una presentación de 250 gramos.



Imagen 1: Jabón RENATA 250gr
Elaborado por: Arq. María José Núñez. (2017)

1.1.2 Aspectos innovadores

RENATA es un producto que presenta varios aspectos innovadores uno de ellos es ser el primer jabón maleable dentro del mercado ecuatoriano, el mismo que ayuda a la motricidad de los niños, beneficiándose de la materia prima de la cual está elaborado. La Maicena evita las manchas de la piel e impide la resequedad de las manos de los infantes, denotando su no toxicidad apta para niños menores de 10 años.

Además, RENATA es un producto artesanal que busca reducir costos de producción a través del aprovechamiento de recursos disponibles y manteniendo procesos de producción que no necesita de maquinaria, dándole un valor agregado al ser realizado de esta manera lo que garantiza un producto de alta calidad.

MOLEJAB busca diversificar el mercado a través de la creación de variedades de colores intensos y aromas agradables para los jabones complementando este aspecto con una presentación única y creativa para el cliente.

1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO

El Mercado es un lugar físico o el espacio de encuentro entre oferentes y demandantes donde se realizan las transacciones de compra y venta, también puede ser virtual. (Dvoskin, 2004)

Mercado, es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. (Urbina, 2001)

El mercado de MOLEJAB está constituido por demandantes potenciales, específicamente padres de familia que tengan niños y busquen una forma innovadora y divertida en el aseo personal de sus hijos contando con un valor agregado como es la mejora en la motricidad y la hidratación de la piel.

1.2.1 Que mercado se va a tocar en general

El mercado al que está dirigido el producto se encuentra geográficamente ubicado es la zona oriental de la ciudad de Quito, específicamente la Parroquia de Cumbaya, en ella habitan gran cantidad de niños. Lo cual significa que existirá una buena acogida por parte de los padres de familia, ya que es un producto netamente artesanal debido a que se los fabrica evitando adicionar sustancias químicas nocivas para el organismo, utilizando materias primas orgánicas y de origen nacional y local se puede determinar que la cantidad de niños que van adquirir mensualmente el producto están entre 500 y 1000 niños.

1.2.1.1 Categorización De Sujetos

Tabla 1: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Padres de familia que tengan hijos entre 1 y 10 años
¿Quién usa?	Niños entre 1 y 10 años
¿Quién decide?	Los padres de familia que tengan hijos entre 1 y 10 años
¿Qué influye?	Grupos sociales, publicidad dirigida al consumo de productos naturales

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.2.1.2 Estudio De La Segmentación De Mercado

Tabla 2: Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
Tipo De Necesidad	Fisiológica
Tipo De Compra	Comparación
Relación Con La Marca	No
Actitud Frente Al Producto	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 3: Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad Urbana Y Rural	Quito
Tamaño	2.239.191
Tamaño Cumbaya	31,463

Fuente: INEC Ecuador en cifras, (2010), INEC CPV

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 4: Segmentación Demográfica- Sector

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACION
Edad	20-44	12,238
Sexo	Mujer/Hombre	6.455/5.783
Socioeconómico	Pea (16,492)	12.238
Ocupación	Familia	7866

Fuente: INEC Ecuador en cifras, (2010), INEC CPV

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.2.1.3 Plan de Muestreo

Para establecer la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + Ne^2}$$

- n= Tamaño De La Muestra
- Z= Nivel De Confiabilidad (1.96)
- P= Probabilidad De Ocurrencia (0.50)
- Q= Probabilidad De No Ocurrencia (0.50)
- N= Población 12.238
- E= Error De La Muestra (5% - 7%)

Se debe utilizar el 0,5 porque el margen de error de esta fórmula va del 0,5 al 0,7.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (7866)}{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) + (7866) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{7.554.50}{0.9604 + 19.65}$$

$$n = \frac{7.554.50}{19.8804}$$

$$n = 379$$

El total de personas que se encuestará son 379, para poder realizar la investigación de mercado de MOLEJAB

1.2.1.4 Modelo de Encuesta

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado para saber qué tan factible va a ser el producto que se va a realizar.

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA

Encuesta

SEXO

MASCULINO	
FEMENINO	

EDAD

20-29	
30-39	
40-45	

1) ¿Usted ha escuchado hablar sobre los jabones maleables para niños?

SI	
NO	

2) ¿Cuántas barras de jabón consume al mes para niños?

1 a 3	
3 a 5	
5 a 8	
Más de 8	

3) ¿Qué características de jabón conoce para niños?

Jabón liquido	
Jabón de glicerina	
Jabón de coco	
Jabón antibacterial	
Jabón en crema	
Jabón maleables	

4) ¿Estaría dispuesto a cambiar su jabón actual por un jabón artesanal?

SI	
NO	

5) ¿Cuánto paga actualmente por este producto?

\$3	
\$5	
\$7	

6) ¿En qué lugares le gustaría adquirir este producto para niños?

Supermercados	
Tiendas especializadas	
Farmacias	
Tienda naturista	

7) ¿Qué fragancias son de su preferencia para los jabones artesanales para niños?

Manzanilla	
Coco	
Limón	
Miel	
Uva	
Rosas	
Naranja	

8) ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir este producto?

Envase plástico (tarrina)	
Envases de vidrio	

9) ¿Sabe usted que un jabón maleable puede ayudar a la motricidad de las manos de los niños?

SI	
NO	

10) ¿Qué cantidad le gustaría a usted adquirir de este producto para niños?

150 gramos	
250 gramos	

11) ¿Le gusta adquirir jabones elaborados artesanalmente?

SI	
NO	

12) En qué medio de comunicación le gustaría recibir la información y promociones del jabón artesanal

Correo Electrónico	
Redes Sociales	
Folletos	

Muchas Gracias

Nombre.....

Firma.....

1.2.1.4 Tabulación

1.- ¿Usted ha escuchado hablar sobre los jabones maleables para niños?

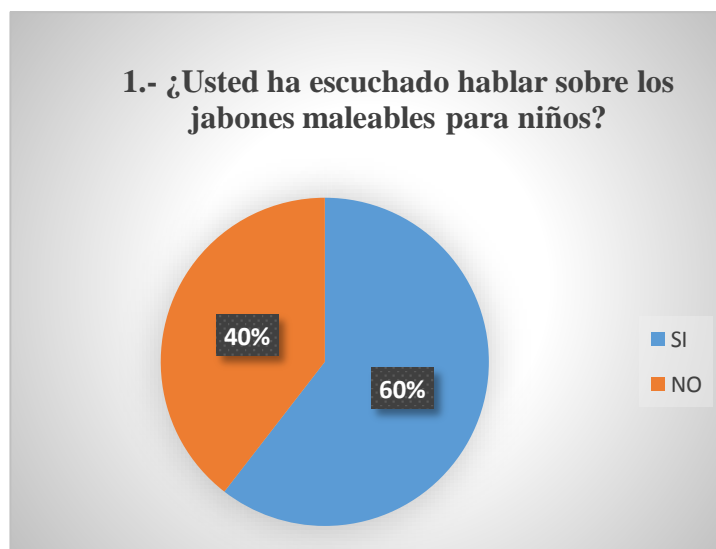
Tabla 5: Pregunta 1: Jabones Maleables para niños

Variable	Frecuencia	%
SI	228	60
NO	151	40
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 1: Pregunta 1: Jabones Maleables para niños



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se puede observar según la gráfica que el 60% de los padres de familia si conocen sobre los jabones maleables para los niños, mientras que el 40% no conocen sobre los jabones maleables, lo cual ayuda a irrumpir en el mercado como un producto innovador para los niños.

Interpretación:

De esta manera se observa que el producto no es desconocido para los consumidores potenciales.

2.- ¿Cuántas barras de jabón consume al mes para niño?

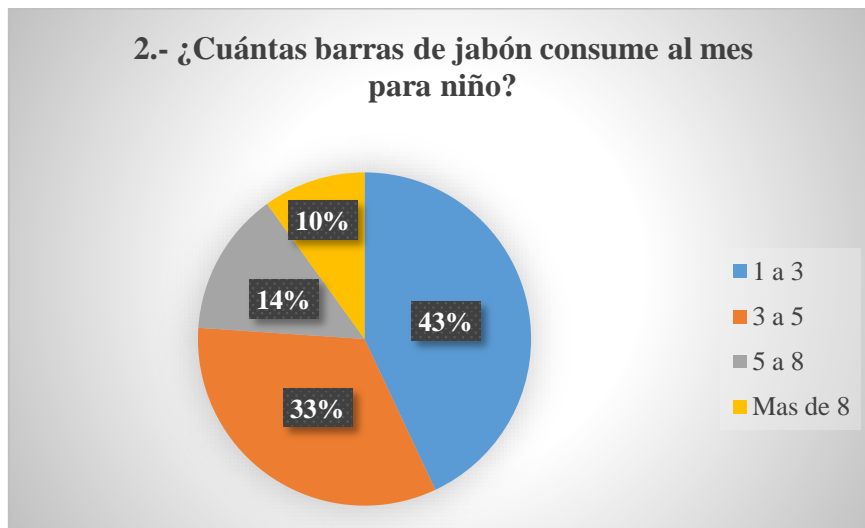
Tabla 6: Pregunta 2: Consumo de Jabones en barra

	Frecuencia	%
1 a 3	164	43
3 a 5	122	33
5 a 8	54	14
Más de 8	39	10
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 2: Pregunta 2: Consumo de Jabones en barra



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

El 43% de los encuestados responden que consumen de 1 a 3 jabones para niños mensuales mientras que el 33% responde que consume de 3 a jabones mensuales para niños mientras que el 14% consumen de 5 a 8 y tan solo el 10% consumen mas de 8 jabones.

Interpretación:

Con los datos obtenidos en la tabla anterior se observa que el producto tiene un alto índice de rotación lo que es bueno para el proyecto.

3.- ¿Qué características de jabón conoce para niños?

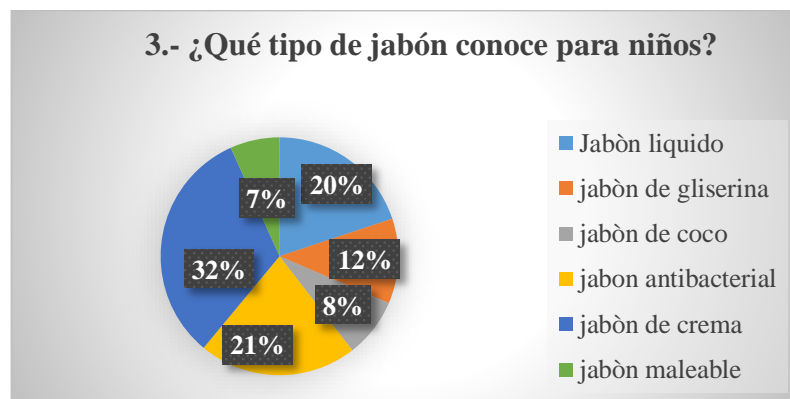
Tabla 7: Pregunta 3: Características de Jabones que conoce

	Frecuencia	%
Jabón líquido	80	20
jabón de glicerina	43	12
jabón de coco	30	8
jabón antibacterial	80	22
jabón de crema	121	32
jabón maleable	25	6
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 3: Pregunta 3: Tipos de Jabones que conoce



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se puede observar que los padres de familia utilizan en un 32% los jabones en crema para sus hijos consideran el 20% de los padres prefieren el jabón líquido, 21% antibacterial el 12% glicerina el 8% coco y el 7% maleable por lo cual se considera que al no ser un jabón conocido un porcentaje de los padres si lo aceptaría y de esta manera dar a conocer en el mercado dando una seguridad de higiene a los niños.

Interpretación:

Se puede observar que nuestro jabón es considerable para los niños ya que los padres buscan la comodidad de sus hijos.

4.- ¿Estaría dispuesto a cambiar su jabón actual por un jabón artesanal?

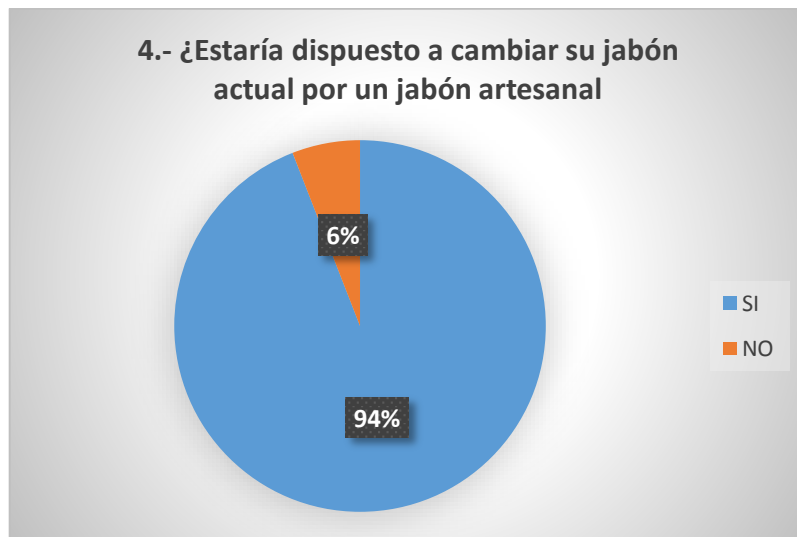
Tabla 8: Pregunta 4: Esta dispuesto a cambiarse de jabón

	Frecuencia	%
SI	355	94
NO	24	6
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 4: Pregunta 4: Esta dispuesto a cambiarse de jabón



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se puede observar que en la encuesta realizada los padres de familia que el 94% están dispuestos a cambiar su jabón actual por un jabón artesanal y el 4% no están dispuestos por lo cual el producto es aceptado en el mercado por los padres de familia.

Interpretación:

Observamos que nuestro jabón será aceptado por los padres de familia para el uso de sus hijos ya que les ayudara a tener una buena higiene y ayudara a su desarrollo motriz.

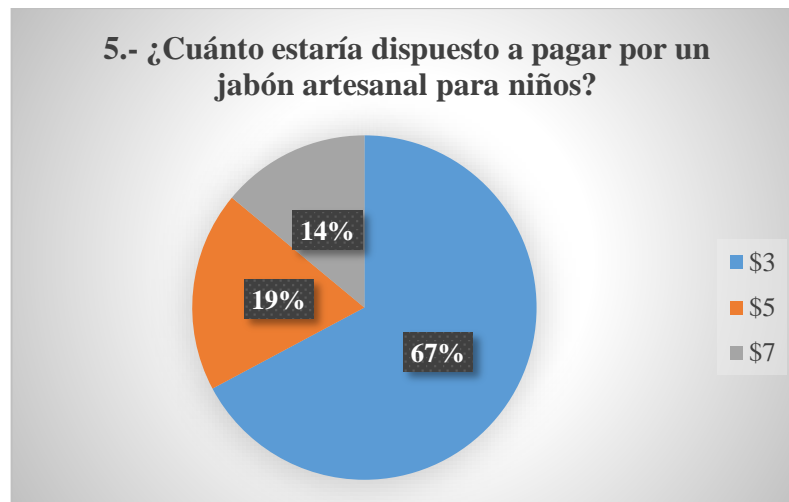
5.- ¿Cuánto pagaría actualmente por este producto?

