



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CREMA PARA ESCALDADURAS DE BEBÉS
A BASE DE LA FLOR DE ÑACHAK EN LA CIUDAD DE SALCEDO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios

Autora

Proaño Lombeida Joselyn Estefania

Tutora

Dra. Silvia Llamuca Mg.

AMBATO– ECUADOR

2019

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

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

Yo, Joselyn Estefanía Proaño Lombeida, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA PARA ESCALDADURAS DE BEBÉS A BASE DE FLOR DE ÑACHAK EN LA CIUDAD DE SALCEDO", como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios y 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 Ambato, a los 26 días del mes de abril de 2019, firmo conforme:

Autor: Joselyn Estefanía Proaño Lombeida
Firma: 
Número de Cédula: 0503109423
Dirección: Cotopaxi, Salcedo, Andrade, Carrera
Correo Electrónico: joselin_estf97@hotmail.com
Teléfono: 0998103029

APROBACIÓN DEL TUTOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de director del Trabajo de Investigación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA PARA ESCALDADURAS DE BEBÉS A BASE DE FLOR DE ÑACHAK EN LA CIUDAD DE SALCEDO" presentado por Joselyn Estefania Proaño Lombeida, para optar por el Título Ingeniero de 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.

Ambato, 26 de abril del 2019.



Dra. Silvia Lorena Llamuca Perez

DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 26 de abril del 2019.



Joselyn Estefanía Proaño Lombeida

CI 050310942-3

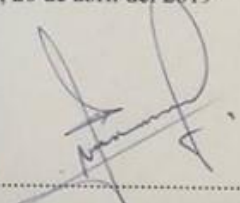
AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA PARA ESCALDADURAS DE BEBÉS A BASE DE FLOR DE ÑACHAK EN LA CIUDAD DE SALCEDO", previo a la obtención del Título de Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

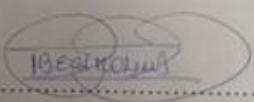
Ambato, 26 de abril del 2019



Ing. Juan Eduardo Salazar Mera, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano, Mg.
VOCAL



Ing. Ibeth Aracely Molina Arcos, Mg.
VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con todo el amor y cariño principalmente a mis padres por brindarme su confianza apoyo moral y económico para lograrlo, a mi novio gracias por su paciencia apoyo incondicional en momentos difíciles, a mi hermano por sus consejos y ejemplo y finalmente a mis profesores que han sido un pilar fundamental de enseñanza, motivación para desarrollar el siguiente trabajo con esfuerzo y dedicación.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primera instancia a mi Dios que guio mi camino, a mis padres quienes me han apoyado y permitido continuar en mi proceso de graduación. A mi tutora Dra. Silvia Llamuca por paciencia y conocimiento para culminar este trabajo. Un agradecimiento muy importante a la Universidad Indoamerica en especial a la facultad de administración de empresas y negocios por brindarme sus servicios para mi formación profesional.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
1.1 Definición del producto o servicio	3
1.1.1 Especificación del servicio o producto	3
1.1.2 Aspectos innovadores que proporciona	3
1.2 Definición del mercado	4
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	4
1.2.1.1 Categorización de sujetos.....	4
1.2.1.2 Estudio de segmentación.....	5
1.2.1.2.1 Estudio de segmentación para la mamá	5
1.2.1.2.2 Estudio de segmentación para el bebé	6
1.2.1.2.3 Estudio de Segmentación para el pediatra	7
1.2.1.3 Plan de muestreo	8
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	11

1.2.1.5 Análisis e Interpretación	15
1.2.2 Demanda Potencial.....	27
1.3 Análisis del macro y micro ambiente.....	28
1.3.1 Análisis del micro ambiente.....	28
1.3.2 Análisis del macro ambiente	30
1.3.3 Proyección de la oferta.....	34
1.4 Demanda Potencial Insatisfecha	35
1.5 Promoción y publicidad que se realizará (Canales de Comunicación)	36
1.6 Sistemas de distribución a utilizar (Canales de Distribución)	41
1.7 Seguimiento de Clientes.....	41
1.8 Especificar mercados alternativos.....	42
CAPÍTULO II	44
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	44
2.1 Descripción del proceso	44
2.2 Factores que afectan el plan de operaciones	53
2.3 Capacidad de Producción.....	55
2.4 Definición de recursos necesarios para la producción	55
2.5 Calidad	56
CAPÍTULO III.....	60
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	60
3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos.....	60
3.1.1 Visión de la Empresa	60
3.1.2 Misión de la Empresa.....	60
3.1.3 Mapa Estratégico.....	61
3.2 Organización funcional de la empresa	61
3.2.1 Organización interna	61

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.....	64
3.3 Control de gestión	67
3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.....	67
3.4 Necesidades de personal	68
CAPÍTULO IV.....	69
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	69
4.1 Determinación de la forma jurídica.....	69
4.2 Patentes y Marcas.....	70
4.3 Detalle tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales	71
CAPÍTULO V	73
ÁREA FINANCIERA.....	73
5.1 Plan de inversiones.....	73
5.2 Plan de financiamiento.....	74
5.3 Cálculo de costos y gastos.....	75
5.4 Cálculo de Ingresos	98
5.5 Flujo de Caja	102
5.6 Punto de Equilibrio	105
5.7 Estado de Resultados Proyectado.....	107
5.8 Evaluación Financiera.....	110
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categorización de sujetos	4
Tabla 2: Dimensión conductual de la mamá	5
Tabla 3: Dimensión geográfica de la mamá.....	6
Tabla 4: Dimensión demográfica de la mamá.....	6
Tabla 5: Dimensión conductual del bebé	6
Tabla 6: Dimensión geográfica del bebé.....	7
Tabla 7: Dimensión demográfica del bebé	7
Tabla 8: Dimensión conductual pediatra.....	7
Tabla 9: Dimensión geográfica del pediatra	8
Tabla 10: Dimensión demográfica del pediatra	8
Tabla 11: Datos para el cálculo de la muestra.....	9
Tabla 12: Cuadro de necesidades objetivo 1	10
Tabla 13: Cuadro de necesidades objetivo 2	10
Tabla 14: Cuadro de necesidades objetivo 3.....	11
Tabla 15: Información geográfica de mi mercado potencial	12
Tabla 16: Tamaño de mi mercado potencial	12
Tabla 17: Composición farmacéutica.....	13
Tabla 18: Ha comprado crema de escaldaduras de bebés	16
Tabla 19: Beneficios de la crema de escaldaduras para los bebés	17
Tabla 20: Beneficio de la flor de ñachak	18
Tabla 21: Compraría usted la crema hecha a base de la flor de ñachak.....	19
Tabla 22: Marcas que compran de cremas de escaldaduras para los bebés	20
Tabla 23: Frecuencia de compra de la crema.....	21
Tabla 24: Donde compra las cremas	22
Tabla 25: Medios de comunicación de preferencia.....	23
Tabla 26: Composición de las cremas.....	24
Tabla 27: Presentaciones de la crema que más compra	25
Tabla 28: Gasto en la crema.....	26
Tabla 29: Datos para el cálculo de la demanda.....	27
Tabla 30: Proyección de la demanda en personas.....	27

Tabla 31: Matriz de evaluación de factores externos (EFE)	30
Tabla 32: Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	31
Tabla 33: Matriz de perfil competitivo (MPC)	33
Tabla 34: Datos para el cálculo de la oferta	34
Tabla 35: Proyección de la oferta en personas.....	34
Tabla 36: Demanda Potencial Insatisfecha	35
Tabla 37: Estrategias del plan de medios	38
Tabla 38: Seguimiento de clientes	41
Tabla 39: Infraestructura de la empresa	50
Tabla 40: Descripción de los equipos	52
Tabla 41: Ritmo de producción.....	53
Tabla 42: Nivel de inventario promedio	54
Tabla 43: Número de Trabajadores.....	54
Tabla 44: Capacidad de producción futura	55
Tabla 45: Especificación de materia prima.....	56
Tabla 46: Defectos en la producción.....	57
Tabla 47: Requisitos de las empresas en Ecuador	59
Tabla 48: Descripción del perfil del gerente	64
Tabla 49: Descripción del perfil de Secretaria-Contable	65
Tabla 50: Descripción del perfil de operarios	66
Tabla 51: Descripción del perfil de vendedores.....	66
Tabla 52: Indicadores de gestión.....	68
Tabla 53: Necesidades de personal	68
Tabla 54: Constitución y funcionamiento de las empresas unipersonales.....	69
Tabla 55: Descripción de los procesos de trámite.....	70
Tabla 56: Plan de inversión.....	73
Tabla 57: Forma de financiamiento	75
Tabla 58: Detalle de costos	76
Tabla 59: Proyección de costos año 1	77
Tabla 60: Proyección de costos año 2	78
Tabla 61: Proyección de costos año 3	78
Tabla 62: Proyección de costos año 4	79

Tabla 63: Proyección de costos año 5	79
Tabla 64: Detalle de gastos administrativos	81
Tabla 65: Detalle gastos de ventas	83
Tabla 66: Gastos financieros	84
Tabla 67: Proyección de gastos administrativos para el año 1.....	85
Tabla 68: Proyección gastos administrativos para el año 2 y 3	86
Tabla 69: Proyección de gastos administrativos para el año 4 y 5.....	87
Tabla 70: Proyección de gastos de ventas de 0 a 2 años.....	89
Tabla 71: Proyección de gastos de ventas años 3 y 4	89
Tabla 72: Proyección gastos de ventas año 5.....	90
Tabla 73: Costo de la mano de obra producción.....	92
Tabla 74: Sueldo del personal administrativo	92
Tabla 75: Sueldo del personal de ventas	93
Tabla 76: Cálculo de depreciaciones.....	95
Tabla 77: Proyección de la depreciación	97
Tabla 78: Cálculo de Ingresos.....	99
Tabla 79: Resumen de ingresos	99
Tabla 80: Proyección de ingresos 0 a 3 años	101
Tabla 81: Proyección de ingresos del año 4 y año 5.....	101
Tabla 82: Flujo de caja de 0 a 2 años	103
Tabla 83: Flujo de caja de 3 a 5 años	104
Tabla 84: Análisis punto de equilibrio	105
Tabla 85: Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	105
Tabla 86: Solución punto de equilibrio.....	106
Tabla 87: Estado de resultados año 1-año 2-año3.....	108
Tabla 88: Estado de resultados año4-año 5.....	108
Tabla 89: Cálculo TMAR	110
Tabla 90: Cálculo del valor actual neto.....	111
Tabla 91: Cálculo tasa interna de retorno	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Spot competencia.....	15
Figura 2: Compra de crema de escaldaduras.....	16
Figura 3: Beneficios de la crema.....	17
Figura 4: Beneficio de la flor de ñachak	18
Figura 5: Compraría una crema a base de flor de ñachak	19
Figura 6: Marcas de cremas de escaldaduras para los bebés que compra.....	20
Figura 7: Frecuencia de compra	21
Figura 8: Donde compra la crema	22
Figura 9: Medio de comunicación de preferencia.....	23
Figura 10: Composición de las cremas	24
Figura 11: Presentación que más compra.....	25
Figura 12: Gasto en la crema	26
Figura 13: Proyección de la demanda	28
Figura 14: Proyección de la oferta	35
Figura 15: Demanda potencial insatisfecha	36
Figura 16: Imagen corporativa	39
Figura 17: Mis clientes 3.02.....	42
Figura 18: Mapa de procesos	46
Figura 19: Flujograma del proceso de producción.....	47
Figura 20: Distribución física de la planta	49
Figura 21: Infraestructura de la empresa.....	51
Figura 22: Hoja de inspección	57
Figura 23: Diagrama de Pareto	58
Figura 24: Mapa estratégico.....	61
Figura 25: Organigrama estructural	62
Figura 26: Organigrama funcional	63
Figura 27: Punto de equilibrio	106

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Población de Ecuador 2010	121
Anexo 2. Madres de Familia y niños edades	121
Anexo 3. Crecimiento Poblacional por Provincias	122
Anexo 4. Distribución de la Población	122
Anexo 5. Árbol de Problemas	123
Anexo 6. Árbol de Objetivos	124
Anexo 7. Encuesta.....	125
Anexo 8. Población Salcedo	127
Anexo 9. Población Salcedo según área Urbana-Rural	127
Anexo 10. Entrevista.....	128
Anexo 11. Flor de ñachak y sus beneficios.....	129
Anexo 12. Imágenes del proceso de fabricación de la crema 1	130
Anexo 13. Limpieza de las herramientas y utensilios a utilizar.....	131
Anexo 14. Desinfección de los utensilios y herramientas a utilizar	132
Anexo 15. Desinfección del área de trabajo.....	133
Anexo 16. Preparación de los Ingredientes.....	134
Anexo 17. Pesado de la flor de ñachak	135
Anexo 18. Preparación de la mezcla de la crema.....	136
Anexo 19. Extracción de la esencia de la flor de ñachak.....	137
Anexo 20. Agitación de la esencia de la flor de ñachak	138
Anexo 21. Mezcla de componentes	139
Anexo 22. Mezcla con la vaselina en el recipiente	140
Anexo 23. Agitación de los Ingredientes	141
Anexo 24. Mezcla con la esencia de ñachak.....	142
Anexo 25. Mezcla, aromatizado y envasado del producto.....	143
Anexo 26. Crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de ñachak.....	144
Anexo 27. Instalaciones Eléctricas	145
Anexo 28. Instalaciones Telefónicas Costos.....	146
Anexo 29. Costos Estructura Metálica.....	147
Anexo 30. Costos Muebles y Enseres	148

Anexo 31. Costo de Herramientas- Balanza electrónica.....	150
Anexo 32. Botella de vidrio con corcho 250ml	150
Anexo 33.Cuchara medidora ajustable de lujo	151
Anexo 34. Jeringas Descartables.....	151
Anexo 35. Pipeta de medición	152
Anexo 36. Varilla de Vidrio.....	152
Anexo 37. Vaso de laboratorio de 100ml.....	153
Anexo 38. Costo y Características de la Maquina CATF-2.....	154
Anexo 39. Costo alambique	154
Anexo 40. Costos Equipos de Computación.....	155
Anexo 41. Costos Equipo de Oficina	156
Anexo 42. Costos de Inventarios	157
Anexo 43. Tasa de interés del préstamo bancario.....	159
Anexo 44. Tasa de Inflación anual 2018 del IPC.....	160
Anexo 45. Tabla de amortización del préstamo.....	162
Anexo 46. Tabla Impuesto a la Renta 2018	163
Anexo 47. Cálculo de los Costos	164
Anexo 48. Precios de la competencia	167

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMA PARA ESCALDADURAS DE BEBÉS A BASE DE FLOR DE ÑACHAK EN LA CIUDAD DE SALCEDO”

AUTORA: Joselyn Estefanía Proaño Lombeida

TUTORA: Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios para la producción y comercialización de crema para escaldaduras de bebés a base de flor de ñachak surge de las necesidades que tienen las madres de familia de proteger y cuidar la piel de sus bebés con productos naturales. Por tal motivo las propiedades curativas que posee la flor de ñachak brinda varios beneficios importantes para la protección de la piel del bebé al momento de sufrir pañalitis. El producto está hecho a base de esta flor que es nativa y endémica de las zonas andinas del Ecuador, la utilizaban nuestros abuelos y continúan haciéndolo para curar la ictericia, pañalitis en los recién nacidos, afecciones hepáticas e incluso hepatitis de hecho esta flor se usa para tratar escaldaduras mordiendo la planta y colocándola en la zona afectada. De esta manera el proyecto va a permitir contribuir con el crecimiento de la matriz productiva generando empleo en la ciudad de Salcedo. Se realizó un estudio de mercado en el que se menciona las características del producto y los beneficios para el consumo desarrollando encuestas de gustos y preferencias de aceptación a un grupo determinado de madres de familia de recién nacidos con el propósito de presentar un producto de calidad. Se analizan los procesos de fabricación de dicho producto así como se elaboró un plan de inversión para analizar los costos y gastos de producción para saber si el plan de negocios es viable en base a los indicadores financieros. En síntesis el producto innovador tiene como objetivo ingresar al mercado y competir con productos de las mismas características siendo capaz de cumplir con las necesidades y satisfacciones de los clientes.

DESCRIPTORES: bebés, crema, escaldaduras, flor de ñachak, plan de negocios.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF DIAPER RASH CREAM FOR BABIES, BASED ON ÑACHAK FLOWER, IN THE CITY OF SALCEDO"

AUTHOR: Joselyn Estefanía Proaño Lombeida

TUTOR: Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez

ABSTRACT

The business plan for the production and marketing of diaper rash cream for babies, based on ñachak flower, arises from the need of mothers to protect and care for the skin of their babies with natural products. For this reason, the healing properties of the ñachak flower provide an important benefit for the protection of the baby's skin when suffering from diaper rash. The product is made based on the flower that is native and endemic to the Andean areas of Ecuador. The ñachak flower was used by our grandparents and it continues to be used to cure jaundice, diaper rash in newborns, liver disease and even hepatitis; in fact this flower is used to treat diaper rash, biting or crushing the plant and applying it on the affected area. In this way, the project will allow to contribute with the growth of the productive scheme, generating employment in the city of Salcedo. Therefore, a market study was carried out in which the characteristics of the product and the benefits for consumption are mentioned, developing surveys of tastes and preferences of acceptance to a specific group of mothers of families of newborns with the purpose of presenting a quality product. The manufacturing processes of said product were analyzed. An investment plan was prepared, to analyze production costs and expenses and to know if the business plan is viable based on financial indicators. In short, the innovative product aims to enter the market and compete with products of the same characteristics, being able to meet the customers' needs and satisfactions.

KEYWORDS: babies, business plan, cream, ñachak flower, scalds.

INTRODUCCIÓN

El producto nace de una idea para un emprendimiento con el propósito de lograr satisfacer las necesidades del cliente, el presente proyecto está basado en la elaboración del producto: crema de escaldadura para los bebés a base de la flor de ñachak, la cual tiene varias propiedades curativas permitiendo brindar beneficios para tratar enfermedades como: escaldaduras de los bebés, para curar la ictericia, pañalitis en los recién nacidos, afecciones hepáticas e incluso hepatitis entre otras. El producto mencionado contiene un producto natural como es la flor de ñachak que lo hace diferente a la competencia ya que por su composición lo hace único.

En el capítulo I, hace referencia al área de marketing donde se da a conocer las características y beneficios de la flor de ñachak, se indica el aspecto innovador del producto, otro factor importante que se toma en cuenta en este capítulo es conocer la aceptación del producto en el mercado mediante encuestas direccionadas al segmento de las madres de familia de recién nacidos.

En el capítulo II, se analiza el área de producción, se menciona la ubicación de la futura empresa, el diseño de la estructura, la distribución de la planta de producción, el proceso de fabricación en base al diagrama de flujo e indicadores de control de calidad para el producto innovador.

En el capítulo III, se refiere al área de la organización que describe el tipo de empresa de acuerdo a las políticas de las PYMES, dentro de este capítulo se analiza la misión y visión de dicha empresa y objetivos a donde queremos llegar, se analizará la estructura funcional y las funciones por puesto.

En el capítulo IV, se basa en el marco legal, los requisitos y permisos que requieren la empresa para funcionar formalmente así como las respectivas normas que se debe implementar para la elaboración del producto.

En el capítulo V, el estudio financiero permite analizar la inversión que la empresa necesita para dar inicio al proyecto determinando los costos y gastos de operaciones así como los indicadores financieros tales como estados financieros, presupuestos

de ingresos, punto de equilibrio y la evaluación financiera a través de los indicadores financieros que analizara si el plan de negocios es factible.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 Definición del producto o servicio

Según Oliveros y Esparragoza (2016) mencionan que “un producto puede ser definido como el conjunto de características, tanto favorables como desfavorables, y beneficios que un consumidor alcanza mediante un intercambio con un oferente y el cual suministra su servicio mediante el uso en la experiencia de consumo” (pág. 36).

1.1.1 Especificación del servicio o producto

El producto para el que vamos a medir la factibilidad comercial es una crema de escaldaduras de bebés a base de la flor de ñachak, el cual busca satisfacer una necesidad que es la dermatitis de los bebés a base de un compuesto natural.

La flor de ñachak es nativa y endémica de zonas andinas, nuestros abuelos la usaban y continúan haciéndolo para curar la ictericia, pañalitis en los recién nacidos, afecciones hepáticas e incluso hepatitis (Apireal, 2018).

1.1.2 Aspectos innovadores que proporciona

La crema para la escaldaduras de los bebés presenta un aspecto creativo e innovador ya que está elaborada a base de una planta natural como es la flor de ñachak la cual la usamos para tratar las escaldaduras machacando la planta y colocándola en la zona afectada (PermaTree, 2016).

1.2 Definición del mercado

Según Vallejo (2016) menciona que “el mercado está constituido por ofertantes y demandantes además el mercado está constituido por un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto ubicados en un sector geográfico determinado” (pág. 22).

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

Según Kaneshiro y Zieve (2011) indican que la pañalitis es la irritación en el área del pañal la cual es más común en bebés entre los 4 y 15 meses de edad y puede agravarse más cuando el niño empieza a recibir alimentos sólidos.

El segmento de mercado para nuestro proyecto es la población económicamente activa de mujeres de la zona urbana de Salcedo que tienen bebés entre 1 a 24 meses de edad por lo que entre estas edades son cuando sus hijos sufren este problema de escaldaduras.

A continuación en la siguiente tabla realizamos la categorización de los sujetos indicando los sujetos que intervienen en el momento de realizar la compra de la crema:

1.2.1.1 Categorización de sujetos

Tabla 1: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién Compra?	Mamá
¿Quién Usa?	Bebé
¿Quién Decide?	Mamá
¿Quién Influye?	Pediatra

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.2 Estudio de segmentación

Segmentación conductual

Según Blanco y Mercado (2016) interpretan que la segmentación conductual agrupa a los compradores en función del conocimiento, actitud y respuesta frente a los productos siendo uno de los mejores puntos de partida para segmentar los mercados.

Segmentación geográfica

Según Kotler (2003) relacionan a la segmentación geográfica en la división del mercado tomando en cuenta las diferencias geográficas entre un lugar y otro a la hora de distribuir los productos o servicios.

Segmentación demográfica

Según Kotler y Armstrong (2003) indican que en la segmentación demográfica el mercado se divide en grupos tomando en cuenta la edad, género, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, escolaridad, religión, raza, generación y nacionalidad.

1.2.1.2.1 Estudio de segmentación para la mamá

Dimensión conductual

Tabla 2: Dimensión conductual de la mamá

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Seguridad
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positivo

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Dimensión geográfica

Tabla 3: Dimensión geográfica de la mamá

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
País	Ecuador	14.483.499	16.903.294
Región	Sierra	6.081.342	6.812.881
Provincia	Cotopaxi	409.205	470.128
Ciudad	Salcedo	58.216	65.065
Zona urbana	Salcedo	12.488	13.957

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

Para realizar la proyección de la población del año 2010 al 2018 lo hicimos mediante la tasa de crecimiento de 1.95% para país; para la región sierra con la tasa de 1.43%, con 1.75% para la provincia y finalmente para la ciudad lo calculamos con la tasa de crecimiento poblacional de Salcedo que es del 1.40%.

Dimensión demográfica

Tabla 4: Dimensión demográfica de la mamá

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
Sexo	Mujeres	30.336	33.904
Edad	15-49	14.143	15.807
Socioeconómico	PEA	13.622	15.225
Madres	Hijos de 1-2 años	1.182	1.554

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.2.2 Estudio de segmentación para el bebé

Dimensión conductual

Tabla 5: Dimensión conductual del bebé

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	-----
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positivo

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Dimensión geográfica

Tabla 6: Dimensión geográfica del bebé

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
País	Ecuador	14.483.499	16.903.294
Región	Sierra	6.081.342	6.812.881
Provincia	Cotopaxi	409.205	470.128
Ciudad	Salcedo	58.216	650.65
Zona urbana	Salcedo	12.488	13.957

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

Para realizar la proyección de la población del año 2010 al 2018 lo hicimos mediante la tasa de crecimiento de 1.95% para país; para la región sierra con la tasa de 1.43%, con 1.75% para la provincia y finalmente para la ciudad lo calculamos con la tasa de crecimiento poblacional de Salcedo que es del 1.40%.