Tabla 9: Pregunta 5: Disponibilidad de pago por un jabón artesanal

	Frecuencia	%
\$ 3	253	67
\$ 5	73	19
\$ 7	53	14
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 5: Pregunta 5: Disponibilidad de pago por un jabón artesanal



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

En la encuesta realizada a los padres de familia el 67% están dispuestos a pagar 3 dólares por un jabón artesanal para niños el 19% 5 dólares y el 14% 7 dólares por lo cual considero que nuestro jabón estaría en el rango de un valor considerable para los padres de la misma manera dándoles la seguridad de brindar un excelente producto a un precio accesible.

Interpretación:

Se puede observar que el valor accesible para los padres de familia es de tres dólares por lo cual nuestro jabón se encuentra en ese rango considerable.

6.- ¿En qué lugares le gustaría adquirir este producto para niños?

Tabla 10: Pregunta 6: Lugares de adquisición del producto

	Frecuencia	%
Supermercado	277	74
Tiendas Especializadas	47	12
Farmacia	33	8
Tienda Naturista	22	6
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 6: Pregunta 6: Lugares de adquisición del producto



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

En la encuesta realizada a los padres de familia el 74% le gustaría adquirir este producto en supermercados considerando que frecuenta constantemente para realizar sus compras, mientras que las tiendas naturistas, tiendas especializadas y farmacias no las frecuenta muy seguido por lo cual el porcentaje es menor.

Interpretación:

En la encuesta realiza podemos observar que los padres de familia prefieren adquirir que es un lugar que frecuentan constantemente.

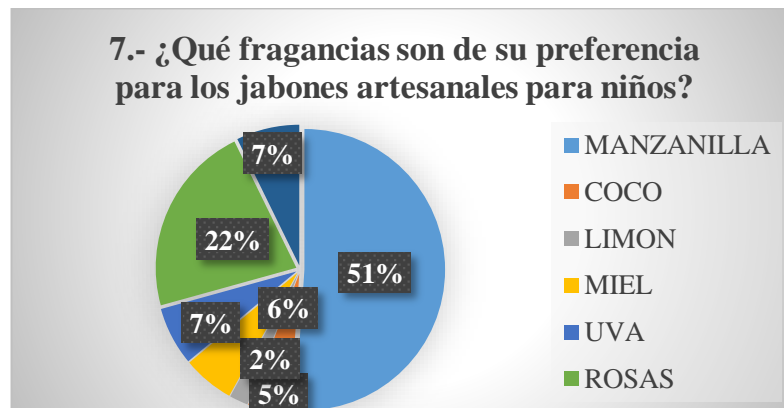
7.- ¿Qué fragancias son de su preferencia para los jabones artesanales para niños?

Tabla 11: Pregunta 7: Fragancias de preferencias para los jabones

	Frecuencia	%
Manzanilla	195	51
Coco	20	5
Limón	8	2
Miel	22	6
Uva	25	7
Rosas	86	22
Naranja	23	7
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 7: Pregunta 7: Fragancias de preferencias para los jabones



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

El 51% de los padres de familia el aroma a manzanilla, mientras que el 22% aroma a rosas dando a conocer que los otros aromas no son de un porcentaje aceptado por los padres de familia.

Interpretación:

Se puede observar que los padres de familia prefieren fragancias no tan fuertes para sus hijos

8.- ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir este producto?

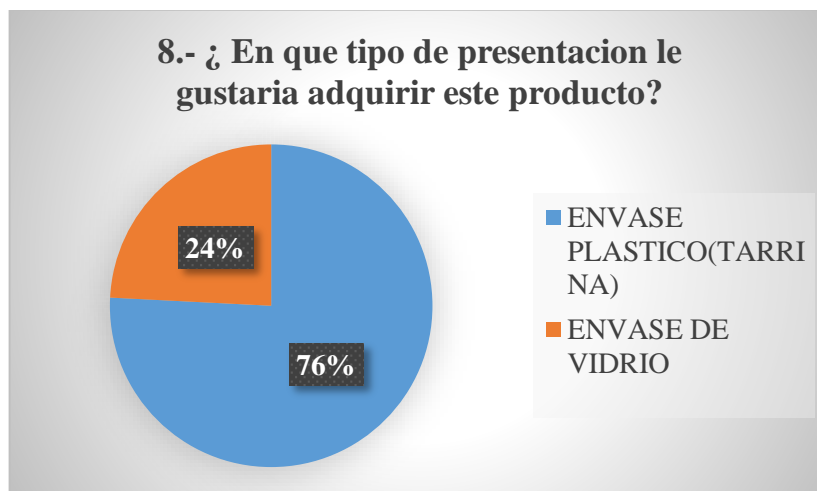
Tabla 12: Pregunta 8: Tipo de presentación del producto

	Frecuencia	%
ENVASE PLASTICO(TARRINA)	285	76
ENVASE DE VIDRIO	94	24
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 8: Pregunta 8: Tipo de presentación del producto



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se puede observar que el 76% de los padres de familia prefieren un envase plástico y el 24 % el envase en vidrio por lo cual consideramos que el envase plástico es factible para los niños y de esta manera no corren riesgo de romperlo ni de lastimarse y así va hacer más fácil su uso y con mayor seguridad para los niños.

Interpretación:

Podemos observar que los padres de familia prefieren embaces plásticos para mayor seguridad de sus hijos y comodidad de los mismos.

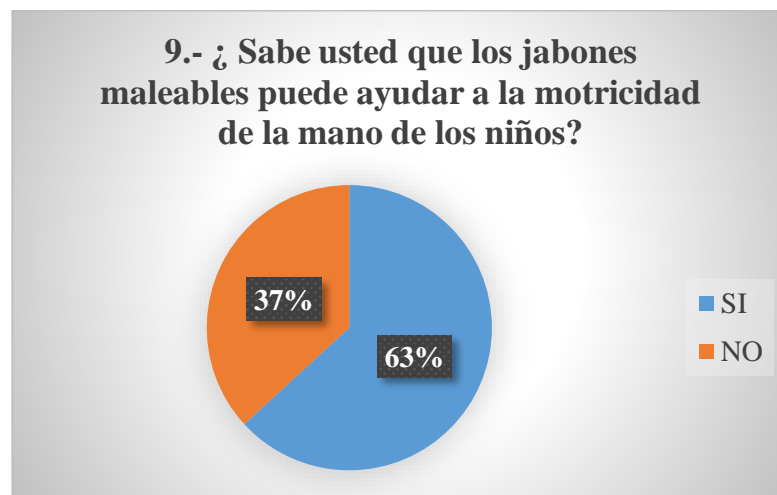
9.- ¿Sabe usted que el jabón maleable puede ayudar a la motricidad de la mano de los niños?

Tabla 13: Pregunta 9: Beneficios de los jabones maleables

	Frecuencia	%
SI	240	63
NO	139	37
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 9: Pregunta 9: Beneficios de los jabones maleables



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se observó la encuesta realizada a los padres el 60% no conocen de los jabones maleables para niños que ayudan a la motricidad mientras que el 37% si lo conocen lo que puede ser considerable para dar a conocer a todos los padres de familia dando una seguridad para el aseo de sus hijos.

Interpretación:

Se puede observar que los padres de familia consideran que el jabón maleable para niños si ayuda a la motricidad de los infantes por lo cual nuestro producto será aceptado en el mercado.

10.- ¿Qué cantidad le gustaría a usted adquirir de este producto para niños?

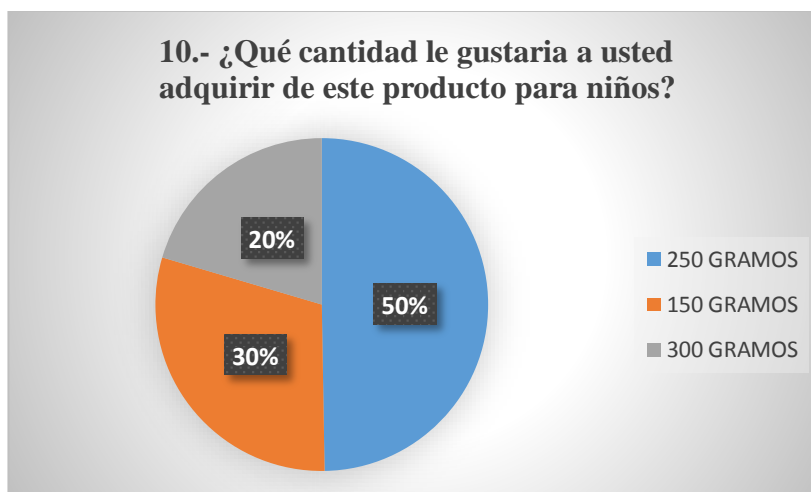
Tabla 14: Pregunta 10: Los gramos de producto que se ofrece

	Frecuencia	%
250 GRAMOS	190	50
150 GRAMOS	112	30
300 GRAMOS	77	20
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 10: Pregunta 10: Los gramos de producto que se ofrece



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se observó la encuesta realizada a los padres el 50% prefiere de 250 gramos mientras que el 30% considera 150 gramos y el 20% 300 gramos lo que quiere decir que la venta sería más por 250 gramos considerando que es lo que los padres de familia comprarían más.

Interpretación:

Se puede observar que los padres de familia prefieren utilizar los tarros de 250 gramos para sus hijos.

11.- ¿Le gustaría adquirir jabones elaborados artesanalmente?

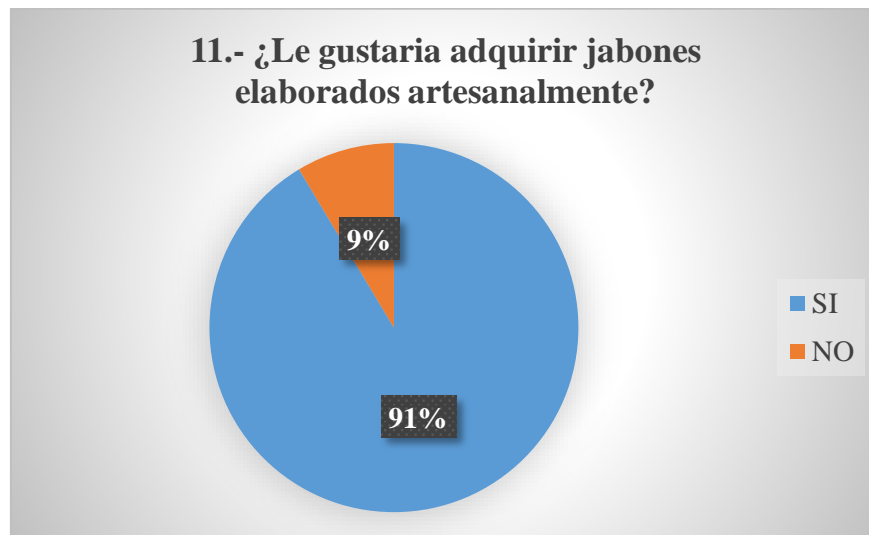
Tabla 15: Pregunta 11: Adquisición de jabones artesanales

	Frecuencia	%
SI	345	91
NO	34	9
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 11: Pregunta 11: Adquisición de jabones artesanales



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se puede observar que el 91% de los padres de familia están dispuestos a adquirir un producto artesanal para la higiene de sus hijos mientras que el 9% no están dispuestos lo que quiere decir que con el porcentaje obtenido por los padres el producto será adquirido en el mercado como un producto netamente artesanal brindando una gran higiene y seguridad a los niños.

Interpretación:

Se puede observar que nuestro producto es acogido en el mercado y por los padres de familia ya que es un producto netamente artesanal y sin químicos que dañen la salud de sus hijos.

12.- En qué medio de comunicación le gustaría recibir la información y promociones de jabón artesanal

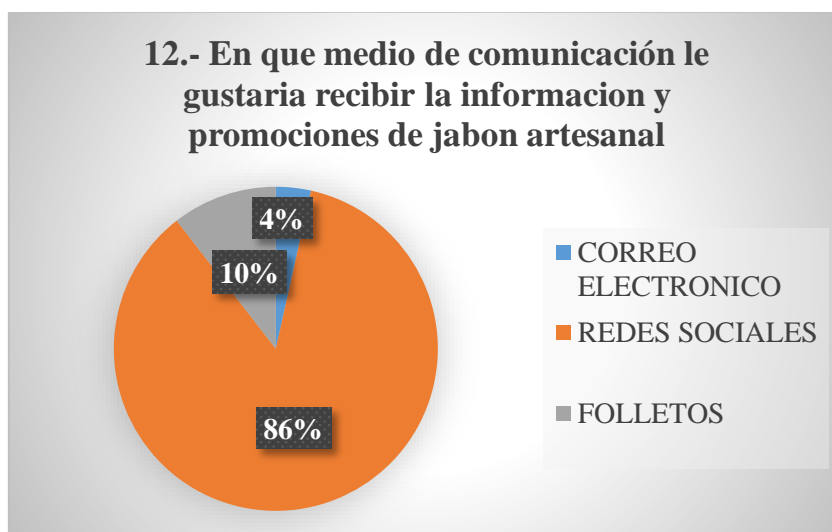
Tabla 16: Pregunta 12: Medios que recibirá la información de la empresa

	Frecuencia	%
CORREO ELECTRONICO	15	3
REDES SOCIALES	325	87
FOLLETOS	39	10
TOTAL	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 12: Pregunta 12: Medios que recibirá la información de la empresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

El 86% de los encuestados prefieren que nuestras publicidades se den a conocer por redes sociales mientras que el 4% por medio correo electrónico y el 10% que se dé a conocer por medio de folletos.

Interpretación:

Se puede llegar a la conclusión que los padres de familia predieren que demos a conocer nuestro producto por redes sociales.

1.2.2 Demanda Potencial

Tabla 17. Demanda potencial

Población Total	7866
Pregunta 11. SI 91%	7158
Pregunta 11. NO 9%	708
TOTAL	7866

Fuente: Banco Central

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 18. Consumo mensual.