Dimensión demográfica

Tabla 7: Dimensión demográfica del bebé

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
Sexo	Hombres y Mujeres	3.700	4.135
Edad	1-2 años	1.182	1.554

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.2.3 Estudio de segmentación para el pediatra

Dimensión conductual

Tabla 8: Dimensión conductual pediatra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Fisiológica
Tipo de compra	-----
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positivo

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Dimensión geográfica

Tabla 9: Dimensión geográfica del pediatra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
País	Ecuador	14.483.499	16.903.294
Región	Sierra	6.081.342	6.812.881
Provincia	Cotopaxi	409.205	470.128
Ciudad	Salcedo	58.216	65.065
Zona urbana	Salcedo	12.488	13.957

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

Dimensión demográfica

Tabla 10: Dimensión demográfica del pediatra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
Sexo	Hombres/Mujeres	3	3
Edad	27-55 años	3	3
Ocupación	Pediatra	3	3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.3 Plan de muestreo

Según Muñoz (2015) menciona que “la muestra es el segmento de la población que se considera representativa de un universo y se selecciona para obtener información acerca de las variables objeto de estudio” (pág. 56). Una vez que hemos identificado el universo poblacional que es de 1554 madres que tienen hijos entre 0-24 meses de edad se procede a determinar la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra utilizaremos el muestreo aleatorio simple para una población finita ya que todos los elementos que conforman el conjunto a ser investigado de la población tienen la misma probabilidad de ser elegido para la recolección de la información. Este muestreo aplica la siguiente fórmula:

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

Tabla 11: Datos para el cálculo de la muestra

VARIABLES	DATOS
n= tamaño de la muestra	?
N= universo poblacional	1.554
Z= nivel de confianza 95%	1.96
e= error muestral 5%	0.05
p= probabilidad a favor	0.5
q= probabilidad en contra	0.5

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

$$n = \frac{1554 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(1554 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1492,4616}{4,8429}$$

$$n = 308$$

El tamaño poblacional al cual aplicamos las encuestas es de 308 madres de familia que tienen hijos entre 1 a 24 meses de edad, la encuesta se la llevó a cabo en lugares como supermercados y farmacias, la persona encuestada fue siempre a las madre de familia que tengan bebés entre 1 a 24 meses de edad.

Objetivo específico 1

- Conocer los canales de comercialización preferidos de las madres de familia de la ciudad de Salcedo al momento de comprar las cremas de escaldaduras para sus bebés.

Tabla 12: Cuadro de necesidades objetivo 1

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Tipos de canales existentes	Secundaria	Libros	Sistemas de información
Información geográfica de mi mercado potencial	Secundaria	Estudio de segmentación	Sistemas de información
Tamaño del mercado potencial	Secundaria	Estudio de segmentación	Sistemas de información
Puntos de venta de mayor preferencia para mi mercado potencial	Primaria	Consumidores	Cuestionario (encuesta)

Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

Objetivo específico 2

- Determinar cuáles son los recursos materiales, humanos y tecnológicos necesarios para la elaboración de una crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak.

Tabla 13: Cuadro de necesidades objetivo 2

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Composición de las cremas de escaldaduras para los bebés	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Beneficios de la flor de ñachak	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Maquinaria necesaria para la elaboración	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Costos de la maquinaria	Secundaria	Internet	Sistemas de información

Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

Objetivo específico 3

- Estructurar una estrategia comunicacional para el lanzamiento de la crema de escaldaduras de bebés a base de la flor de ñachak en la ciudad de Salcedo.

Tabla 14: Cuadro de necesidades objetivo 3

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Marca de crema de escaldaduras para los bebés de mayor aceptación de mi mercado potencial	Primaria	Consumidores	Cuestionario (encuesta)
Tipos de estrategias comunicacionales existentes en las cremas de escaldaduras para los bebés	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Los medios de comunicación de mayor aceptación	Primaria	Consumidores	Cuestionario (encuesta)
Estrategias publicitarias recomendadas	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Publicidad de la competencia	Secundaria	Internet	Sistemas de información

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

Información secundaria

Sistemas de información

Necesidad 1: Tipos de canales existentes

Según Mendoza (2018) los clasifica de la siguiente manera:

- Canal largo es el que está formado por un número elevado de intermediarios en el cual intervienen el fabricante, un mayorista, un minorista y el consumidor.
- Canal corto es aquel que tiene pocos intermediarios.
- Canal directo es el que carece de intermediarios lo que supone la relación directa entre el productor y el consumidor.

Necesidad 2: Información geográfica de mi mercado potencial

Tabla 15: Información geográfica de mi mercado potencial

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
País	Ecuador	14.483.499	16.903.294
Región	Sierra	6.081.342	6.812.881
Provincia	Cotopaxi	409.205	470.128
Ciudad	Salcedo	58.216	65.065
Zona urbana	Salcedo	12.488	13.957

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

Para realizar la proyección de la población del año 2010 al 2018 lo hicimos mediante la tasa de crecimiento de 1.95% para país; para la región sierra con la tasa de 1.43%, con 1.75% para la provincia y finalmente para la ciudad lo calculamos con la tasa de crecimiento poblacional de Salcedo que es del 1.40%.

Necesidad 3: Tamaño del mercado potencial

Tabla 16: Tamaño de mi mercado potencial

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2018
Sexo	Hombres y Mujeres	3700	4152
Edad	1-2 años	1182	1554

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Autor: Proaño, J (2018)

Necesidad 4: Composición de las cremas de las escaldaduras para los bebés

Tabla 17: Composición farmacéutica

COMPOSICIÓN		
	Ingredientes	Cantidad
Cada 100g de crema contiene:	Óxido de Zinc	40g
	Excipiente cbp	100g

Fuente: DESITIN (2018)

Autor: Proaño, J (2018)

Necesidad 5: Beneficios de la flor de ñachak

La flor de ñachak se usa para tratar escaldaduras así como para tratar infecciones de los ojos, para curar la sordera, para tratar afecciones a los riñones, hígado, la ictericia, para tratar golpes además la infusión de la planta se toma para facilitar el parto (PermaTree, 2016).

Necesidad 6: Maquinaria necesaria para la elaboración

Es necesario una máquina de tubo de llenado ya que estas máquinas se utilizan para llenar los tubos de pomada, tienen una velocidad de 60 paquetes / minutos para un diámetro de tubo de 12 mm a 50 mm y una capacidad de llenado de 5 a 150 gramos con una tolerancia posible de -2% (CHITRA, 2018).

Necesidad 7: Costos de la maquinaria

El costo de la máquina de llenado de tubo de pomada es de Rs 9500 (rupias indias) que al convertirla al dólar americano es de \$ 136 (CHITRA, 2018).

Necesidad 8: Tipos de estrategias comunicacionales existentes

Según Violán (2014) las estrategias de comunicación son un tipo de herramienta de negocio que ayuda a la organización a alinear sus objetivos generales con un

plan de marketing, pese a que existen muchos tipos de estrategia de comunicación lo más habitual es englobarlas en dos tipos:

- Estrategias de comunicación online: tenemos los blogs y redes sociales son los dos medios de atención en los que se centran las empresas que trabajan en este entorno.
- Estrategias de comunicación offline: son consideradas como las más tradicionales y tienen que ver con el networking.

Necesidad 9: Estrategias publicitarias recomendadas

El hombre lleva haciendo publicidad hace más de 2.000 años por tal motivo las novedades que van surgiendo no son más que un giro de algo que ya existía es decir una nueva versión mejorada (Muriel, 2017). A continuación se muestran las siguientes estrategias publicitarias:

- Mostrar una identidad propia: en la actualidad los consumidores esperan muchas más cosas de las marcas y que sean únicas.
- El poder de las emociones: hoy en día lo emocional es una idea que se repite una y otra vez.
- El poder de lo racional: se trata de hacer ver al consumidor lo bueno que es el producto que ofrecemos.
- Cambiar el orden de las cosas: es el tipo de anuncio que escoge algo conocido por todos y lo repite.
- La publicidad como elemento con utilidad: apuestan por no lanzar simplemente un anuncio sino por dar cosas que son en realidad anuncios.
- Atacar a la competencia: es una estrategia de publicidad que a lo largo de las décadas han utilizado muchas marcas.
- No todos los canales son iguales: la publicidad elige de manera muy concreta y muy especial el canal en el que quiere mostrarse al consumidor.

Necesidad 10: Publicidad de la competencia

La publicidad es un instrumento de comunicación que tiene como objeto informar, convencer y persuadir a los consumidores receptores del mensaje para su adquisición (Galicia, 2013). Entre la publicidad que utiliza la competencia tenemos las siguientes:

- Comunicación masiva: su fin es llegar al mayor número posible de personas.
- Comunicación pagada y controlada.



Figura 1: Spot competencia
Fuente: DESITIN (2018)
Autor: Proaño, J (2018)

1.2.1.5 Análisis e Interpretación

Encuesta

Pregunta 1. ¿Usted ha comprado alguna vez crema para escaldaduras para su hijo?

Tabla 18: Ha comprado crema de escaldaduras de bebés

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	304	99%
No	4	1%
Total	308	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

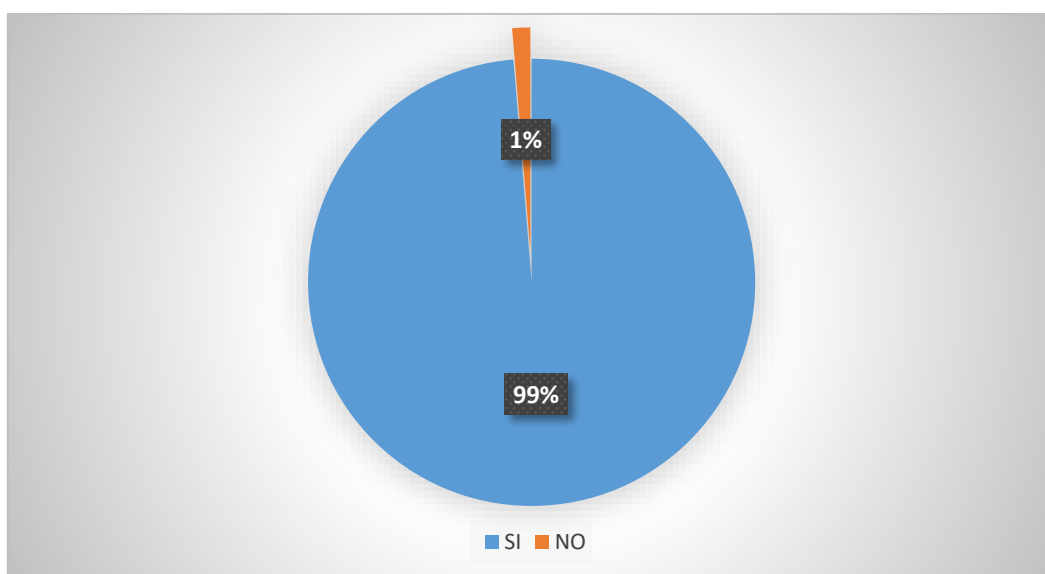


Figura 2: Compra de crema de escaldaduras

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 99% respondieron que si han comprado la crema de escaldaduras de bebés para su hijo y el 1% contesta que no ha comprado.

Análisis: llegamos a la conclusión que un 99% de las madres de familia han comprado alguna vez crema de escaldaduras para sus hijos por lo tanto si utilizan están cremas del mercado.