POBLACIÓN	%	Frecuencia	Consumo mensual
7158	0,43	2	6156
7158	0,33	4	9449
7158	0,14	6	6013
7158	0,1	8	5726
TOTAL	1		27344

Fuente: Banco Central

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 19. Consumo anual en unidades.

Consumo mensual *12	Consumo anual
27344 *12	328,128
TOTAL	328,128

Fuente: Banco Central

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 20. Consumo en dinero.

Consumo unidades *\$3.00	Consumo en dinero
328,128* \$3.00	\$984.384,00
TOTAL	\$984.384,00

Fuente: Banco Central

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

La demanda del producto para el primer año es de 328,128 unidades de jabón maleable, esta se determinó mediante la pregunta clave (Pregunta 11), para obtener la demanda en dólares se multiplica las unidades por \$3.00 que es el valor del jabón; la demanda en dólares del primer año del proyecto es de \$984.384,00.

Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA
2017	\$ 984.384,00
2018	\$ 1.013.925,36
2019	\$ 1.044.353,26
2020	\$ 1.075.694,31
2021	\$ 1.107.975,89

1.3 ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE

1.3.1 Cinco fuerzas competitivas de Porter

- **Rivalidad entre empresas competidoras**

En el país existe varias empresas que realizan diferentes tipos de jabones artesanales tales como Anisa y Kuyana, la rivalidad es alta ya que el mercado tiene un crecimiento del 12% anual y eso hace atractivo para invertir en el mismo.

- **Ingreso potencial de nuevos competidores**

MOLEJAB es una nueva empresa que cuenta con una alta variedad de competidores ya que de esta manera cuenta con una alta variedad de productos dentro del mercado.

Amenaza de productos sustitutos

Los jabones artesanales cuentan con una alta variedad de productos sustitutos, como el gel antibacteriales y las toallas húmedas, la ventaja con la que cuenta MOLEJAB es que brinda valor agregado ayudando a la motricidad sin resecar la piel, y sin ser toxico para niños ya que es un producto netamente natural.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que existen varias empresas que podrían proporcionar la materia prima para la fabricación de los jabones y de esta manera no existiría dependencia directa con ninguna empresa además de que cualquier proveedor se beneficiaría de la compra específica de este producto.

- **Poder de negociación de los consumidores**

Los clientes potenciales de la empresa son compradores que buscan que el jabón artesanal sea una experiencia diferente en el aseo; por esta razón está dirigido a un grupo específico de personas que están dispuestas a pagar un costo considerable por el mismo, con la finalidad de probar jabones diferentes satisfaciendo sus necesidades y las de su familia.

Tabla 21: Matriz EFI

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
Innovación constante en el producto (varias presentaciones)	0.05	4	0.20
Producto no desconocido para el consumidor	0.05	4	0.20
Cumplir con los parámetros de producción	0.20	4	0.80
Materia prima de calidad.	0.15	4	0.60
Producto netamente artesanal.	0.15	3	0.60
DEBILIDADES			
Alta inversión en marketing	0.15	2	0.20
Costos elevados de la materia prima.	0.10	1	0.20
Falta de recursos financieros.	0.15	2	0.20
TOTAL	1.00		3.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

En total una ponderación es mayor a 3,00 lo que indica que la empresa tiene una buena posición dando a conocer más fortalezas que debilidades lo que ayudará a la empresa salir adelante en el mercado.

Tabla 22: Matriz EFE

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Empresa legalmente constituida.	0.20	4	0.60
Variedad de productos de materia prima.	0.15	3	0.60
Un producto innovador	0.15	3	0.45
AMENAZAS			
El aumento de productos artesanales.	0.15	4	0.40
Competencia ya posicionada en el mercado.	0.10	3	0.45
Aumento en las ventas de los productos sustitutos.	0.15	3	0.45
Poder de negociación de los clientes.	0.10	1	0.10
TOTAL	1.00		3.05

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

El total de la ponderación es mayor al promedio de la misma que es 3,05 lo que nos indica que la empresa está aprovechando las oportunidades dentro del mercado y de esta manera poder dar a conocer nuestro producto a nuestros consumidores.

1.3.2 Matriz MPC (Matriz del Perfil Comparativo)

Esta matriz ayuda a contar con un mejor conocimiento de la empresa MOLEJAB frente a su competencia de esta manera conocer los factores que nos ayudaran a saber cuál de las empresas está totalmente posicionadas en el mercado.

En esta matriz se calificará con 1 para la debilidad menor; 2 mayor debilidad 3 para la que tenga menor fuerza; y 4 para la que tenga mayor fuerza. El peso de la empresa a comparar debe tener Sumado 1.

El peso debe ser multiplicado por cada calificación asignada a cada empresa.

Tabla 23: Matriz MPC

Factores críticos para el éxito	MOLEJAB			ANISA		KAYUNA	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Aceptación en el mercado	0,20	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Competencia al momento de fijar los precios o variación de los mismo	0,20	2	0,40	3	0,60	1	0,20
Calidad del producto	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Financiamiento para la creación del producto.	0,25	1	0,25	3	0,75	2	0,50
Posicionamiento y lealtad de la marca frente al consumidor.	0,15	1	0,25	3	0,45	1	0,15
Total	1		2,30		3		1,85

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Se puede conocer en esta matriz comparativa que la empresa que no tiene una buena participación dentro del mercado es KAYUNA, ya que no es muy conocida por los consumidores a diferencia de ANISA que es reconocida por los consumidores y aceptan el producto de una manera muy efectiva ya que sus precios y su producto es de buena calidad. De esta forma notar que MOLEJAB tendrá una fuerte competencia tanto en precios y calidad con las otras empresas.

Tabla 24: Departamento De Producción

ESTRATEGIA	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
	Programas	Acciones inmediatas	Recursos necesarios	Plazo	Responsable
Contar con una producción factible para la elaboración del producto.	Capacitación a los empleados de producción sobre la utilización del nuevo equipo.	Determinar el número de empleados a capacitar. Determinar el número de equipos a ser utilizados.	Recursos tecnológico humano financiero	Del 1 de junio al 1 agosto del 2018	Jefe de producción

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.3.3 Proyección de la oferta.

Tabla 25: Proyección De La Oferta

PRODUCCION ECUADOR	PRODUCCION PICHINCHA	SECTOR CUMBAYA	TOTAL DOLARES
70.200.000	35%	1%	2,457,000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 26: Proyección de la oferta por años

AÑO	OFERTA PROYECTADA DOLARES
2017	245.700
2018	\$ 253.073,46
2019	\$ 260.668,19
2020	\$ 268.490,84
2021	\$ 276.548,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.4 Demanda Potencial Insatisfecha.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI /AÑO	DPI/ DIA
2017	\$ 984.384,00	245.700	\$ 738.684,00	\$ 2.023,79
2018	\$ 1.013.925,36	\$ 253.073,46	\$ 760.851,91	\$ 2.084,53
2019	\$ 1.044.353,26	\$ 260.668,19	\$ 783.685,07	\$ 2.147,08
2020	\$ 1.075.694,31	\$ 268.490,84	\$ 807.203,46	\$ 2.211,52
2021	\$ 1.107.975,89	\$ 276.548,25	\$ 831.427,64	\$ 2.277,88

Tabla N.- 1 Demanda potencial Insatisfecha.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Mediante el estudio de mercado se logró determinar que existe demanda insatisfecha y la empresa abarcará 16% de dicha demanda insatisfecha ya que si la 738,000 es el 100% cuanto sería 120,000 se procede a ser la fórmula de $120,000 * 100\% / 738,000$.

1.5 CANALES DE COMUNICACIÓN

La empresa MOLEJAB se destacará por las diferentes promociones que se ofrecerá constantemente para clientes más comunes en la compra del producto.

Las promociones que se ofrecerá serán:

Por la compra de un frasco de 250 gramos se llevará un frasco de 150gramos gratis.

- **Objetivo**

Brindar la información necesaria del producto al consumidor y de los beneficios del mismo.

- **Target**

El mercado objetivo al cual está dirigido el producto MOLEJAB jabón maleable son padres de familia con niños y niñas entre las edades de 1 a 10 años.

MOLEJAB saldrá a la venta como una alternativa de jabón 100% natural y de buena calidad para el consumo de los niños y niñas, para la ayuda de la motricidad de las manos.

- **Estrategia**

Realizar diferentes tipos de promociones para los futuros clientes con el fin de que conozcan el producto.

Crear una publicidad llamativa con el fin de captar la atención de los clientes para hacerse conocer en el mercado.

- **Canales**

Se utilizará dos canales de distribución al por mayor que será distribuido en bodegas y supermercados o al por menor que será distribuido en tiendas, hogares o personalizados donde se pueda ofertar el producto o darse a conocer con precios accesibles para su adquisición.

FORMATO DE LA HOJA VOLANTE



Imagen 2: Hoja volante de la promoción de MALEJAB
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

CORREO ELECTRONICO

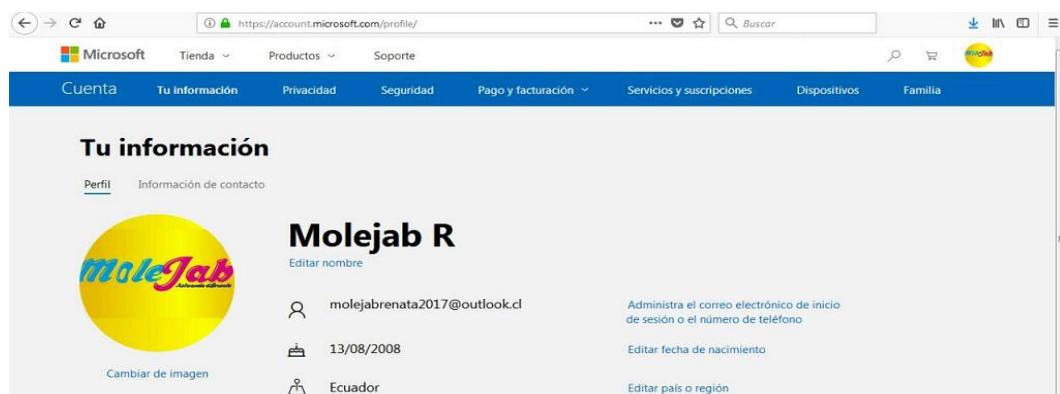


Imagen 3: Correo Electrónico MALEJAB
Fuente: FACEBOOK MALEJAB
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

REDES SOCIALES



Imagen 4: Página Facebook MALEJAB

Fuente: FACEBOOK MALEJAB

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas



Imagen 5: Página Instagram MALEJAB

Fuente: FACEBOOK MALEJAB

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

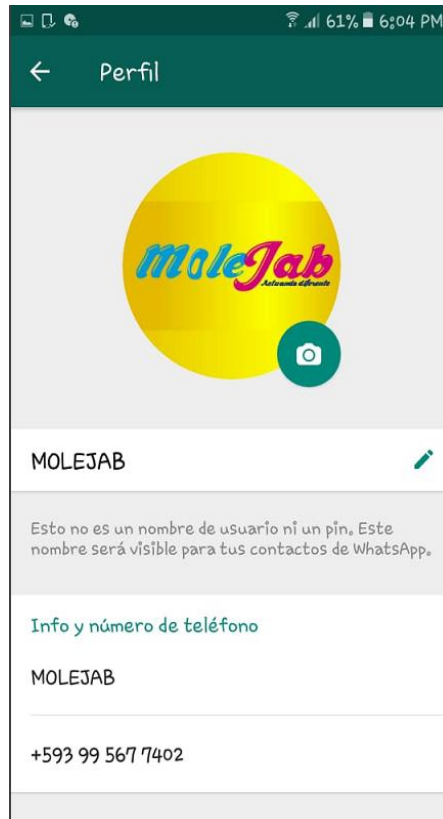


Imagen 6: Whatsapp MALEJAB

Fuente: WHATSAPP MALEJAB

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

MOLEJAB tendrá promociones de lanzamiento para darse a conocer en el mercado. La promoción que se ofrecerá será por la compra de tres tarros de 250 gramos el cliente se llevará un tarro de 150 gramos totalmente gratis. Se contará con 35 frascos de 150 gramos para los clientes que lleven la promoción, lo cual éste gasto lo asume la empresa con el valor de \$157,50.

Si llegara haber una mayor demanda de clientes se tomará en cuenta el aumento de promociones para los clientes más frecuentes que no pudieron adquirir las promociones, teniendo en cuenta el % de inversión.

La publicidad consistirá en 800 hojas volantes impresas que tienen un costo de 35 dólares esto se lo realizara cada dos meses para dar a conocer las promociones y descuentos con los que contara la empresa al igual que en las redes sociales.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL	FECHA	RESPONSABLE
Hojas Volantes (10x15)	800	35,00	09/08/2017	Jefe de Marketing
Facebook	1 página	0,00	10/08/2017	Diseñador
Twitter	1 página	0,00	10/08/2017	Diseñador
Instagram	1 página	0,00	10/08/2017	Diseñador
Producto promoción (de 150 gramo 3,50c/u)	35 frascos de 150 gramos	122,50	01/11/2017 hasta agotar stock	Jefe de Marketing
TOTAL		157,50		

Tabla 27: Propuesta de marketing

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

Gráfica 13: Diagrama de la distribución



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

El seguimiento que MOLEJAB dará a sus clientes será mediante ficha que tengan datos personales de esta manera saber cuáles son nuestros clientes frecuentes para la adquisición de nuestro producto.

Mandar correos electrónicos con las ofertas y promociones que la empresa brindará para motivar a clientes y que se sientan a gusto con el producto y servicio que se les ofrece de todos consumidores mayoristas y minoristas.

Valoraciones de satisfacción a través de redes sociales con comentarios y puntuaciones que promocionan los clientes.

1.8 MERCADOS ALTERNATIVOS

En caso de que MOLEJAB no cumpla con las expectativas de cliente a conocer a consumidores un nuevo modelo del jabón maleable en varias figuras con el objetivo de llamar la atención de cliente. Buscando la preferencia y satisfacción de los infantes en cuestión de figura colores y olores.

El mercado alternativo con el que MOLEJAB contara es dar a conocer a los prequinder, jardines y escuelas de nuestro producto y de esta manera que puedan ser clientes y adquirir el producto que ayuda al cuidado de la higiene y de la misma manera a la motricidad de los niños.

CAPITULO II

AREA DE PRODUCCION (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente` (Pérez, 2010)

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

1. Pedido de materia prima.

Este proceso es fundamental ya que de la buena selección de la materia prima dependerá la calidad del producto. Se genera una orden de compra de shampoo de 500 litros, 10 litros de aromatizante líquido y 10 litros de colorante líquido este pedido se lo realiza semanalmente, este pedido se lo realiza a Disproquin. Este pedido es para la elaboración de 2000 empaques de Jabón Maleable de 250 gramos.

2. Recepción de la materia prima.

Se recibe la materia prima la cual pasa al cuarto de almacenaje, se la somete a un proceso de control de calidad y se la almacena en bodega. Este proceso demora 30 minutos

3. Pesaje de materia prima.

Se procede a pesar la materia prima para comenzar con el proceso de producción, para la producción de 100 jabones diarios es necesario: 25 litros de shampoo, 500 gramo de fragancia liquida, 500 gramos de colorante y 12.500 gramos de maicena. Este proceso demora 90 minutos.

4. Mezcla de la materia prima.

Se procede a colocar la materia prima previamente pesada en una olla de acero inoxidable, con un cucharón se menea la mezcla hasta lograr la consistencia deseada.

Este proceso demora 90 minutos, se añade de la siguiente manera: shampoo, fragancia, colorante y maicena.

5. Reposo del jabón maleable.

Se deja reposar por 45 minutos para que la mezcla adquiera la elasticidad deseada.

6. Control de calidad.

El inspector de calidad procede a revisar el aroma, color y flexibilidad, este proceso dura 20 minutos

7. Empacado.

Se procede a pesar el jabón en porciones de 250 gramos manualmente, se lo empaca en frascos transparente. Este proceso toma 160 minutos.

8. Almacenaje.

Una vez el producto empacado se lo almacena en la bodega de materia prima terminada. Este proceso toma 30 minutos.

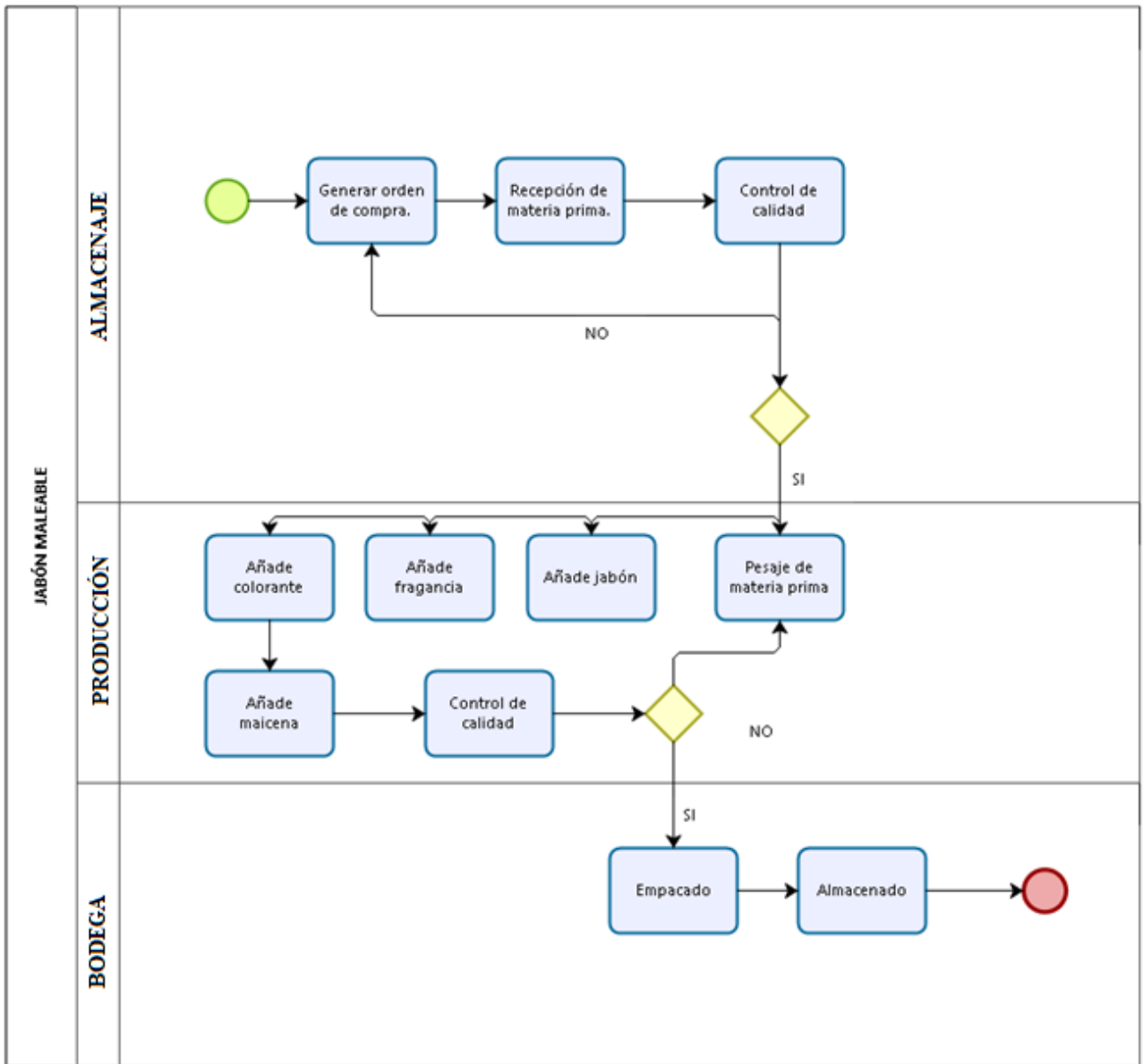


Imagen 7: Flujograma del proceso de producción de MALEJAB

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

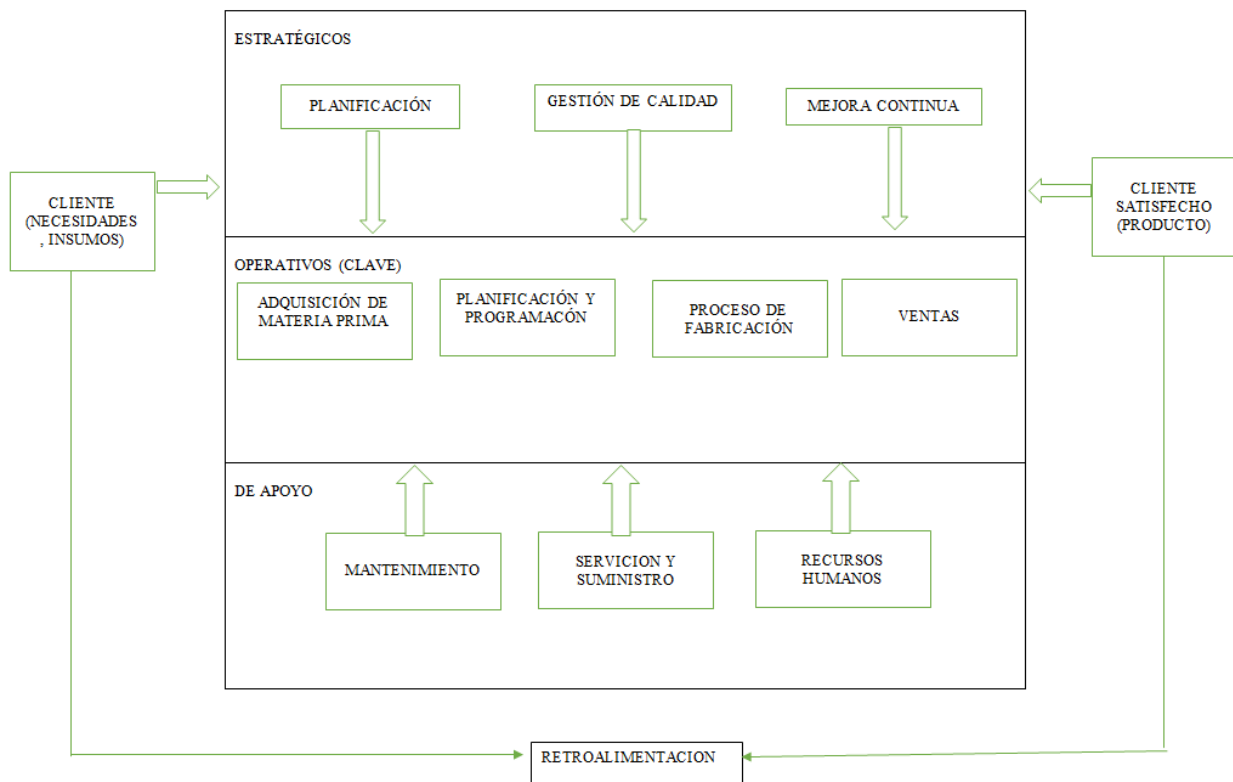


Imagen 8: Mapa de Procesos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

a) Instalaciones.

El proyecto empieza sus actividades con un espacio físico de 240 metros cuadrados, el que proporciona el espacio suficiente para dar inicio a las actividades de la empresa.

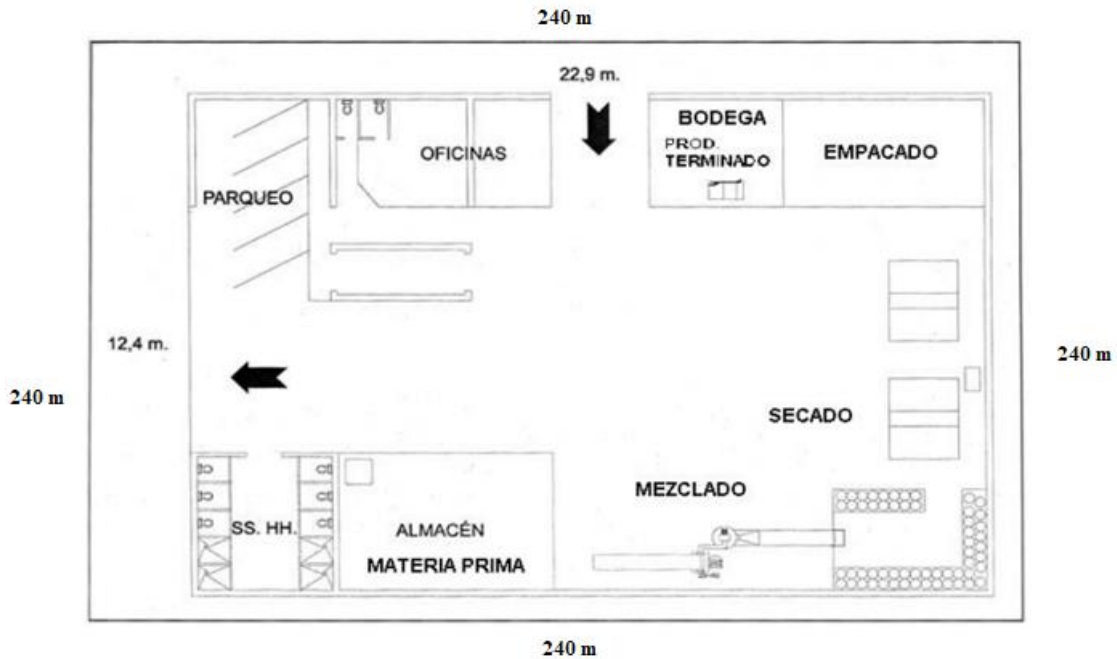


Imagen 9: Planos empresa MALEJAB

Fuente: FACEBOOK MALEJAB

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

b) Equipos.

Para dar inicio a las actividades del proyecto es necesario contar con varios utensilios los cuales deben ser resistentes a la corrosión y oxidación. A continuación, se detalla los utensilios necesarios para comenzar con las actividades.

Tabla 28: Balanza

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO
Pesar la materia prima	Balanza.	60 minutos	\$150.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 29: Mezcladora.

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO
Mezclar la materia prima	Mezcladora	90 minutos	\$7.500.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 30: Recipiente para reposo.

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO
Mezclar la materia prima	Recipiente.	45 minutos	\$350.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 31: Selladora.

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO
Sella las fundas en la que va el producto.	Selladora.	160 minutos	\$840.00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

c) Personal.

El número de personas requeridas para dar inicio con las actividades de la empresa se detallan brevemente en la siguiente tabla:

Tabla 32: Detalle del personal

Detalle del Personal	Número
Mano de Obra Directa	
Operario	1
TOTAL	2
Gasto Administrativo	
Gerente	1
TOTAL	1
Gasto de Ventas	
Repartidor	
Vendedor	1
TOTAL	
TOTAL	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 33: Tiempos de proceso de producción jabón maleable.

Actividad	Tiempo	N. Personas	Horas hombre
Recepción de materia prima	30 min	2	30´
Pesaje de materia prima	90 min	2	90´
Mezcla de materia prima	90 min	2	90´
Reposo de jabón maleable	45 min	2	45´
Control de calidad	20 min	2	20´
Empacado	160 min	2	160´
Almacenado	30min	2	30´
Tiempo promedio			7,75=7h45´

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

En la tabla anterior se puede observar el tiempo promedio de producción que tiene la elaboración de 100 frascos de jabón maleable de 250 gramos. Con una producción semanal de 500 y mensual de 2000.

2.1.3 Tecnología a aplicar.

Se aplica el sistema SAFY, para realizar facturación, inventario, cobranza, con el objetivo de que toda la empresa se encuentre conectada. Para los vendedores se adquiere sistemas operativos PALM.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción.

Por medio de la información obtenida anteriormente en lo que concierne al tiempo normal es de 7h45´ con una producción diaria de 100 frascos de jabón maleable de 250

gramos, concluyendo que el ritmo de producción es de 13 unidades de jabón maleable por hora.

Tabla 34: Ritmo de producción

ACTIVIDAD	Nº DE PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Producción	2	7.45h	7.30 h	13/h

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Teniendo en consideración los 22 días laborables promedio mensuales, con la producción de 100 unidades de jabón maleable de 250 gramos diarios, tiene la producción mensual de 2000 unidades de jabón maleable de 250 gramos.

El ritmo de producción es alto ya que se trabajan 7h45´.

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

Para dar inicio a las actividades económicas de la empresa la producción inicial es de 2000 unidades de jabón maleable mensuales, lo que es equivalente a 100 unidades diarias. Estimando que la venta del producto es de todas las unidades se maneja un inventario de 2000 unidades de jabón maleable de 250 gramos mensuales.

2.2.3 Número de trabajadores.

En la siguiente tabla se detalla el número de trabajadores con los que se dará inicio a las actividades de la empresa.