Pregunta 2. De los siguientes beneficios que proporciona la crema para escaldaduras indique la importancia que tiene para usted:

Tabla 19: Beneficios de la crema de escaldaduras para los bebés

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Humectación de la piel del bebé	30	10%
Disminución de los granos en la piel afectada del bebé	124	42%
Disminución del ardor en la piel del bebé	87	28%
Disminución del enrojecimiento en la piel del bebé	63	20%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

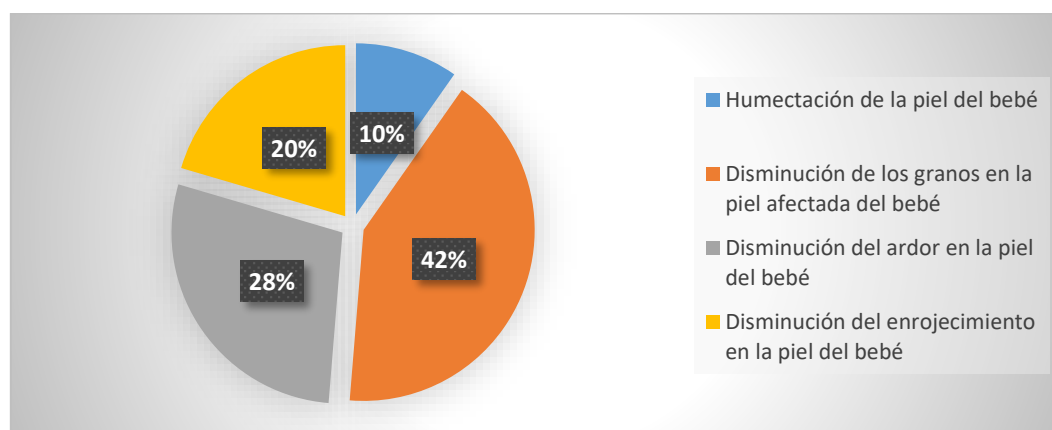


Figura 3: Beneficios de la crema

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 42% respondieron en la disminución de los granos en la piel afectada del bebé, 28% respondieron en la disminución del ardor de la piel del bebé, 20% respondieron en la disminución del enrojecimiento en la piel del bebé y 10% respondieron en la humectación de la piel del bebé.

Análisis: el valor porcentual más alto nos indica que el 42% de las madres están de acuerdo que disminuye los granos en la piel afectada del bebé.

Pregunta 3. ¿Usted conocía que la flor de ñachak tiene muchos beneficios entre ellos que sirve para curar las escaldaduras de los bebés?

Tabla 20: Beneficio de la flor de ñachak

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	22	7%
No	282	93%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

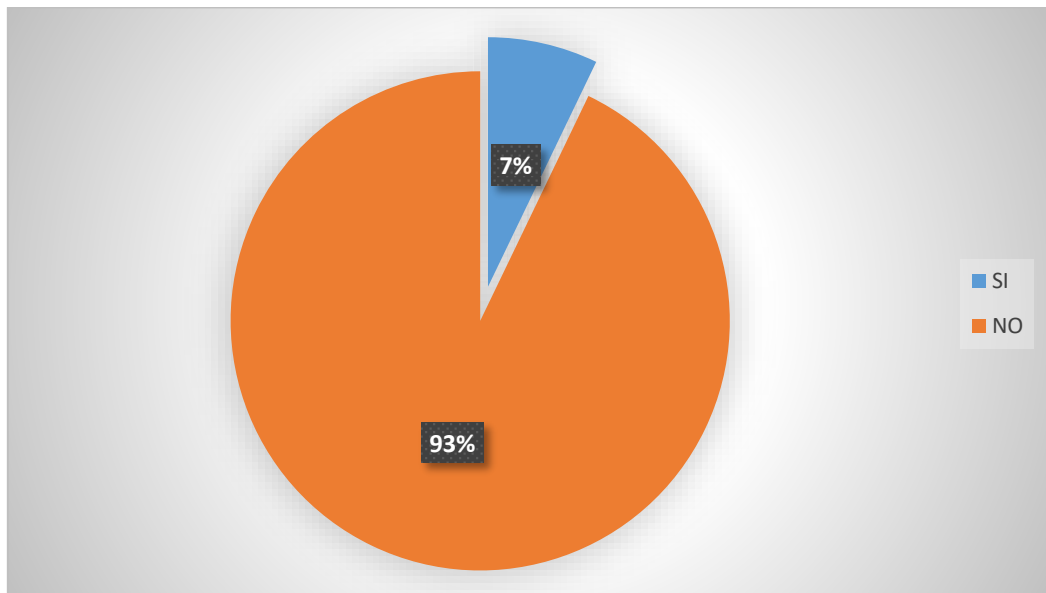


Figura 4: Beneficio de la flor de ñachak

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 93% respondieron que no conocen que la flor de ñachak ayuda a curar las escaldaduras de los bebés y el 7% respondieron que si conocen que ayuda a curar las escaldaduras de los bebés.

Análisis: la mayoría de las madres es decir el 93% no conocen los beneficios que tiene la flor de ñachak.

Pregunta 4. ¿Sabiendo que la flor de ñachak ayuda a curar las escaldaduras de los bebés compraría usted una crema a base de esta flor?

Tabla 21: Compraría usted la crema hecha a base de la flor de ñachak

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	302	99%
No	2	1%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta
Autor: Proaño, J (2018)

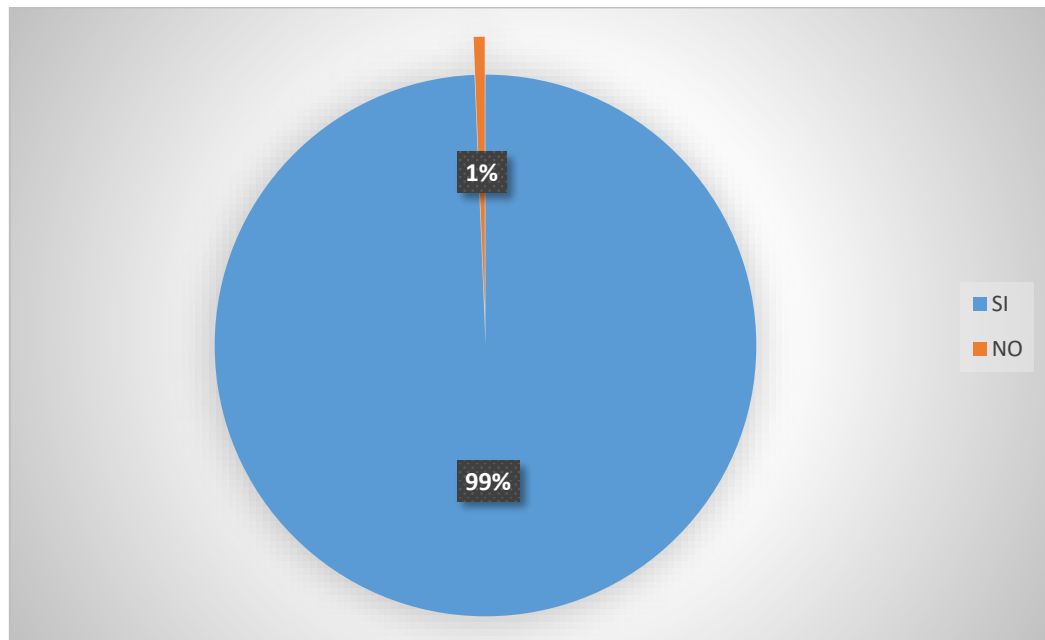


Figura 5: Compraría una crema a base de flor de ñachak

Fuente: Encuesta
Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 99% respondieron que si comprarían una crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de ñachak y el 1% respondieron que no la comprarían.

Análisis: el valor porcentual más alto nos indica que el 99% de las madres de familia estarían dispuestas a comprar la crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak.

**Pregunta 5. ¿De estas cuatro marcas de cremas de escaldaduras para bebés?
¿Cuál es la que compra?**

Tabla 22: Marcas que compran de cremas de escaldaduras para los bebés

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Desitin	201	66%
Bepanthen	45	15%
Hipoglos	57	18%
Eritium	1	0,32%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

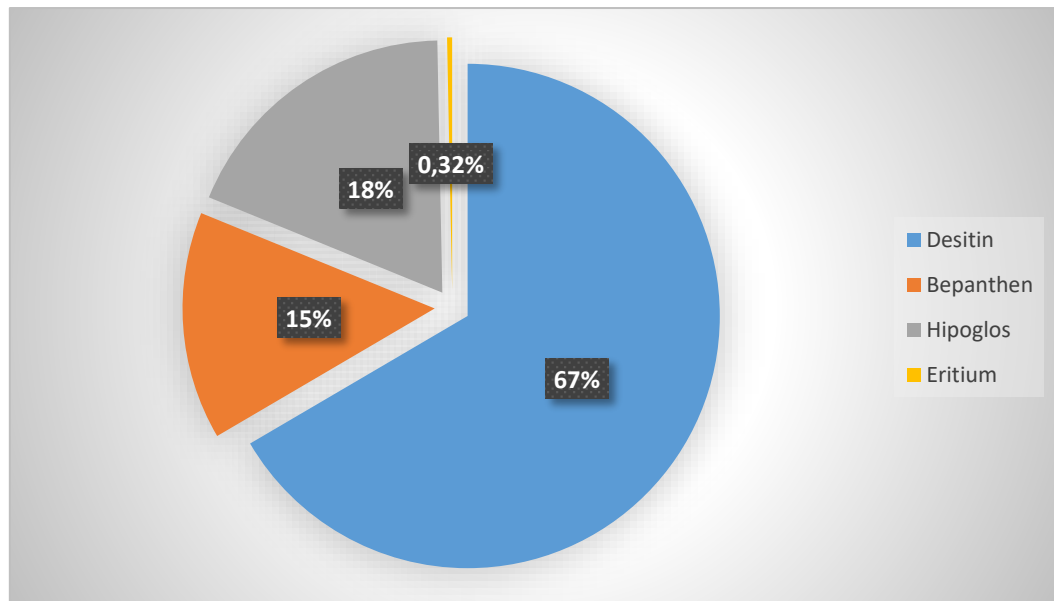


Figura 6: Marcas de cremas de escaldaduras para los bebés que compra

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 67% respondieron que compran la crema de marca Desitin, 18% Hipoglos, 15% Bepanthen y el 0,32% Eritium.

Análisis: con respecto a la crema de escaldaduras de bebés preferida por parte de las madres de familia nos indica que es la marca Desitin con el 67%.

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia compra al mes la crema de escaldaduras para bebés?

Tabla 23: Frecuencia de compra de la crema

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Una vez	300	98,70%
Dos veces	3	0,97%
Tres veces	1	0,33%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

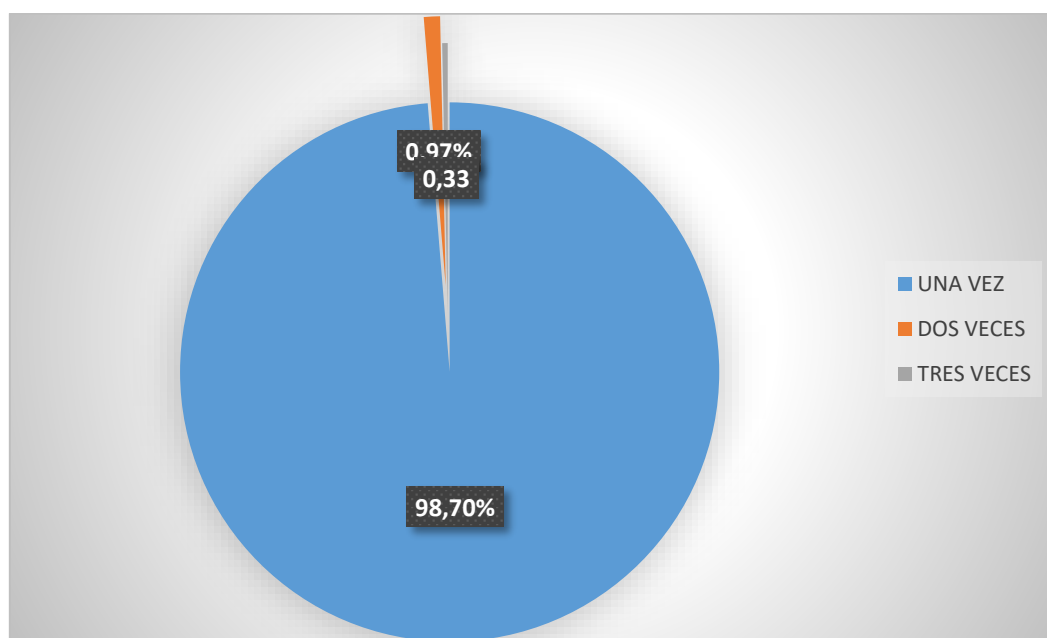


Figura 7: Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 98,70% respondieron que compran una vez, 0,97% respondieron que compran dos veces y tres veces respondieron el 0,33%.

Análisis: el valor porcentual más alto que es de 98,70% nos que las madres de familia compran una vez al mes la crema de escaldaduras para sus bebés.

Pregunta 7. ¿Dónde compra la crema de escaldaduras para los bebés?

Tabla 24: Donde compra las cremas

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Farmacias	293	96,43%
Naturistas	2	0,65%
Supermercados	8	2,60%
Minimarket	1	0,32%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

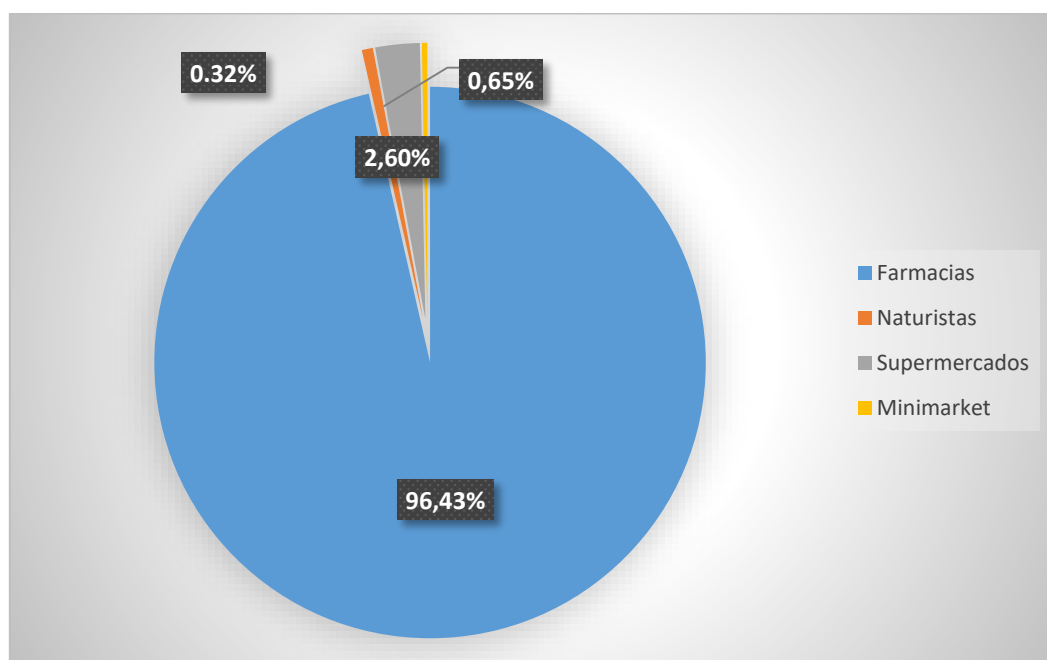


Figura 8: Donde compra la crema

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 96,43% respondieron que compran en las farmacias, 2,60% en los supermercados, 0,65% respondieron en los naturistas y 0,32% respondieron en los minimarket.

Análisis: el valor porcentual más alto que es de 96,43% indican que compran las cremas de escaldaduras de los bebés en las farmacias.

Pregunta 8. ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia para escuchar la información de venta las cremas de escaldaduras de bebés?

Tabla 25: Medios de comunicación de preferencia

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Televisión	128	43%
Redes Sociales	101	33%
Periódico	54	17%
Radio	21	7%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

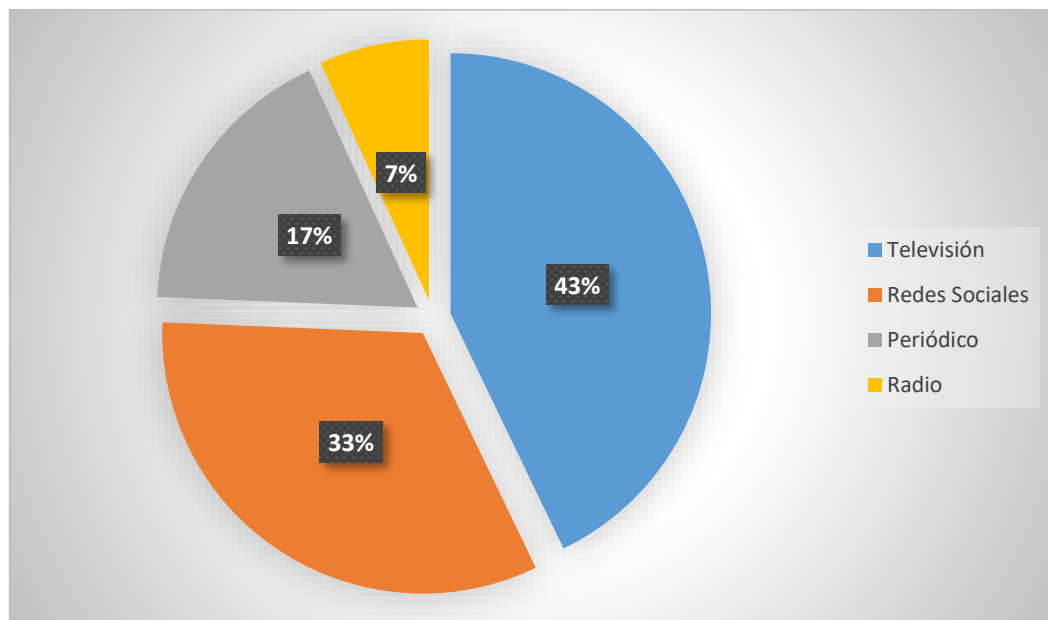


Figura 9: Medio de comunicación de preferencia

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 43% respondieron en la televisión, 33% en las redes sociales, 17% en el periódico y 7% respondieron la radio.

Análisis: el medio de comunicación preferido por parte de las madres de familia es la televisión, seguido por las redes sociales.

Pregunta 9. ¿Conoce usted la composición de las cremas de las escaldaduras de los bebés?

Tabla 26: Composición de las cremas

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	1	0,32%
No	303	99,68%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

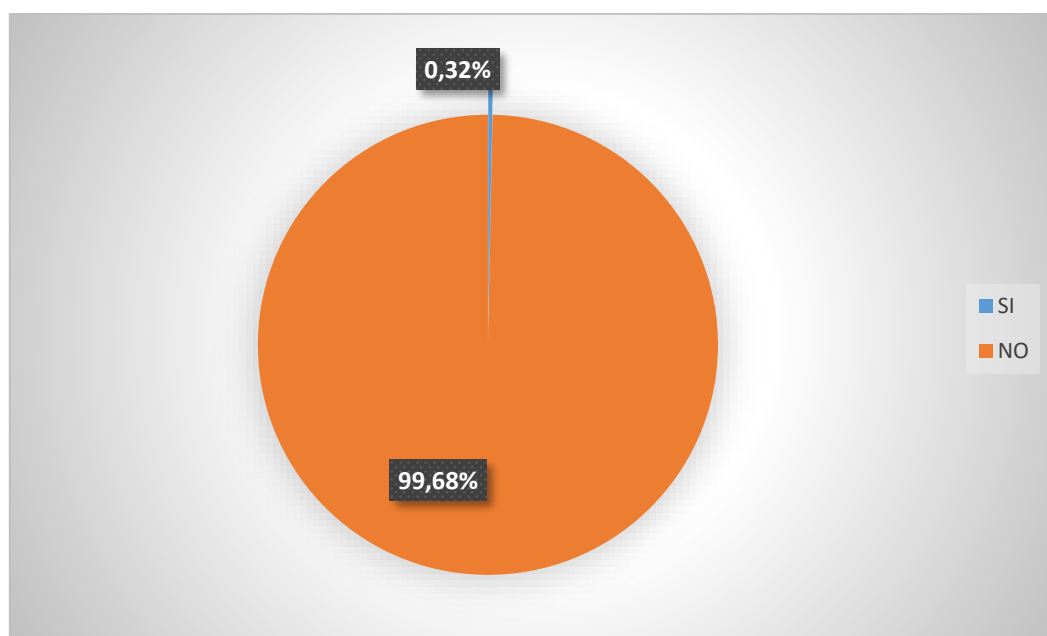


Figura 10: Composición de las cremas

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 99,68% respondieron que no conocen la composición de las cremas de escaldaduras de los bebés y el 0,32% respondieron que si conocen la composición.

Análisis: La mayoría de las madres de familia en un 99,68% del total no conocen la composición de las cremas de escaldaduras que compran para sus bebés.

Pregunta 10. ¿Cuál es la presentación de las cremas de escaldaduras que usted compra?

Tabla 27: Presentaciones de la crema que más compra

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
300gr	2	1%
150gr	29	9%
30gr	273	90%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

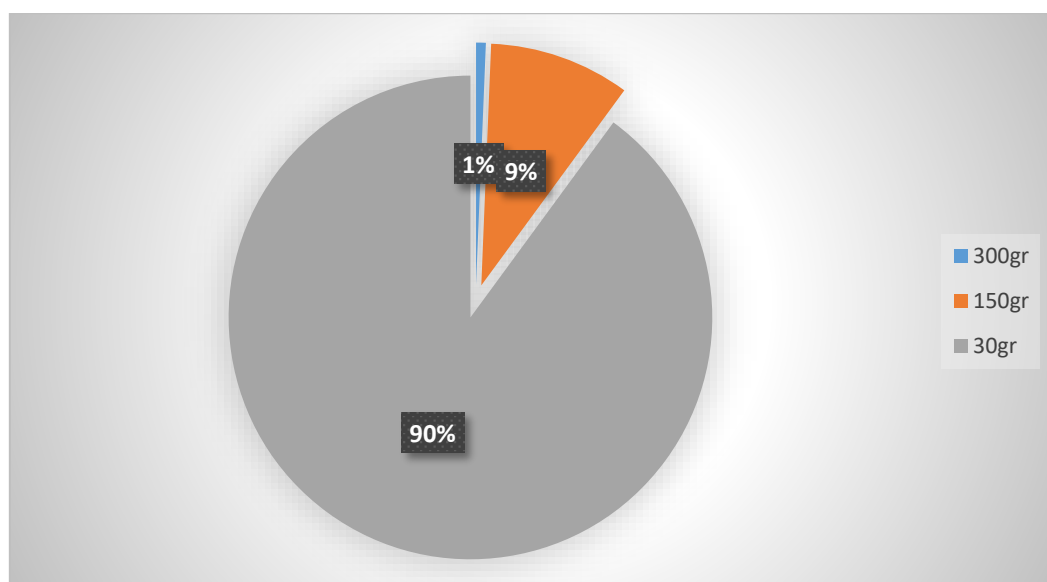


Figura 11: Presentación que más compra

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 90% respondieron que compran la presentación de 30gr, el 9% respondieron que compran la de 15gr y el 1% respondieron que compran la de 300gr.

Análisis: la presentación mayor comprada de crema de escaldaduras para los bebés por parte de las madres es de la de 30gr en un 90% del total.

Pregunta 11. ¿Cuánto dinero gasta generalmente en la compra de la crema de escaldaduras para su bebé?

Tabla 28: Gasto en la crema

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
\$1 a \$2	12	4%
\$3 a \$5	290	95%
\$6 en adelante	2	1%
Total	304	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

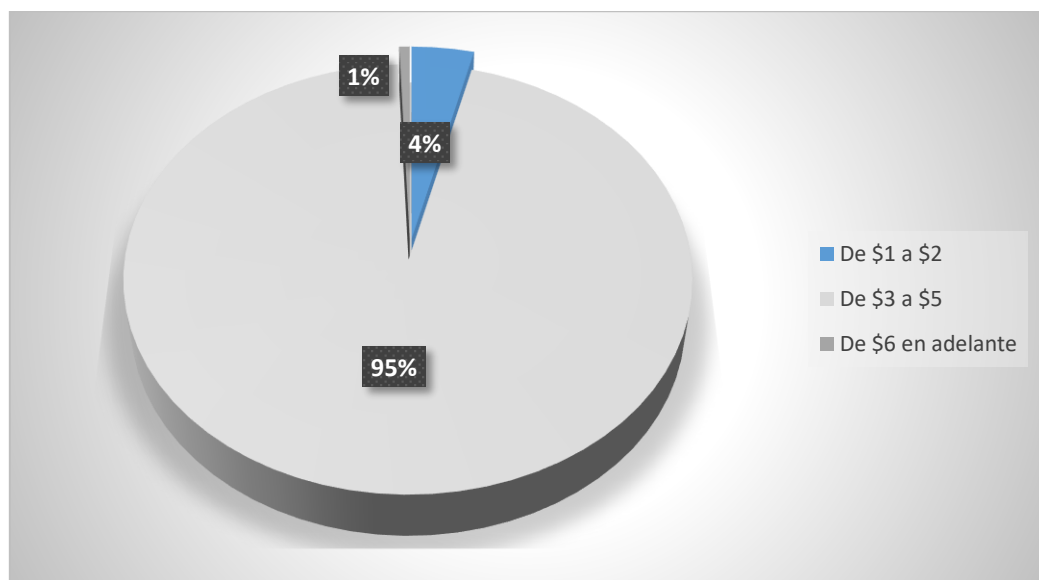


Figura 12: Gasto en la crema

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: 95% respondieron que pagan por la crema de \$3 a \$5, el 4% respondieron que pagan de \$1 a \$2 y el 1% respondieron que pagan de \$6 en adelante.