Tabla 35: Número de trabajadores

CANT.	CARGO	ACTIVIDADES	TIEMPO	SITUACIÓN LABORAL
1	Gerente	Planifica, organiza, dirige y controla las operaciones de la empresa, se encarga de generar publicidad, genera alianzas estratégicas y direccionar al talento humano.	8 horas	Fijo de planta/ Movimiento entre áreas
1	Auxiliar	Recibe los pedidos, genera las compras de materia prima, genera información de la empresa y se encarga de todos los trámites tributarios.	4 horas	Contrato por horas
1	Operarios	Recibe, pesa y almacena la materia prima, se encarga de todo el proceso productivo.	8 horas	Fijo de planta
1	Vendedor	Encargado de dar a conocer el producto y venderlo.	8 horas	Fijo de planta
1	Repartidor	Distribuye y entrega el producto en los puntos de ventas.	4 horas	Contrato por horas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Se refiere a él volumen máximo de producción que MOLEJAB llegara a tener en un plazo de 5 años.

2.3.1 Capacidad de producción futura.

Se considera un crecimiento en la producción del 1.12% anual, teniendo en cuenta que la producción inicial de la empresa es de 26.400 unidades de jabón maleable. En la siguiente tabla se indica la producción proyectada a 5 años.

Tabla 36: Capacidad de producción futura

AÑOS	PRODUCCIÓN
2017	26.400
2018	26695,68
2019	26994,67
2020	27297,01
2021	27602,74

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se toma en cuenta la inflación del 1.12% para proyectar la producción a 5 años, siendo así que para el primer año la producción es de 26.400, mientras que para el quinto año es de 27.602,74 unidades de jabón maleable.

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

La materia prima que es necesaria para la elaboración del producto, es:

- Shampo
- Maicena
- Colorante vegetal
- Fragancia natural

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de Control de Calidad.

MOLEJAB tendrá todos sus procesos colocados en un manual de procesos los cuales ayudará de mejor manera al personal encargado de cada área o proceso, estos a su vez recibirán capacitaciones continuas sobre el cuidado y manejo de las maquinas, el tipo de implementos que deben utilizar y la higiene de los mismos.

La supervisión de cada proceso será cada mes para saber el tipo de evolución que tenga cada máquina y cada trabajador con eso se podrá mejorar en caso de que exista algún problema.

El control del producto se lo hará diario ya que, al ser un producto de higiene para los niños, necesita un control riguroso para evitar que los consumidores sufran de algún tipo de enfermedad o alergia del mismo. El consumidor es el más importante de la empresa ya que esquién decide si adquiere o no este producto.

MOLEJAB contara con:

- La revisión constante de la materia prima ya que es indispensable para la realización de los jabones maleables para niños.
- La revisión de los implementos de protección que deben utilizar cada empleado, ya que es fundamental para evitar contaminación en el producto.
- La utilización de la cantidad de materia prima necesaria para la elaboración del jabón maleable para niños, con esto se evitará el desperdicio en material y de recursos económicos.
- Evaluación diaria de la consistencia, color, y aroma del jabón maleable para niños, ya que este producto será utilizado para la higiene de los pequeños del hogar por lo cual no debe contener ningún químico que afecte a la salud de los mismos.
- La verificación del envasado y sellado del producto.

Se contará con una hoja de control para registrar la información necesaria de nuestro producto.

Tabla 37: Hoja de Control

FECHA	NOMBRE DEL PRODUCTO	HORA	DESCRIPCION	OBSERVACION
ENCARGADO				
FIRMA				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

La implementación de la TEORÍA DE LOS 6 CEROS (Japón), la cual abarca toda la organización.

Los 6 ceros son los siguientes:

- Cero accidentes (seguridad)
- Cero averías (mantenimiento de la maquinaria)
- Cero demoras (tiempos muertos)
- Cero defectos (calidad en los procesos y producto)
- Cero existencias (inventario necesario para abastecer los meses requeridos)
- Cero papel (burocracia)

Con estos seis ceros se puede mejorar en todo ámbito de la producción desde la seguridad de los empleados hasta la calidad de los procesos y el producto.

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

MOLEJAB contará con un equipo especializado en seguridad e higiene en el trabajo, el cual tendrá como función coordinar la seguridad y salud de todo el personal, previniendo el riesgo en el trabajo y en cada proceso de la producción, cumpliendo con lo que señale las leyes y reglamentos de la empresa.

Normas de salud. (M.Trabajo, 2017)

- Exámenes pre-ocupacionales.
- Exámenes periódicos.
- Exámenes pos ocupacionales.

Normas eléctricas. (M.Trabajo, 2017)

- Bloqueo y etiquetado de la maquinaria cuando se haga mantenimiento eléctrico.
- Botón de emergencia que sirve para parar la maquinaria en caso de accidente.
- Debido mantenimiento del cableado y de la maquinaria.
- Mantenimiento predictivo de la maquinaria.
- Poner candados de electricidad.
- Avisos que se va a trabajar eléctricamente.
- Equipo de protección adecuada.
- Personal adecuado que supervise el trabajo eléctrico

Normas de seguridad (M.Trabajo, 2017)

- Inspección de implementos de seguridad, maquinas en buen estado para evitar accidentes e incidentes.
- Reportar accidentes de riesgo de trabajo.
- Realizar un reglamento interno de seguridad y salud ocupacional para tener normado en cuanto a obligaciones y derechos del empleador y trabajador.
- Capacitaciones de diferentes temas de seguridad ocupacional.
- Correcto EPP

- Inducción al trabajador nuevo de las actividades a realizar
- Permisos de trabajo.
- Capacitaciones sobre la manipulación de la maquinaria, instrumentos o equipos de seguridad y en caso de accidentes como reaccionar. En caso de algún movimiento telúrico, explosión volcánica o mal tiempo.
- Brigada entre los trabajadores del área de producción y del resto de áreas en caso de accidentes, incendios o algún tipo de eventualidades.

El tipo de equipo que deberá utilizar cada trabajador (uniforme) (M.Trabajo, 2017)

- Mandil
- Botas de caucho
- Mascarillas
- Guantes
- Linchas o gorros de cocina.
- Orejeras

Normas de Seguridad Industrial (M.Trabajo, 2017)

- Contar con una matriz de riesgo para identificar los peligros y riesgos que se puede tener en la elaboración de aceite de coco.
- Una vez realizada la matriz de riesgo se les capacita según el riesgo y se les entrega el equipo necesario a los trabajadores o se toma medidas de seguridad en la maquinaria.
- Tener equipo de protección a los empleados de acuerdo a su actividad en cada puesto de trabajo.
- Afiliar a todos los trabajadores al IESS desde el primer día de trabajo.

Normas de seguridad de higiene (M.Trabajo, 2017)

- Medición de ruido, vibración y de iluminación para que los trabajadores no tengan accidentes ni enfermedades profesionales.
- Mantener el lugar de trabajo limpio para que no generen daños a la salud de los trabajadores.

- Mantener una buena ergonomía en cada área de la empresa, para que los trabajadores laboren correctamente.

Normas de ambiente (M.Trabajo, 2017).

- Hacer campañas de reciclaje de plásticos y papeles.
- No gastar tanto papel, trabajar enviando mail de las ofertas y promociones.
- Hacer campaña de ahorro de agua y luz.
- Orden y aseo en los puestos de trabajo.)

Normas de registro sanitario (Salud, 2017).

- Evaluación farmacéutica
- Evaluación legal de ministerio de salud publica
- Revisión de no adquirir químicos tóxicos para los niños (*Ministerio de Salud Pública*)

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa

Al hablar de la visión hace relación a la imagen de la empresa a largo plazo, es decir es la imagen de que los socios quieren que esta sea en un futuro.

Posicionar la marca de MOLEJAB en el mercado nacional hasta el 2022 ofreciendo un producto de calidad y de esta manera satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

3.1.2 Misión de la Empresa

La misión permite conocer a que clientes sirve, que necesidad cubre o satisface y que tipo de servicios o productos ofrece

Ser creadora de jabones netamente ecuatorianos maleables para niños, que no contengan químicos dañinos para la salud, proporcionar un producto de buena calidad lo cual proporcione seguridad a nuestros clientes.

3.1.3 Análisis FODA

Tabla 38: FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Innovación constante en los productos.• El producto no es desconocido para los consumidores.• Cumplir con los parámetros de producción.• Materia prima de calidad.• Producto netamente artesanal.	<ul style="list-style-type: none">• Alta inversión en marketing.• Costos elevados de materia prima.• Falta de recursos financieros.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Varios proveedores• Variedad de producto de materia prima.• Un producto innovador.	<ul style="list-style-type: none">• Aumento de productos artesanales.• Competencia ya posicionada en el mercado.• Aumento en las ventas de los productos sustitutos.• Poder de negociación del cliente.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

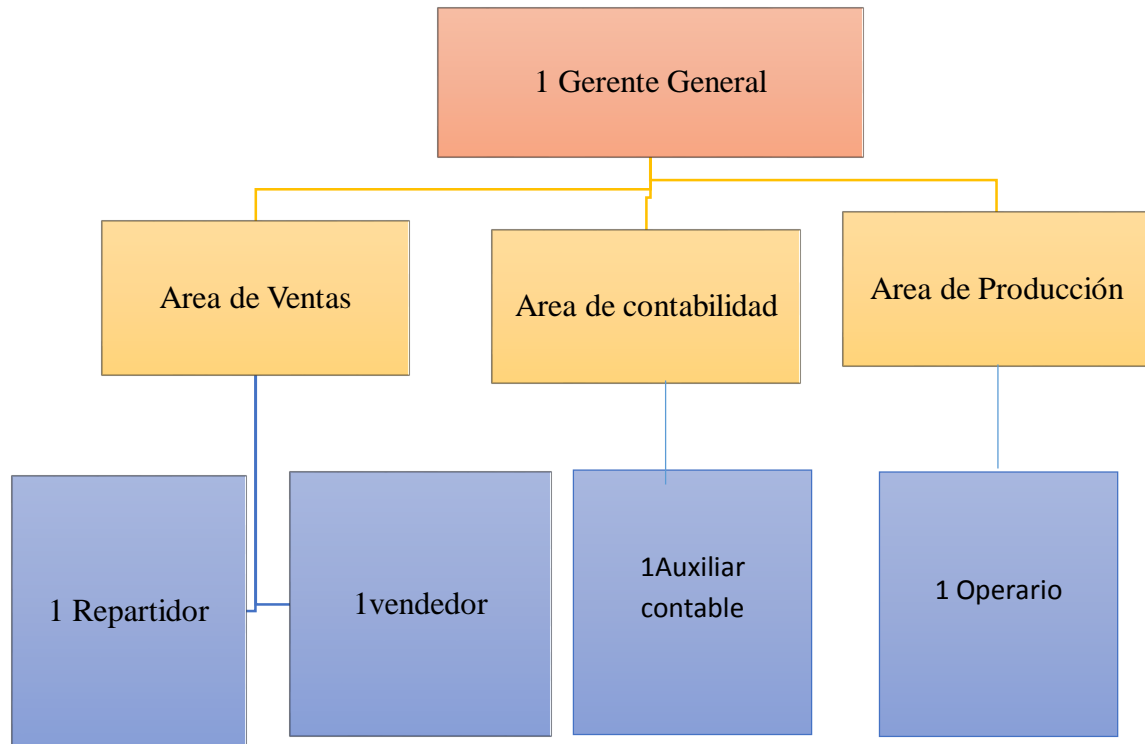


Imagen 10: Organigrama Estructural MALEJAB

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

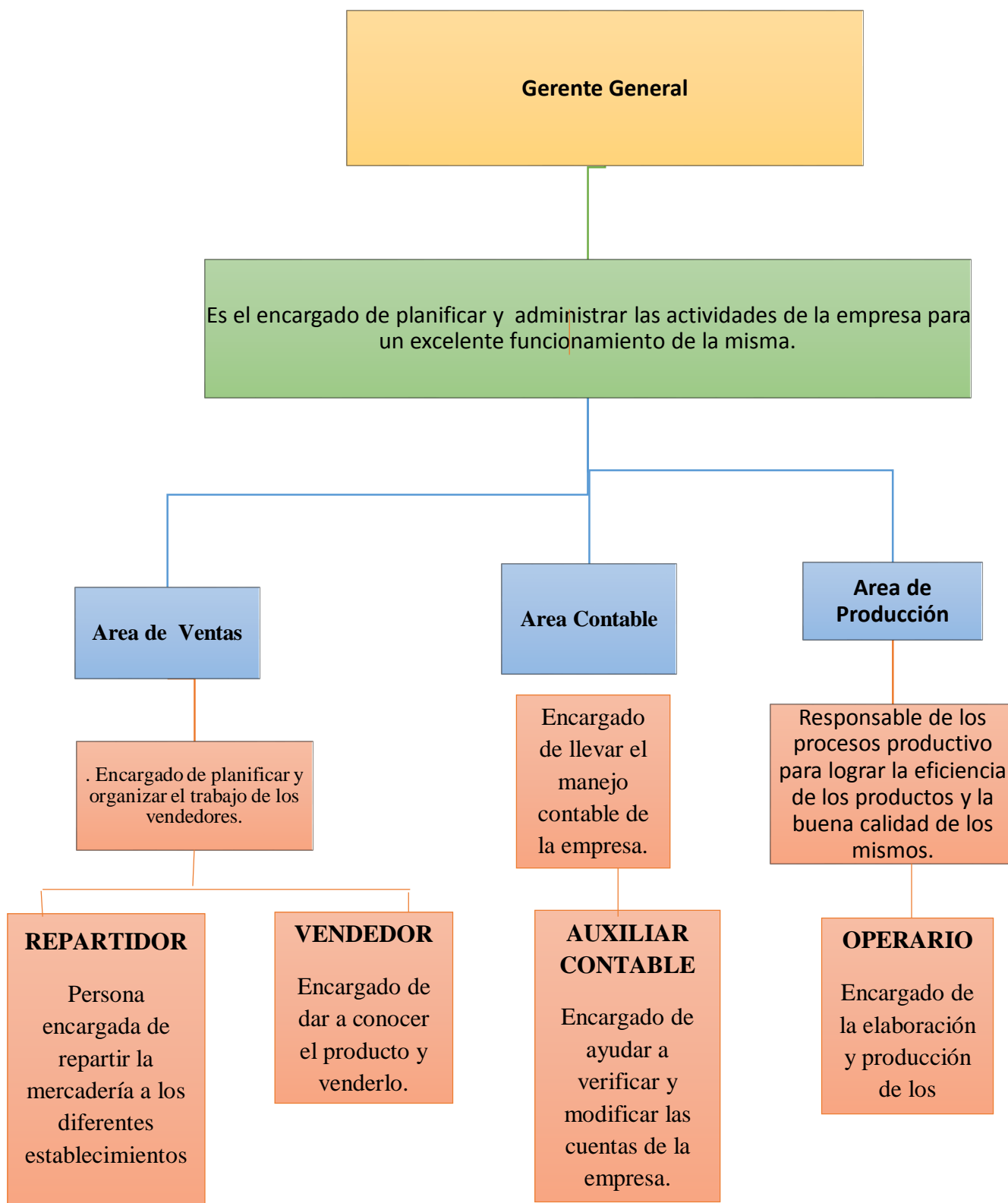


Imagen 11: Organigrama Funcional MALEJAB

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

3.2.2 Descripción de cargos del organigrama

Tabla 39: Descripción de Cargo del Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	Área de Recursos Humanos, Área Marketing y Ventas, Área de Producción
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
El Administrador está Encargado de planificar y administrar las actividades de la empresa, También está encargado de llevar la contabilidad de la misma.	
III. FUNCIONES	
Se encargara de la Administración de toda la empresa MOLEJAB.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas y Negocio
EXPERIENCIA	5 años en el área de Gerencia de la Empresa
HABILIDADES	Toma de decisiones, expresión oral de manera clara y precisa, seguridad al momento de dar las
FORMACION	Administración de Empresas y Negocios

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 40: Descripción de cargo de vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Vendedor
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Persona encargada de informar las características del producto y servicio al cliente.	
III FUNCIONES	
Persona encargada de brindar la información de forma directa al cliente. Cumplir con los objetivos de venta, satisfacer las necesidades del cliente.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Administración de empresas o afines.
EXPERIENCIA	3 años en el área de Venta
HABILIDADES	Toma de decisiones
FORMACION	Tecnólogo, tercer nivel

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 41: Descripción de cargo Operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Operario
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ayudante Operario
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Persona encargada de realizar el proceso de producción, cuidando los estándares de calidad para satisfacción del cliente.	
III FUNCIONES	
Cumplir con los parámetros de producción, cumplir con las políticas de la nueva empresa, cumplir con los materiales de trabajo y utilizar los uniformes de protección.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Conocimiento en química
EXPERIENCIA	3 años de experiencia
HABILIDADES	Excelente presencia y expresión oral de manera
FORMACION	Tercer nivel.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 42: Descripción de Cargo de Auxiliar contable

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Auxiliar contable
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Auxilia
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
El auxiliar contable está a cargo de la revisión y modificación de libros diarios, pago al personal y a proveedores.	
III FUNCIONES	
Como función tiene cumplir los parámetros de la contabilidad de MOLEJAB.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Auxiliar Contable
EXPERIENCIA	1 años de experiencia
HABILIDADES	Conocimiento en procesos y manejo de
FORMACION	Auxiliar contable.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

3.3. CONTROL DE GESTION

3.3.1 Indicadores de gestión

Mediante el análisis de los indicadores de gestión se podrá llegar un control del funcionamiento del área administrativa y operativa para de esta manera poder tomar correctivos si los mismos arrojan índices negativos.

AREAS	INDICADORES
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none">• Personal contratado• Personal capacitado• Bienestar de los trabajadores.
Marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none">• Productos vendidos• Publicidad realizada• Satisfacción del cliente• Fidelidad
Producción	<ul style="list-style-type: none">• Cantidad de materia prima• Capacidad de producción de la maquinaria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

CAPITULO IV

AREA JURIDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

4.1.1 Responsabilidad Patrimonial

La empresa que se dedicará a la producción y comercialización de jabones maleables para niños. Deberá registrar los trámites y documentos correspondientes para su legalización en las respectivas entidades públicas en la ciudad de Quito.

Las microempresas se configuran como nuevas formas de empresario y empresa que podrían impulsar la actividad económica y la generación de empleo en el contexto del cambio estructural generado por el advenimiento de la economía global del conocimiento (la que cuenta con los flujos de conocimiento e innovación como fundamentos del crecimiento de la productividad). (Torrent-Sellens, 2014)

Tabla 43: Características de la microempresa

Importancia	Socios	Razón tributaria	Contabilidad	Constitución
Se determina la producción de bienes y servicios de la microempresa.	Se lo considera como único socio al dueño de la microempresa, que trabaja con sus familiares o está a cargo de su negocio solo.	De acuerdo a la razón tributaria se lo concede el RUC, ya sea de personas naturales o sociedad.	La empresa estará a cargo de llevar libros diarios de sus ingresos y egresos, contando también con una hoja de control diario.	Para la constitución de la empresa se debe cumplir con todos los trámites, documentos y permisos para la respectiva constitución de la microempresa.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Razón Social

El nombre de la empresa que se dedicará a la producción y comercialización de jabones maleables para niños su nombre social será. “MOLEJAB”

El logotipo de la empresa se registra en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) con la finalidad que cuando nuestra empresa crezca dentro del mercado no allan entidades que puedan copiar el diseño de nuestra marca.

4.2.1 Patentes y Marcas

Patente

Requisitos

El IEPI otorga una patente la cual debe cumplir con 3 requisitos: novedad, nivel inventivo y aplicación industrial recordando que los diseños deben cumplir con uno la novedad y creatividad para poder ser otorgado la respectiva patente. (Intelectual, 2017)

Novedad:

Según el IEPI, se considera que una invención es nueva cuando no forma parte del “estado de la técnica” anterior. (Intelectual, 2017)

Nivel inventivo:

El nivel inventivo se evalúa por medio de una persona del oficio normalmente versada en la materia técnica de la que trate el invento. (Intelectual, 2017)

Aplicación industrial:

Significa que el invento puede ser producido o utilizado en cualquier actividad productividad, incluida los servicios. (Intelectual, 2017)

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)

- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)
- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)
- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana. (Intelectual, Servicio Nacional de Derecho Intelectual, 2018)

4.2.1.1 Marca y slogan

La marca de la empresa permitirá que el producto sea conocido, contando con un slogan que hará que los consumidores puedan identificar el producto que van adquirir, la misma que cuenta con un nombre llamativo que hace referencia al proceso de construir una marca por producto de acuerdo al logotipo de la empresa.

En la siguiente imagen se identifica el logotipo y la marca del producto con el cual contará la nueva empresa a crearse para dar a conocer su servicio y producto al mercado objetivo en el sector de Cumbaya.



Imagen 12: Logotipo de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

De esta manera se pudo definir el nombre que llevará el producto al mercado dándole un nombre llamativo para el consumidor, el cual tendrá una presentación de 250 gramos.



Imagen 13: Marca del Producto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

4.3.1 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Dentro de los permisos necesarios con el cual debe contar nuestra empresa para el funcionamiento que se dedicara a la producción y comercialización de jabones maleables para niños se contara con los siguientes. (SRI, 2017)

- Registro único del contribuyente (RUC).
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Ministerio de salud pública.
- Normativas de seguridad y salud ocupacional

Requisitos

Obtención del RUC (SRI, 2017)

- Original y copia de la cédula de identidad, pasaporte (extranjero residente) o credencial de refugiado (extranjero no residente).
- Original y copia del certificado o papeleta de votación.
- Original de la factura, planilla y comprobante de pago de servicios básicos.
- Copia de la factura o estados de cuenta de otros servicios como telefonía fija, móvil, televisión pagada o internet.
- Copia del comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Copia del contrato o factura de arrendamiento.
- Copia de la Patente Municipal.

Para empezar a desarrollar la actividad de producción es necesario contar con los siguientes permisos y certificados:

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito, se encuentra establecida en la Ordenanza 308, la que instaura el régimen administrativo para la obtención de las Licencias Metropolitanas; **Este trámite no tiene costo.** (LUAE, 2015)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

1. Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS):

Certificar el uso o usos permitidos en un predio o edificación, de conformidad con las normas urbanísticas del plan de ordenamiento territorial y los instrumentos que lo desarrollen. (LUAE, 2015)

2. Permiso Sanitario

3. Permiso de Funcionamiento de Bomberos:

- Área del local (metros cuadrados) se debe registrar en números claros las dimensiones del establecimiento. (Bomberos, 2017)
- Número de personas que trabajan. (Bomberos, 2017)
- Número de personas ocasionales, es el número de personas estimadas de capacidad de aforo del local. (Bomberos, 2017)
- Material que utiliza, se deberá complementar la información sobre el tipo de material que emplea o almacena para poder cumplir con la actividad económica marcando con una ‘X’ en la casilla que corresponda y completar con la información solicitada en el caso de GLP. (Bomberos, 2017)

4. Rotulación (Identificación de la actividad económica)

Allí se debe registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados siempre y cuando corresponda al rótulo que tiene por fin exclusiva la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento. (LUAE, 2015)

5. Permiso Ambiental:

- Registro ambiental número, por ejemplo 2500 R-AZ VC, este dato debe ser tomado del certificado o autorización ambiental otorgado por la Secretaría de Ambiente. (Ambiente, 2017)

Para información adicional de ambiente señalar en el casillero que corresponda según la actividad que realiza y completar con la información solicitada junto a las actividades que lo requieran. Señalar de acuerdo al valor referencial (520.000 dólares) los ingresos totales de la declaración impositiva anual realizada al SRI del año inmediatamente anterior al momento de realizar la solicitud de la LUAE.

6. Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades Turísticas:

En este campo de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada correspondiente al ámbito dentro del cual ejerce la actividad económica. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en casinos y salas de juegos. (LUAE, 2015)

7. Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia general de policía de Pichincha

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales. (LUAE, 2015)

Requisitos: (LUAE, 2015)

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (LUAE, 2015)

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

A continuación se detallan las necesidades materiales que son relevantes para el comienzo de esta actividad, reunidas y cuantificadas de la siguiente manera:

Tabla 44: Plan de Inversión

	ACTIVOS FIJOS		
Cantidad	Descripción	V. Unitario	Total
	Instalaciones y remodelaciones		\$55,700.00
1	Local.	\$55,500.00	\$55,500.00
1	Mantenimiento y Pintura.	\$200.00	\$200.00
	Muebles y Enseres.		\$2,370.00
4	Escritorios	\$200.00	\$800.00
4	Sillas de escritorio	\$50.00	\$200.00
1	Sillón de espera	\$350.00	\$350.00
4	Mesas de trabajo	\$160.00	\$640.00
1	Archivador	\$360.00	\$360.00
4	Tachos de basura	\$5.00	\$20.00
	Maquinaria y Equipo.		\$8,840.00
1	Balanza	\$150.00	\$150.00
1	Mezcladora	\$7,500.00	\$7,500.00

1	Recipiente	\$350.00	\$350.00
1	Selladora	\$840.00	\$840.00
	Equipos de Computación		\$3,050.00
4	Computadora	\$700.00	\$2,800.00
1	Impresora	\$250.00	\$250.00
	Vehículo		\$10,000.00
1	Mini auto	\$10,000.00	\$10,000.00
	Gastos de Constitución		\$766.50
1	Solicitud de uso de suelo	\$2.50	\$2.50
1	IEPI	\$131.00	\$131.00
1	Impuesto patente	\$13.00	\$13.00
1	Permisos ambientales	\$520.00	\$520.00
1	Cuerpo de bomberos	\$100.00	\$100.00
	TOTAL		\$80,726.50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Tabla 45: Capital de trabajo

Cantidad	Capital de trabajo	Mensual	2 Meses
	Materia prima		\$4,701.00
1500	Shampoo	\$3.00	\$4,500.00
30	Aromatizante	\$1.50	\$45.00
30	Colorante	\$1.00	\$30.00
3	Maicena	\$42.00	\$126.00
	Mano de Obra		\$5,358.00
3	Operario	\$386.00	\$1,158.00
3	Inspector de calidad	\$400.00	\$1,200.00
3	Gerente	\$600.00	\$1,800.00
3	Repartidor	\$200.00	\$600.00
3	Auxiliar	\$200.00	\$600.00
	Costos indirectos		\$7,900.00

400	Cajas	\$0.25	\$100.00
6000	Envases	\$1.30	\$7,800.00
	Servicios básicos		\$255.00
3	Agua	\$50.00	\$150.00
3	Internet	\$15.00	\$45.00
3	Luz	\$20.00	\$60.00
	TOTAL		\$18,214.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

La inversión total para poner en marcha el proyecto es de \$98,940.50 con el capital de trabajo proyectado para tres meses.

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

a) Forma de financiamiento:

El proyecto será financiado por el aporte único del socio propietario.

Tabla 46: Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos propios			
Efectivo	\$43,440.50	43%	43%
Bienes	\$55,500.00	57%	100%
Recursos de	-	-	-

terceros			
Préstamo bancario	-	-	-
TOTAL	\$98,940.50	100%	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

El proyecto está financiado por el aporte único del socio propietario el cual está dividido en el 43% por efectivo mientras que el 57% es de la propiedad donde va a dar inicio la empresa.

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

En el siguiente cuadro se enlistan y se dan valor todos y cada uno de los costos de los cuales se va a incurrir en el proyecto relacionados a la actividad propia del negocio. Los cuales son: Costos de mano de obra, Costos de materia prima, servicios básicos y costos indirectos de fabricación.

Tabla 47: Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costos anual
Materia prima					
Shampoo	Litros	500	\$3.00	\$1,500.00	\$18,000.00
Aromatizante	Litros	10	\$1.50	\$15.00	\$180.00
Colorante	Litros	10	\$1.00	\$10.00	\$120.00
Maicena	Kilogramos	100	\$42.00	\$42.00	\$504.00

Mano de Obra					
Operario	Personas	1	\$386.00	\$386.00	\$4,632.00
Inspector de calidad	Personas	1	\$400.00	\$400.00	\$4,800.00
Repartidor		1	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Costos indirectos de Fabric.					
Cajas	Cajas	133	\$0.25	\$33.25	\$399.00
Envases	Envases	2000	\$1.30	\$2,600.00	\$31,200.00
Servicios Básicos 60%					
Agua			\$30.00	\$30.00	\$360.00
Luz			\$9.00	\$9.00	\$108.00
Internet			\$12.00	\$12.00	\$144.00
TOTAL				\$5,225.25	\$62,703.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Los costos que determina el proyecto de manera mensual son de \$5,225.25, el que asciende para el primer año a \$62,703.00

b) Detalle de Gastos.