Análisis: el 95% de las madres de familia pagan de \$3 a \$5 por lo tanto para nuestro producto tendremos que oscilar entre esos precios.

1.2.2 Demanda Potencial

Según Álvarez y Fernández (2005) mencionan que la demanda está compuesta por aquellas personas que están dispuestas a comprar un producto que está establecido mediante los productores en unidades monetarias. Realizamos el análisis de la demanda de acuerdo a la encuesta realizada tomando en cuenta que está dirigido a las madres de familia que tienen bebés entre 1 y 24 meses de edad de la ciudad de Salcedo, dando un total de 1554 madres de familia para ello se realiza con la siguiente pregunta de la encuesta con la respuesta Si:

¿Sabiendo que la flor de ñachak ayuda a curar las escaldaduras de los bebés compraría usted una crema a base de esta flor?

Tabla 29: Datos para el cálculo de la demanda

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	Nº PERSONAS
Si	302	99,35%	1.544
No	2	0,65%	10
Total	304	100%	1.554

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Proyección de la demanda (TCP)

Tabla 30: Proyección de la demanda en personas

AÑO	DEMANDA
2018	1544
2019	1750
2020	1774
2021	1799
2022	1824

Fuente: Datos demanda

Autor: Proaño, J (2018)

Para el primer año se obtiene un total de 1.544 madres de familia y para las proyecciones de los siguientes años se ha tomado en cuenta con la tasa de crecimiento poblacional que es del 1.40% de la ciudad de Salcedo.

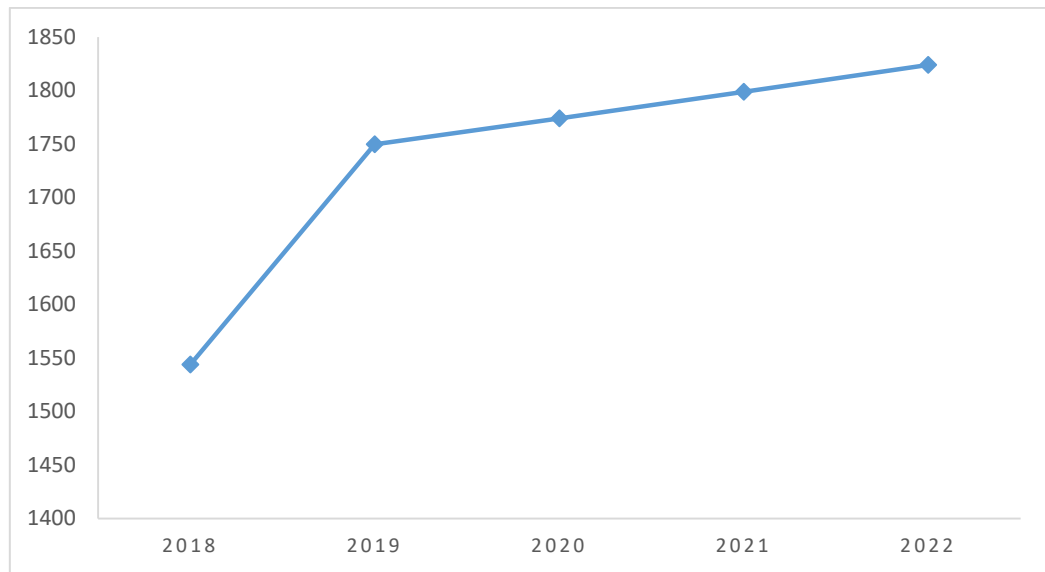


Figura 13: Proyección de la demanda

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

El cálculo de la proyección de la demanda para la producción y comercialización de crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de nachak se estima una demanda de 1544 personas para el 2018 que podrán adquirir la crema obteniendo un incremento para el año 2022 de 1824 personas.

1.3 Análisis del macro y micro ambiente

Al momento de emprender un negocio nuevo es muy importante analizar todas las variables y factores que podrían afectar al desempeño, las mismas que pueden ser oportunidades o amenazas para la empresa (Montgomery, 2002).

1.3.1 Análisis del micro ambiente

De acuerdo con Ireland y Hoskisson (2008) el modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta útil para el análisis de mercado para así poder determinar los factores que determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas.

A continuación detallamos las cinco fuerzas que podrían afectar a nuestra organización:

Poder de negociación con los proveedores

En este caso se toma en cuenta que hay varias empresas nacionales que nos podrían distribuir la materia prima necesaria para la producción de la crema por lo tanto el poder de negociación de los proveedores es bajo.

Poder de negociación con los compradores

El cliente es el que tiene la razón por ende se toma en consideración brindar toda la información adecuada sobre el producto sus características y beneficios pero en este caso el poder de negociación del cliente es bajo porque en el mercado no hay otra crema que sea para las escaldaduras de los bebés a base de un producto natural.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Nuestro producto está hecho a base de un compuesto natural como es la flor de ñachak por lo cual le hace diferente a las cremas de escaldaduras para bebés existentes en el mercado por lo tanto no hay producto sustituto para los beneficios que tiene la flor y la crema.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Los nuevos competidores cada vez más ingresan con nuevos productos que pueden ofrecer iguales características para el cliente por lo tanto es media la amenaza de nuevos competidores.

Pero cabe indicar que los beneficios al ingresar otra empresa serian distintos ya que esta crema estaría hecha a base de la flor de ñachak y este producto es único ninguna otra flor tienen las mismas características y beneficios.

Rivalidad entre competidores

Existe alta variedad de cremas de escaldaduras para los bebés que compiten en el mercado por tal razón se debe analizar a la competencia cuáles son sus estrategias que aplican dentro de su organización, analizarlo va a permitir mejorar estrategias para poder afrontar a la competencia.

1.3.2 Análisis del macro ambiente

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos establece un análisis cuantitativo de los factores externos es decir tanto de las oportunidades como las amenazas (Talancón, 2006).

Tabla 31: Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS CLAVES				MEJORADA	
OPORTUNIDADES	Valor	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Acogida del mercado de productos naturales	0,10	4	0,40	4	0,40
Facilidad de financiamiento para emprendimientos	0,06	3	0,18	4	0,24
Ingresar al mercado como un producto innovador	0,12	4	0,48	4	0,48
Venta del producto en farmacias	0,10	3	0,30	3	0,30
Competencia poco innovadora	0,15	3	0,45	4	0,60
AMENAZAS	Valor	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Altos costos de importación de maquinaria	0,12	2	0,24	1	0,12
Desconocimiento del producto en el mercado	0,09	2	0,18	2	0,09

Situación política inestable	0,10	1	0,10	1	0,10
Alta competencia en el mercado	0,06	1	0,06	2	0,12
Tasas altas en entidades financieras	0,10	2	0,20	2	0,20
TOTAL	1,00		2,59		2,65

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: la ponderación se encuentra sobre el promedio ponderado que es de 2,5 que quiere decir el total ponderado es de 2,59 lo que muestra que para la elaboración del producto se presenta de manera optimista a las oportunidades y amenazas que se le presentan en el mercado que la empresa está respondiendo de manera eficiente a las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas.

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Según Thompson (1998) nos indica que la matriz de evaluación de los factores internos describe cuales son los factores internos que tienen influencia en el desempeño de una organización.

Tabla 32: Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

FACTORES EXTERNOS CLAVES			MEJORADA		
FORTALEZA	Valor	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Producto a base de la flor de ñachak	0,15	3	0,45	4	0,60
Conocimiento de la elaboración del producto	0,10	4	0,40	4	0,40
Materia prima disponible	0,10	4	0,40	4	0,40
Producto innovador	0,05	4	0,20	3	0,15
Manejo adecuado de los recursos financieros	0,10	4	0,40	4	0,40
DEBILIDADES	Valor	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Falta de capital propio	0,10	2	0,20	2	0,20

Falta de experiencia en el mercado	0,15	1	0,15	2	0,30
Falta de tecnología	0,10	1	0,10	1	0,10
Desconocimiento de los beneficios de la flor de ñachak	0,05	2	0,10	1	0,05
Procesos inadecuados para la producción de las cremas.	0,10	2	0,20	2	0,20
TOTAL	1,00		2,60		2,80

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Interpretación: al realizar la matriz de evaluación de los factores internos nos indica que el total ponderado es de 2,60 lo que muestra que está más arriba de la media por ende en la mejorada disminuyó la calificación de las debilidades y se aumentó en las fortalezas dando como resultado 2,80, generando confiabilidad para la fabricación del producto.

Matriz de perfil competitivo (MPC)

Según Danel (2013) menciona que la matriz del perfil competitivo es una herramienta que nos permite identificar a las empresas competidoras más importantes además identifica sus competidores empresariales.

Para la elaboración de la matriz de perfil competitivo se identifica a dos empresas competidoras más importantes las cuales abarcan la mayor parte del mercado, se realiza un análisis de las fortalezas y debilidades planteando los factores claves del éxito.

Tabla 33: Matriz de perfil competitivo (MPC)

Factores Importantes para el Éxito	Mama Quilla			Desitin		Hipoglos		Mama Quilla (Mejorada)	
	Valor	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
I Producto Natural y Medicinal	0,20	1	0,20	2	0,40	2	0,40	2	0,40
D Calidad del producto	0,20	2	0,40	4	0,80	4	0,80	3	0,60
D Maquinaria especializada	0,05	4	0,20	4	0,20	3	0,15	4	0,20
D Innovación de nuevos productos	0,35	2	0,70	2	0,70	2	0,70	2	0,70
D Personal calificado	0,20	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80
TOTAL			2,30		2,90		2,85		2,70

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Análisis: como podemos observar la marca Desitin y Hipoglos tienen una ponderación de 2,90 a 2,85; es seguido de Mama Quilla con 2,30 transformando las debilidades en fortalezas en el cuadro del MPC de la crema Mama Quilla a una crema mejorada con una ponderación de 2,30 a 2,70.

1.3.3 Proyección de la oferta

Según Lamb y Hair (2014) la oferta es la cantidad de un producto que uno o varios proveedores ofrecerán al mercado a distintos precios por un periodo de tiempo.

Para el cálculo de la oferta se hace mediante la siguiente pregunta de la encuesta planteada a las madres que tienen bebés de 1 a 24 meses de edad con la respuesta NO.

¿Sabiendo que la flor de ñachak ayuda a curar las escaldaduras de los bebés compraría usted una crema a base de esta flor?

Tabla 34: Datos para el cálculo de la oferta

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	Nº PERSONAS
SI	302	99,35%	1544
NO	2	0,65%	10
TOTAL	308	100%	1554

Fuente: Encuesta

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 35: Proyección de la oferta en personas

AÑO	OFERTA
2018	10
2019	10
2020	10
2021	10
2022	10

Fuente: Datos oferta

Autor: Proaño, J (2018)

En el cálculo de la proyección de la oferta para la producción y comercialización de crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de nachak, estimamos una oferta de 10 personas para el 2018, dicha cantidad se mantiene para los siguientes años la cual fue proyectada con la tasa de inflación del año 2018 la cual fue de 0,27%.