Tabla 48: Proyección de costos

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB				
Materia prima	\$1,567.00		\$18,804.00	\$18,804.00		\$19,369.25	\$19,369.25		\$19,951.49	\$19,951.49		\$20,551.23	\$20,551.23		\$21,169.00	\$21,169.00
Mano de Obra	\$986.00	\$11,832.00		\$11,832.00	\$12,187.67		\$12,187.67	\$12,554.03		\$12,554.03	\$12,931.41		\$12,931.41	\$13,320.12		\$13,320.12
Costos Indirectos de Fabr.	\$2,633.25		\$31,599.00	\$31,599.00		\$32,548.87	\$32,548.87		\$33,527.28	\$33,527.28		\$34,535.12	\$34,535.12		\$35,573.24	\$35,573.24
Servicios basicos	\$51.00	\$612.00		\$612.00	\$630.40		\$630.40	\$649.35		\$649.35	\$668.87		\$668.87	\$688.97		\$688.97
TOTALES	\$5,237.25	\$12,444.00	\$50,403.00	\$62,847.00	\$12,818.07	\$51,918.11	\$64,736.18	\$13,203.38	\$53,478.77	\$66,682.15	\$13,600.27	\$55,086.34	\$68,686.62	\$14,009.10	\$56,742.24	\$70,751.34

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Los costos se determinan con un aumento porcentual del 3.006% que es la tasa de inflación del país de los últimos 5 años.

c) Detalle de Gastos.

Tabla 49: Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Útiles de oficina				\$8.29	\$99.50
Resmas de papel A4	Dólares	\$5.00	Mensual	\$5.00	\$60.00
Carpetas	Dólares	\$0.75	4 Mensuales	\$3.00	\$36.00
Perforadora	Dólares	\$3.50	Anual	\$0.29	\$3.50
Útiles de aseo				\$11.60	\$139.20
Guantes	Dólares	\$2.60	Mensual	\$2.60	\$31.20
Alcohol	Dólares	\$3.00	Mensual	\$3.00	\$36.00
Desinfectante	Dólares	\$4.00	Mensual	\$4.00	\$48.00
Papel higiénico	Dólares	\$2.00	Mensual	\$2.00	\$24.00
Servicios básicos 40%				\$34.00	\$408.00
Luz	Dólares	\$20.00	Mensual	\$20.00	\$240.00
Agua	Dólares	\$6.00	Mensual	\$6.00	\$72.00
Internet	Dólares	\$8.00	Mensual	\$8.00	\$96.00

Salarios				\$800.00	\$9,600.00
Gerente	Dólares	\$600.00	Mensual	\$600.00	\$7,200.00
Auxiliar	Dólares	\$200.00	Mensual	\$200.00	\$2,400.00
Total Gastos Administrativos				\$853.89	\$10,246.70
GASTO DE VENTAS					
DETALLE	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Repartidor	Dólares	\$200.00	Mensual	\$200.00	\$2,400.00
Promociones	Dólares	\$122.52	Anual	\$10.21	\$122.52
Hojas volantes	Dólares	\$35.04	Anual	\$2.92	\$35.04
Total Gasto de Ventas				\$213.13	\$2,557.56
TOTAL DE GASTOS				\$1,067.02	\$12,804.26

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Anteriormente se determina los gastos mensuales del proyecto que de manera mensual son de \$1.067,02 y para el primer año el gasto ascienden a \$12,804.26.

d) Proyección de Gastos.

Tabla 50: Proyección de Gastos

DESCRIPC ION	GASTOS			TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5		
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB
Útiles de oficina	\$8.29	\$99.50		\$99.50	\$102.49		\$102.49	\$105.57		\$105.57	\$108.75		\$108.75	\$112.01		\$112.01		
Útiles de aseo	\$11.60	\$139.20		\$139.20	\$143.38		\$143.38	\$147.69		\$147.69	\$152.13		\$152.13	\$156.71		\$156.71		
Servicios básicos 40%	\$34.00	\$408.00		\$408.00	\$420.26		\$420.26	\$432.90		\$432.90	\$445.91		\$445.91	\$459.31		\$459.31		
Salarios	\$800.00	\$9,600.00		\$9,600.00	\$9,888.58		\$9,888.58	\$10,185.83		\$10,185.83	\$10,492.01		\$10,492.01	\$10,807.40		\$10,807.40		
Ventas	\$213.13	\$2,557.56		\$2,557.56	\$2,634.44		\$2,634.44	\$2,713.63		\$2,713.63	\$2,795.20		\$2,795.20	\$2,879.23		\$2,879.23		
TOTALES	\$1,067.02	\$12,804.26	\$0.00	\$12,804.26	\$13,189.16	\$0.00	\$13,189.16	\$13,585.62	\$0.00	\$13,585.62	\$13,994.01	\$0.00	\$13,994.01	\$14,414.67	\$0.00	\$14,414.67		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

En la tabla anterior se determinan los gastos proyectados a cinco años, mientras que para el año uno los gastos son de \$12,804.26 tomando en relación el porcentaje de los últimos cinco años de la inflación del país que es de 3.006%, para el quinto año los gastos son de \$14.414.6.

e) Mano de obra.

Tabla 51: Rol de Pagos

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR		
			SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	9,45%	TOTAL	A PAGAR		
1.00	María Fernanda Ariopajas	GERENTE	\$600.00		\$600.00		\$56.70	\$56.70	\$543.30		
4.00	Carlos Pérez	Operario	\$386.00		\$386.00		\$36.48	\$36.48	\$349.52		
5.00	Mario Vélez	Inspector de calidad	\$400.00		\$400.00		\$37.80	\$37.80	\$362.20		
TOTALES			\$1,386.00		\$1,386.00		\$130.98	\$130.98	\$1,255.02		
PROVISIONES											
			PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
			11,15%	0,50%	0,50%			8.33%		PROVISIO	MO
			\$66.90	\$3.00	\$3.00	\$50.00	\$32.17	\$49.98	\$24.99	\$230.04	\$773.34
			\$43.04	\$1.93	\$1.93	\$32.17	\$32.17	\$32.15	\$16.08	\$159.46	\$508.99
			\$44.60	\$2.00	\$2.00	\$33.33	\$32.17	\$33.32	\$16.66	\$164.08	\$526.28
			COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =								\$1,808.60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

En la anterior tabla se determinan los gastos de mano de obra mensuales, los cuales son de \$1,808.60.

f) Depreciación.

Se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial.

Se presenta a continuación la tabla de depreciación de los activos fijos depreciables:

Tabla 52: Depreciación

Detalle del Bien	Vida Útil (AÑOS)	Valor	% de Depreciación	Depreciación Anual
EDIFICIO				
Local	20	\$55,500.00	5%	\$2,775.00
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Balanza	10	\$150.00	10%	\$15.00
Mezcladora	10	\$7,500.00	10%	\$750.00
Recipiente	10	\$350.00	10%	\$35.00
Selladora	10	\$840.00	10%	\$84.00
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorios	10	\$800.00	10%	\$80.00
Sillas de escritorio	10	\$200.00	10%	\$20.00
Sillón de espera	10	\$350.00	10%	\$35.00
Mesas de trabajo	10	\$640.00	10%	\$64.00
Archivador	10	\$360.00	10%	\$36.00
Tachos de basura	10	\$20.00	10%	\$2.00
EQUIPOS DE COMPUTACION				
Computadora	3	\$2,800.00	33.33%	\$933.24
Impresora	3	\$250.00	33.33%	\$83.33
VEHICULO				
MINI BAN	5	\$10,000.00	20.00%	\$2,000.00
TOTAL		\$79,760.00		\$2,137.57

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Anteriormente se detalla la depreciación de los activos con los que comprende el proyecto, con una depreciación anual de \$2,137.57 para el primer año

g) Proyección de la depreciación.

En la siguiente tabla se detalla la proyección de la depreciación, manteniendo el mismo valor depreciado de Maquinaria y Equipo, Muebles y Enceres, ya que a lo largo de la vida útil del proyecto estos serán los mismos (10 años) y de Vehículos (5 años), el del edificio (20 años) a diferencia del Equipo de Computo ya que la vida útil es de 3 años.

Tabla 53: Proyección de la depreciación

Detalle del Bien	Valor	De p. Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EDIFICIO	\$55,500.00	\$ 2,775.00	\$2,775.00	\$2,775.00	\$2,775.00	\$2,775.00	\$2,775.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$8,840.00	\$884.00	\$374.00	\$374.00	\$374.00	\$374.00	\$374.00
MUEBLES Y ENSERES	\$2,370.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,050.00	\$1,017	\$1,017	\$1,017	\$1,017		
VEHICULO	\$10,000.00	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
T OT AL	\$79,760.00	\$6,912.57	\$6,402.57	\$6,402.57	\$6,402.57	\$5,386.00	\$5,386.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se proyecta que para los tres primeros años del proyecto la depreciación es de \$2,137.57 y para el quinto año la depreciación es de \$5,386.00.

5.4 Calculo de Ingresos.

Se determina el cálculo de ingresos de 2000 unidades mensuales, con una producción anual de 24.000 unidades producidas a un precio unitario de USD 5.00 A continuación, se detallan los ingresos en la siguiente tabla:

Tabla 54: Ingresos

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	GASTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$			
Jabón maleable	Envases	\$6,304.27	37	\$3,695.73	\$10,000.00	2000	\$5.00
TOTAL		\$6,304.27	37	\$3,695.73	\$10,000.00	2000	\$5.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

ANALISIS:

Los ingresos van en relación a la capacidad instalada de la planta de producción, lo que da como resultado ingresos por venta mensuales de \$10,000.00

h) Proyección de Ingresos.

Una vez que se determinó el precio de venta el producto, el proyecto ya está en condiciones para proyectar los ingresos en los próximos 5 años. Entonces, se proyecta los ingresos, tomando en consideración los mismos indicadores que se utilizaron para la proyección de gastos y costos:

Tabla 55: Proyección de Ingresos

PRODUCTOS	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL
		UNIT.	AÑO 1		UNIT.	AÑO 2		UNIT.	AÑO 3		UNIT.	AÑO 4		UNIT.	AÑO 5
JABON MALEABLE	24000	\$5.00	\$120,000.00	24269	\$5.15	\$124,991.60	24541	\$5.31	\$130,190.84	24815	\$5.46	\$135,606.34	25093	\$5.63	\$141,247.11
TOTALES	24000		\$120,000.00	\$24,268.80	\$5.15	\$124,991.60	\$24,540.61	\$5.31	\$130,190.84	\$24,815.47	\$5.46	\$135,606.34	\$25,093.40	\$5.63	\$141,247.11

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Los ingresos para el primer año son de \$120,000.00 la cantidad de productos está en relación al crecimiento del mercado, mientras que el precio está relacionado con la inflación.

5.5 Flujo de caja

En la siguiente tabla se detalla el flujo de caja proyectado a 5 años.

Tabla 56: Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.						
INGRESOS OPERACIONALES		\$120,000.00	\$124,991.60	\$130,190.84	\$135,606.34	\$141,247.11
Recuperación por ventas		\$120,000.00	\$124,991.60	\$130,190.84	\$135,606.34	\$141,247.11
B.						
EGRESOS OPERACIONALES		\$75,039.26	\$77,294.94	\$79,618.43	\$82,011.76	\$84,477.03
Pago a proveedores		\$ 18,804.00	\$ 19,369.25	\$ 19,951.49	\$ 20,551.23	\$ 21,169.00
Mano de obra directa		\$11,832.00	\$12,187.67	\$12,554.03	\$12,931.41	\$13,320.12
Mano de obra indirecta						
Gastos de ventas		\$2,557.56	\$2,634.44	\$2,713.63	\$2,795.20	\$2,879.23
Gastos de administración		\$10,246.70	\$10,554.72	\$10,871.99	\$11,198.80	\$11,535.44
Costos indirectos de fabricación		\$31,599.00	\$32,548.87	\$33,527.28	\$34,535.12	\$35,573.24
C.						
FLUJO OPERACIONAL (A - B)		\$44,960.74	\$47,696.66	\$50,572.41	\$53,594.58	\$56,770.08

D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$98,940.50					
	Créditos a contratarse a corto plazo						
	Créditos a contratarse a largo plazo						
	Aportes de capital	\$98,940.50					
	Aportes para futura capitalización						
	Recuperación de inversiones temporales						
	Recuperación de otros activos						
	Otros ingresos						
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES						
	Pago de intereses						
	Pago de créditos a corto plazo						
	Pago de créditos a largo plazo						
	Pago de participación de utilidades						
	Pago de impuestos						
	Reparto de impuestos						
	Reparto de dividendos						

	Adquisición de inversiones temporales						
	Adquisición de activos fijos						
	Otros egresos						
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$98,940.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$98,940.50	\$44,960.74	\$47,696.66	\$50,572.41	\$53,594.58	\$56,770.08
H.	SALDO INICIAL DE CAJA						
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$98,940.50	\$44,960.74	\$47,696.66	\$50,572.41	\$53,594.58	\$56,770.08

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se detalla los movimientos del flujo de caja proyectados para 5 años, los mismos que dan para el primer año \$44,960.74, mientras que para el quinto año es \$56,770.08

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

En la siguiente tabla se detalla el punto de equilibrio.

**PUNTO DE EQUILIBRIO
ANUAL**

		UNIDADES	24000	Porcentaje
COSTO FIJO	\$25,248.26	COSTO FIJO	\$25,248.26	0.36277799
COSTO VARIABLE	\$50,403.00	CVU	\$3.15	69597.00
COSTO TOTAL	\$75,651.26			
INGRESOS	\$120,000.00	PVU	\$5.00	
PE \$	\$43,533.36	PE UNIDADES	13648	

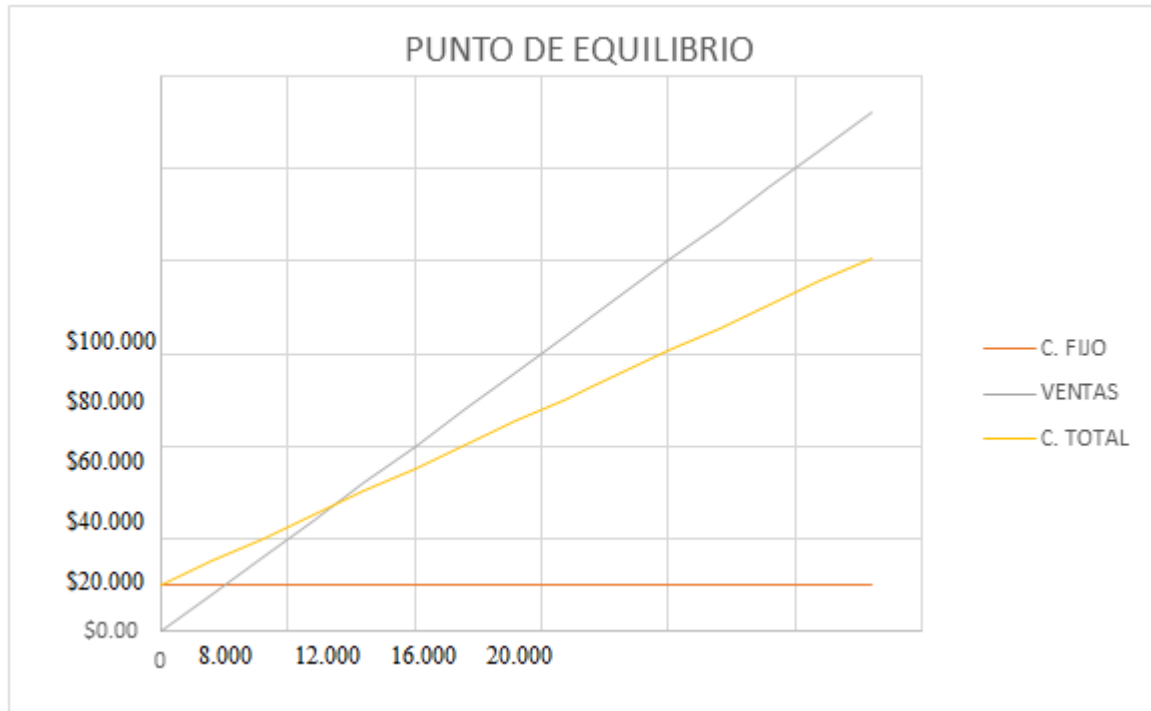
Tabla 57: Punto de Equilibrio

Unidades	VENTAS	C. VARIABLE	C. FIJO	C. TOTAL	UTILIDAD
0	\$0.00	\$0.00	\$25,248.26	\$25,248.26	-\$25,248.26
4000	\$20,000.00	\$12,600.00	\$25,248.26	\$37,848.26	-\$17,848.26
8000	\$40,000.00	\$25,200.00	\$25,248.26	\$50,448.26	-\$10,448.26
12000	\$60,000.00	\$37,800.00	\$25,248.26	\$63,048.26	-\$3,048.26
16000	\$80,000.00	\$50,400.00	\$25,248.26	\$75,648.26	\$4,351.74
20000	\$100,000.00	\$63,000.00	\$25,248.26	\$88,248.26	\$11,751.74
24000	\$120,000.00	\$75,600.00	\$25,248.26	\$100,848.26	\$19,151.74
28000	\$140,000.00	\$88,200.00	\$25,248.26	\$113,448.26	\$26,551.74
32000	\$160,000.00	\$100,800.00	\$25,248.26	\$126,048.26	\$33,951.74
34000	\$170,000.00	\$107,100.00	\$25,248.26	\$132,348.26	\$37,651.74
40000	\$200,000.00	\$126,000.00	\$25,248.26	\$151,248.26	\$48,751.74
44000	\$220,000.00	\$138,600.00	\$25,248.26	\$163,848.26	\$56,151.74
48000	\$240,000.00	\$151,200.00	\$25,248.26	\$176,448.26	\$63,551.74
52000	\$260,000.00	\$163,800.00	\$25,248.26	\$189,048.26	\$70,951.74
56000	\$280,000.00	\$176,400.00	\$25,248.26	\$201,648.26	\$78,351.74

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Gráfica 14: Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se determina que el punto de equilibrio para no ganar ni perder del proyecto es de 13.648 en unidades, \$43,533.36 en dólares, y 36.27% en porcentaje, estos son los resultados para no ganar ni perder.

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En la siguiente tabla se detalla el estado de resultados proyectado a 5 años

Tabla 58: Estado de Resultados

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$120,000.00	\$124,991.60	\$130,190.84	\$135,606.34	\$141,247.11
(-) Costo de Ventas	\$62,235.00	\$64,105.78	\$66,032.80	\$68,017.75	\$70,062.36
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$57,765.00	\$60,885.82	\$64,158.03	\$67,588.59	\$71,184.75
(-) Gastos de venta	\$2,557.56	\$2,634.44	\$2,713.63	\$2,795.20	\$2,879.23
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$55,207.44	\$58,251.38	\$61,444.40	\$64,793.39	\$68,305.52
(-) Gastos Administrativos	\$10,246.70	\$10,554.72	\$10,871.99	\$11,198.80	\$11,535.44
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$44,960.74	\$47,696.66	\$50,572.41	\$53,594.58	\$56,770.08
(-) Gastos Financieros					
(+) Otros Ingresos					
(-) Otros Egresos					
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$44,960.74	\$47,696.66	\$50,572.41	\$53,594.58	\$56,770.08
(-) 15% Participación trabajadores	\$6,744.11	\$7,154.50	\$7,585.86	\$8,039.19	\$8,515.51
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$38,216.63	\$40,542.16	\$42,986.55	\$45,555.40	\$48,254.57
(-) Impuesto a la renta 22%	\$8,407.66	\$8,919.28	\$9,457.04	\$10,022.19	\$10,616.01
(=) UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$29,808.97	\$31,622.89	\$33,529.51	\$35,533.21	\$37,638.57

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se determina que el proyecto tiene utilidad para el primer año de \$29,808.97 y que para el quinto año aumenta a \$37,638.57. Lo que hace que el proyecto sea viable para su ejecución.

5.8 EVALUACION FINANCIERA

a) Indicadores

Tabla 59: TMAR

Concepto	Datos
Inversión total	-\$98,940.50
fn1	\$44,960.74
fn2	\$47,696.66
fn3	\$50,572.41
fn4	\$53,594.58
fn5	\$56,770.08
inflación (in)	3.01%
vida del proyecto	5

TMAR (i) = 3.01%

Tabla 60: Inversionistas

	APORTACION	RIESGO	TMAR	PONDERACION
Inversionista A	100%	12%	15.37%	15.37%
Inversionista B				
Inversionista C				
			TMAR GLOBAL	15.37%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

El TMAR se determina en base a la fórmula de Baca Urbina: (Inflación + Riesgo + (Inflación*Riesgo)) el mismo que da a 15.37%

$3.01+12+(3.01\%*12)$ según Baca Urbina.

a.1) Valor Actual Neto

Tabla 61: VAN

No.	FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$	FLUJO ACUMULADO
0	- 98,940.50		- 98,940.50	- 98,940.50
1	44,960.74	1.15	38,970.51	- 53,979.76
2	47,696.66	1.33	35,833.82	- 6,283.10
3	50,572.41	1.54	32,932.25	44,289.31
4	53,594.58	1.77	30,250.41	97,883.89
5	56,770.08	2.04	27,773.62	154,653.98
		Total	66,820.11	

VAN = 66,820.11

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

La fórmula utilizada es la de Baca Urbina donde:

P = Inversión inicial.

FNE = Flujo neto de efectivo.

TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento

VS = Valor de salvamento.

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+TMAR)^1} + \frac{FNE_2}{(1+TMAR)^2} + \frac{FNE_3}{(1+TMAR)^3} + \frac{FNE_4}{(1+TMAR)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+TMAR)^5}$$

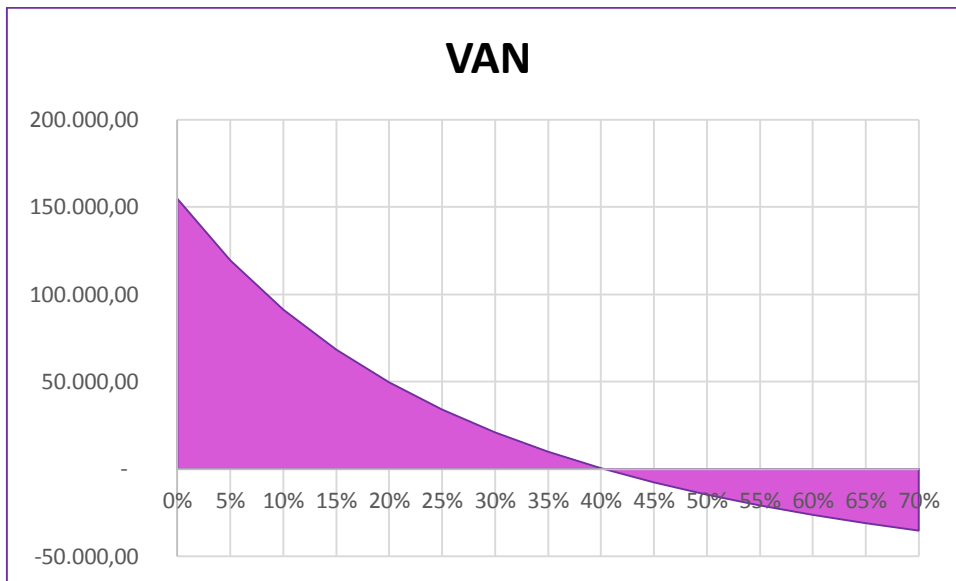
Fuente: Baca Urbina

Análisis:

Con una inversión de \$28,940.50 en proyecto refleja un Valor Actual Neto de 28,940.50 por lo que determina que el proyecto es factible para su ejecución.

Gráfica 15: Desplazamiento del VAN

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

Se concluye que con una inversión de \$98,940.50 el proyecto este refleja un Valor Actual Neto de \$66,820.11 lo que determina que el proyecto es factible para su ejecución.

a.2) Tasa Interna de Retorno

Tabla 62: TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

TMAR	VAN
0%	154,653.98
5%	119,401.12
10%	91,203.01
15%	68,341.15
20%	49,576.68
25%	34,001.79
30%	20,941.20
35%	9,885.64
40%	446.15
45%	- 7,677.87
50%	- 14,721.26
55%	- 20,869.36
60%	- 26,269.85
65%	- 31,041.39
70%	- 35,280.19

TIR = 40.26%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Fórmula utilizada, Baca Urbina:

$$\begin{aligned}TIR &= -P + \frac{FNE + VS}{(1+i)^n} \\(1+i)^n &= \frac{FNE + VS}{TIR + P} \\(1+i)^{\frac{1}{n}} &= \left(\frac{FNE + VS}{TIR + P}\right)^{\frac{1}{n}} \\i &= \left(\frac{FNE + VS}{P}\right)^{\frac{1}{n}} - 1\end{aligned}$$

Fuente: Baca Urbina.

DONDE:

F N E = Flujo Neto de Efectivo

i = Tasa Interna de Retorno

n = Período del Proyecto

Análisis:

En la tabla anterior se obtiene el TIR y este sirve como un criterio de decisión y al compararlo con la tasa mínima que espera el proyecto, la que es del 12% y esta hace referencia al crecimiento del mercado de cosméticos, lo que indica que la inversión del capital que se invirtió en el proyecto tendrá un margen de rentabilidad de 40.26% lo que afirma que el proyecto es rentable, ya que este es mayor al costo de oportunidad.

a.3) Beneficio Costo

$$\frac{R - b}{c} \sum \frac{FNE/(1+i)^n}{I_0} =$$

$$\frac{R - b}{c} = \frac{165,760.61}{98,940.50}$$

$$= 1.68$$

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Formula, Baca Urbina:

Dónde:

F N E = Flujo Neto de Efectivo

i = Tasa Interna de Retorno

n = Período del Proyecto

I= Inversión Inicial.

Análisis:

El Beneficio sobre el Costo del proyecto es del 1.68 veces superior a la inversión inicial, lo que confirma lo atractivo del proyecto, por cada dólar invertido contamos con 0,68ctv de ganancia.

a.4) Período de Recuperación

$$\frac{P R}{K} = N - 1 + \frac{(F.A)_{N-1}}{(F)_n}$$

$$\frac{P R}{K} = 4 - 1 + \frac{44,289.31}{30,250.41}$$

$$= 3 + 1.46$$

$$= 1.54$$

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

La inversión se recuperara en el segundo semestre del segundo año, es decir al año y medio de la ejecución del proyecto.

b) Razones

b.1) Liquidez

El proyecto no toma en cuenta la Razón de Liquidez, ya que el mismo no mantiene deudas al corto plazo.

b.2) Rentabilidad

Tabla 63: Rentabilidad

Periodo	Detalle	Cálculo	
Año 1-5	Utilidad del ejercicio	\$33,626.63	*100
	Ventas	\$130,407.17	
			25.78

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Ariopajas

Análisis:

La rentabilidad promedio del proyecto en los 5 años de proyección es de 25.78%, lo que confirma lo atractivo del mismo y da paso para iniciar y ver la viabilidad de la empresa.

CONCLUSIONES

1. La calidad e innovación del producto hace que tenga más acogida por los clientes futuros que esta empresa obtendrá, ya que la elaboración es artesanal y a su vez utiliza productos no nocivos para la salud por lo cual nos asegura que los padres de familia prefieren productos sin químicos para que no afecte a la salud de sus niños.
2. El beneficio que otorga la materia prima para la elaboración del jabón maleable es la principal fortaleza ya que los padres de familia buscan productos que ayuden y mantengan el cuidado de la salud de sus hijos.
3. La rentabilidad del producto es del 25,78% por lo que se dice que es factible porque se obtiene utilidad lo que quiere decir que si invierto un dólar tendré como utilidad un dólar veinticinco por lo cual el negocio es factible.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda capacitar al personal que manipulara el producto, ya que está dirigido para la salud e higiene de los niños.
2. Se debería implementar más colores y olores para que los niños puedan identificar con más facilidad e inclusive para que puedan retener ese tipo de información desde que son pequeños, ya que los colores y aromas llaman la atención de los infantes por lo cual hace más atractivo el producto.
3. Se debería implementar jabones con diferentes gramajes para que los padres de familia puedan escoger el indicado.
4. Para agilizar los procesos de producción del jabón maleable debería implementar más maquinaria, de esta forma disminuiría el tiempo de elaboración contando con una mezcladora grande donde agilice el proceso de la producción.

BIBLIOGRAFÍA

- Ambiente, M. d. (2017). *SUIA*. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/>
- Bomberos, C. d. (2017). *Permiso e Inspeccion LUAE*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/inspeccionluae.pdf>
- Intelectual, P. (2017). *Servicio Nacional de Derecho Intelectual*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- Intelectual, P. (5 de Junio de 2018). *Servicio Nacional de Derecho Intelectual*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- LUAE. (13 de Novimebre de 2015). *Perez Bustamante y Ponce*. Obtenido de <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>
- M.Trabajo. (2017). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- PUBLICA, M. D. (2017). REGISTRO SANITARIO .
- SRI. (2017). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Torrent-Sellens, J. (2014). *Harvard Deusto Business Review*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Joan_Torrent-Sellens/publication/262494861_Harvard_Deusto_Business_Review/links/0c960537dee4ce7ebd000000.pdf