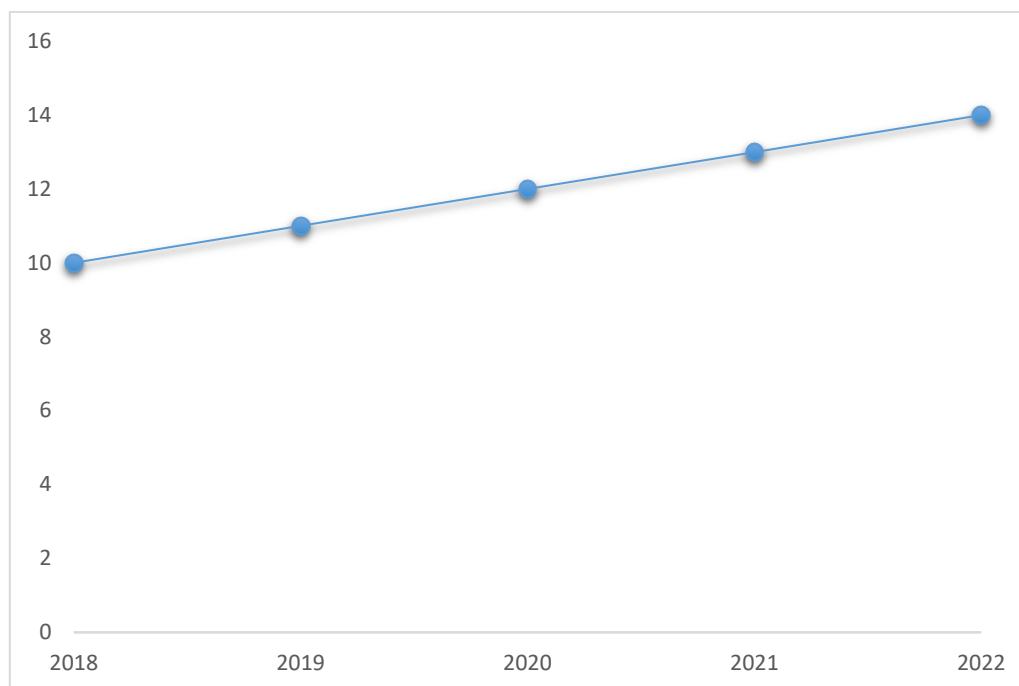


Figura 14: Proyección de la oferta
Fuente: Datos anuales oferta
Autor: Proaño, J (2018)

1.4 Demanda potencial insatisfecha

Según Rosales (2007) indica que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios que se podría consumir en años futuros.

Tabla 36: Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI/DÍA
2018	1544	10	1534	4
2019	1598	10	1588	4
2020	1654	10	1644	5
2021	1712	10	1702	5
2022	1772	10	1762	5

Fuente: Datos anuales oferta y demanda
Autor: Proaño, J (2018)

A continuación en la siguiente figura se puede visualizar la demanda potencial insatisfecha según los datos anteriormente recolectados de la tabla anterior:

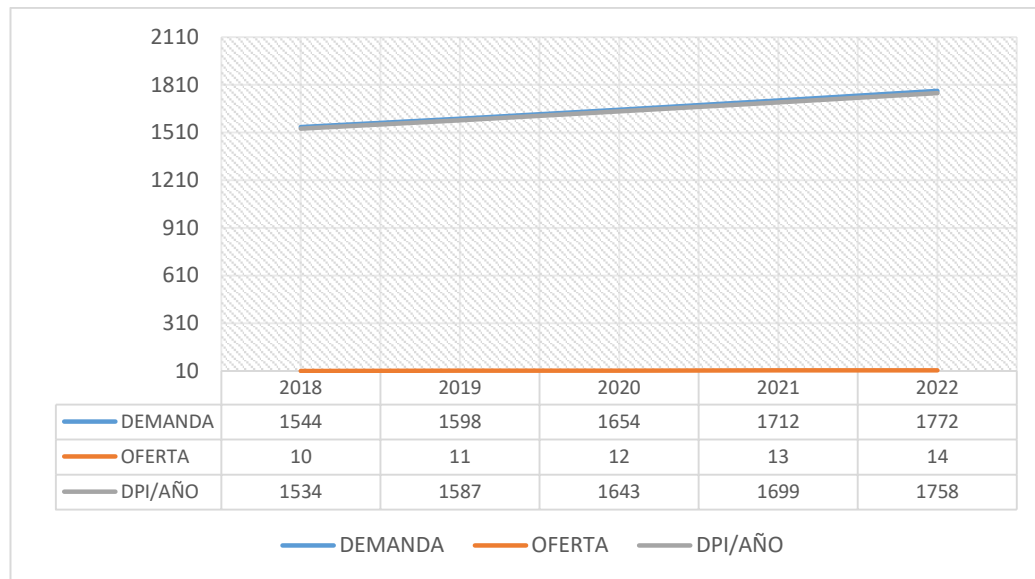


Figura 15: Demanda potencial insatisfecha
Fuente: Datos anuales oferta y demanda
Autor: Proaño, J (2018)

Con los resultados del cálculo de la demanda potencial insatisfecha la producción y comercialización de la crema de escaldaduras para los bebés podrá cubrir una demanda potencial insatisfecha en el mercado de 1534 en el año 2018, mientras que para el 2022 será de 1758.

1.5 Promoción y publicidad que se realizará (canales de comunicación)

Según Walker y Etzel (2010) mencionan que “la publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos” (pág.156).

La forma en la cual daremos a conocer la crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak es la siguiente:

- Mediante sponsors en la Radio Salcedo.
- En Facebook mediante cuñas.

De acuerdo con Ferrer y Medina (2014) los medios de difusión no convencionales o BTL incluyen inversiones publicitarias en cuanto a folletos, marketing telefónico, publicidad en el punto de venta, ferias, catálogos, boletines, guías, redes sociales, etc.

Plan de medios

El mensaje que utilizaremos será de carácter informativo enfatizando los beneficios de usar la crema de escaldaduras para bebés a base de un producto natural como es la flor de ñachak para ello se han elegido los medios que poseen gran cobertura y de un presupuesto que sea accesible para la empresa.

Principalmente se utilizara los flayers, afiches u hojas volantes los cuales contendrán información sobre la crema y los beneficios de la flor de ñachak.

A continuación en la siguiente tabla indicamos las estrategias a utilizar para la promoción y publicidad del plan de medios de la empresa:

Tabla 37: Estrategias del plan de medios

Objetivo: Estimular a los clientes potenciales a la compra del producto y comunicar los beneficios del producto en cuanto a precios, incentivos, promociones y beneficios para la salud.

MEDIO PUBLICITARIO	OBJETIVO	ESTRATÉGIA	PROYECTOS ESTRATÉGICOS	PRESUPUESTO – TIEMPO	RESPONSABLE
Página Web	Establecer vínculos para negocios mediante la oferta de nuevos productos	Implementación de una página web para la promoción de productos, y que tenga información atractiva especialmente de productos naturales.	Actualización frecuente de los contenidos de la página web. Comunicación interactiva con los consumidores. Diseño de la página web empleando marketing digital.	Octubre 2018 \$ 340	Vendedor/a
Redes Sociales	Comunicar al público e informar sobre las novedades de las cremas de escaldaduras de los bebés	Utilización de las redes sociales para la aplicación del Customer Relationship Management (CRM).	Desarrollo de aplicaciones en línea, web mediante el uso de instrumentos digitales. Monitoreo constante sobre el número de visitas que realicen en la página web.	Octubre 2018 \$980	Vendedor/a Administrador/a
Relaciones públicas	Captar clientes en ferias, comerciales, eventos médicos, etc.	Promoción de la crema de escaldaduras de los bebés.	Levantamiento de información sobre eventos en los que la empresa pueda participar. Desarrollo de cronograma para cada evento.	Octubre 2018 217,12	Vendedor/a

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

1.5.1 Diseño del empaque del producto

Según León (2013) indica que el envase es todo recipiente o soporte que guarda un producto para lo cual lo distingue de otros artículos y presenta el producto para su venta.

A continuación se indica el empaque del producto:



Figura 16: Imagen corporativa
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

1.5.1.1 Tipo de imagen corporativa

- Imagotipo: representación gráfica de una marca por medio de una o varias palabras junto a un icono.

1.5.1.2 Nombre del producto

- Mama Quilla: diosa de la mitología Inca la cual representaba a la luna y asumía la protección de todo el universo femenino y los recién nacidos.

1.5.1.3 Slogan

- Cuida las nalguitas de tu bebé: hace referencia a la diosa Mama Quilla que cuida a tu bebé.

1.5.1.4 Tipo de tipografía

- Título: quicksand bold este tipo de tipografía de palo seco, lineal sin rotulación o gótico que proporciona una buena legibilidad.
- Slogan: quicksand light es como una línea de trazo más suave que proporciona equilibrio.

1.5.1.5 Colores de la etiqueta y marca

Nos indica dos aspectos el positivo y negativo: el blanco y el negro para un mayor equilibrio y legibilidad con una animalia de color amarillo que resalta la flor de ñachak el ingrediente principal del producto. A continuación se detalla el significado de cada uno de los colores:

- Blanco: color puro simboliza pureza, se utiliza también para anunciar productos médicos.
- Negro: el negro puede tener dos variantes por un lado el lujo, es un color fuerte, ofrece elegancia, y sensualidad.
- Amarillo: simboliza el optimismo, este color atrae la atención de los consumidores dada su brillantez, es un color alegre y de aspecto cálido.

1.5.1.6 Formas del empaque

En la parte superior se encuentra la flor de ñachak contenida por un círculo con líneas entrecortadas la mitad superior es una línea continua la parte inferior que simula una luna que representa la diosa Mama Quilla, las líneas que salen del

círculo y rodean al imagotipo simulan los brazos de la Diosa Inca brindando protección.

1.6 Sistemas de distribución a utilizar (canales de distribución)

Según Best y Garly (2007) los canales tienen diferentes necesidades y prioridades responden a diferentes aspectos de lo que los proveedores modifican su comportamiento y su lealtad con el paso del tiempo. Lograr que los canales de distribución sean más efectivos en su papel puede ayudar a una empresa a atraer clientes finales y a establecer relaciones más rentables. En nuestro caso vamos a utilizar el canal Productor-Intermediario-Consumidor final.

1.7 Seguimiento de Clientes

El secreto para conseguir que los clientes compren una y otra vez en tu negocio está en dar seguimiento para conseguir un efecto positivo en ellos, cuando llamas al cliente para agradecerle su compra o para averiguar si está o no satisfecho con tu producto o servicio (Entrepreneur, 2018).

Es fundamental tener un seguimiento de nuestros clientes por lo cual se tendrá una base de datos de los mismos con la información más relevante.

Tabla 38: Seguimiento de clientes

SEGUIMIENTO DE CLIENTES				
Nº	Nombre del cliente	Dirección	Número	Correo
SA1	Daniela Montalvo	Venezuela y Carchi	2609778	damontaloriv@gmail.com
SA2	Evelyn Proaño	Chile y Venezuela	2604578	eveproaño@hotmail.com
SA3	Carmen Mancheno	Argelina y Uruguay	2603878	carmitancheno@yahoo.es

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Otra manera de realizar el seguimiento a nuestros clientes es mediante el programa “Mis Clientes 3.02” el cual es una completa herramienta para administrar tus clientes y trabajos pendientes o finalizados. Su uso es bastante sencillo entre las características y funciones de esta aplicación tenemos las siguientes:

- Almacenamiento de clientes.
- Mini buscador según nombre y apellido del cliente.
- Historial de trabajos pendientes, elegir las columnas a visualizar.
- Portable y fácil de utilizar
- Compatible con windows xp, 7 y 8
- Todo el almacenamiento en un único archivo clientes.

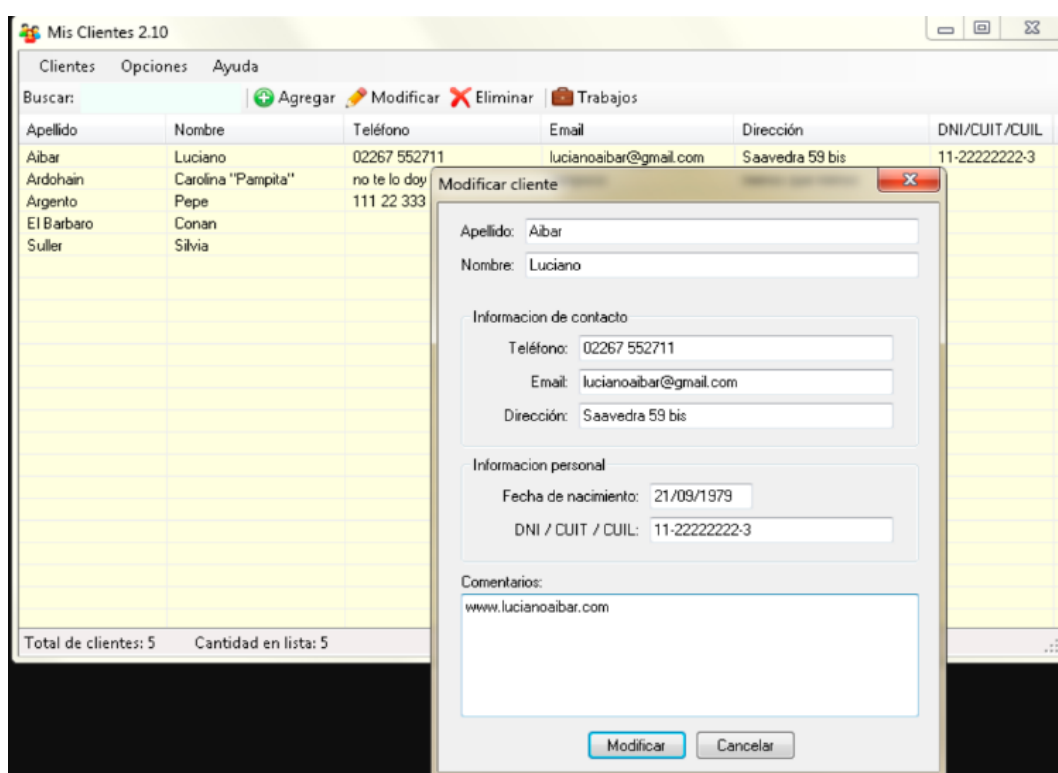


Figura 17: Mis clientes 3.02
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

1.8 Especificar mercados alternativos

En caso de que la crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de ñachak no tenga la aceptación en el mercado tenemos como alternativa el mercado de los deportistas ya que esta crema también ayuda a tratar los golpes y contusiones gracias a los varios beneficios que presenta esta flor.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 Descripción del proceso

Según Bergholz (2011) nos indica que la descripción de procesos es un elemento clave del trabajo ya que nos permite ver lo que hacemos y cómo lo hacemos siempre orientado a mejorar los resultados.

2.1.1 Descripción de proceso de transformación de bien o servicio

El proceso de fabricación de la crema a base de la flor de ñachak presenta varias etapas para la elaboración del producto. La flor de ñachak se usa para tratar escaldaduras, mordiendo o machacando la planta y colocándola en la zona afectada (PermaTree, 2016). Para la elaboración de la crema se requiere de los siguientes pasos de producción que se describen a continuación:

Recepción y documentación

En el momento de adquirir la materia prima se contará con proveedores que puedan cumplir con la capacidad que requiere la empresa para tener control en este proceso se llevaran hojas de control de entrada, salida y devoluciones de mercancía, este proceso tendrá una duración de 5 minutos.

Análisis de la materia prima

La materia prima es analizada para determinar si cumple con los requerimientos necesarios tanto físicos, químicos y de calidad en caso de no reunir dichas

características la materia prima es devuelta, este proceso tendrá una duración de 6 minutos.

Almacenamiento

Los operarios se encargaran de reembazar el aceite esencial de la flor de ñachak en envases indicados que sean propios para mantener el material en las condiciones de almacenamiento requeridas y evitar daños, este proceso tendrá una duración de 5 minutos.

Agitación y mezclado

Los operarios se encargan de la mezcla y agitación de los diversos componentes del producto a elaborar hasta adquirir las propiedades físico-químicas que son necesarias para la crema (densidad, viscosidad, aroma). El tiempo aproximado para este proceso es de 3 minutos.

Control de calidad

Los operarios se encargan de analizar las características físicas y químicas del producto terminado con el fin de verificar que el aceite esencial de la flor de ñachak posea todas las características requeridas.

En caso de no reunir las características requeridas se regresa para ser procesado nuevamente, el tiempo aproximado es de 10 minutos.

Trasformación del producto terminado

Una vez pasado el control de calidad del producto se realiza la transformación del producto para su correspondiente envasado y etiquetado del producto, el tiempo aproximado es de 2 minutos.

Almacenamiento del producto terminado

En esta etapa se le asigna el lote donde se ubicará el producto de acuerdo a la fecha de elaboración, etiquetación y fecha de salida el cliente, el tiempo aproximado es de 4 minutos.

2.1.1.1 Mapa de procesos

Según Álvarez y Manuel (2012) describen al mapa de procesos como una representación esquematizada de los procesos que conforman una organización, normalmente en este figuran los procesos clasificados por su finalidad en estratégicos, operativos y de apoyo.

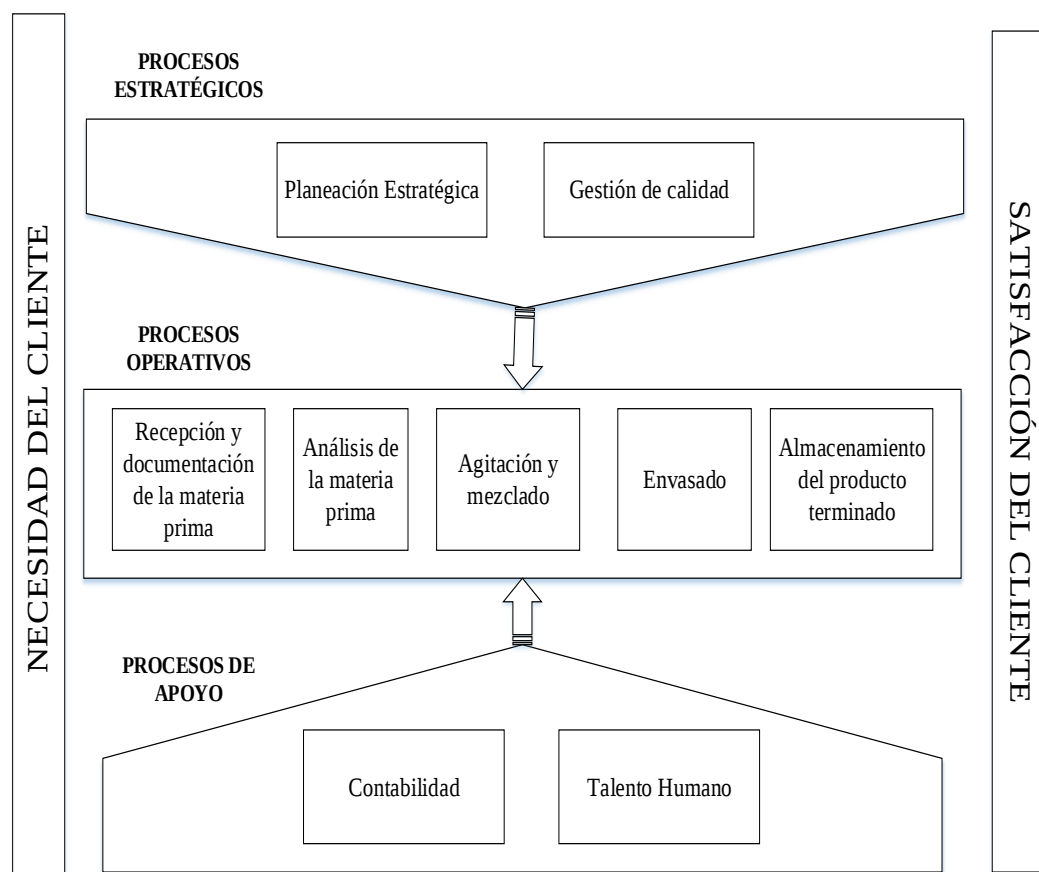


Figura 18: Mapa de procesos
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

2.1.1.2 Diagrama de flujo del proceso de producción

Según Manene (2011) menciona que un diagrama de flujo es una representación gráfica que describe un proceso a desarrollarse tanto en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa

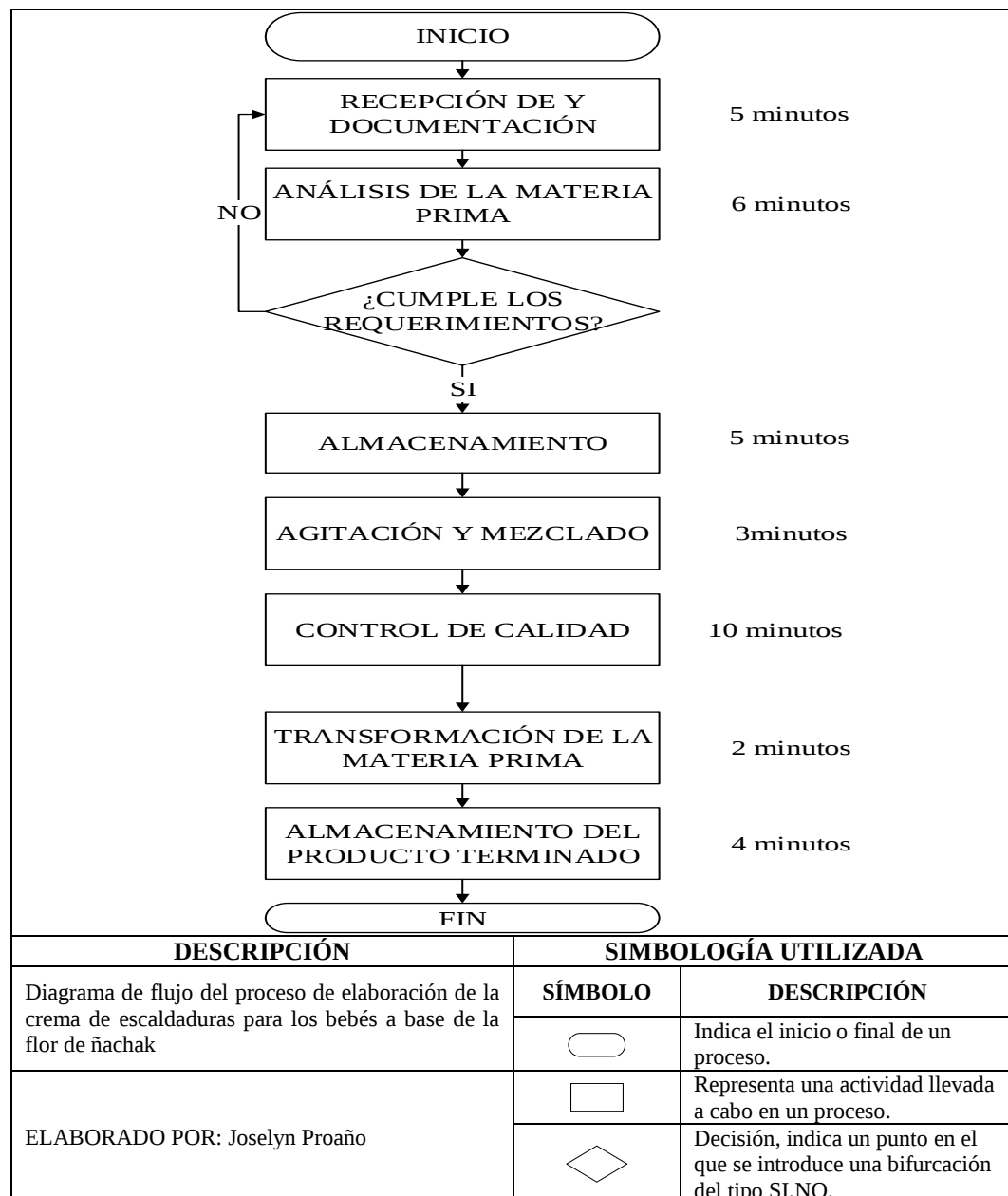


Figura 19: Flujograma del proceso de producción
 Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Según Wizler (2009) menciona que las decisiones de las instalaciones productivas de una empresa son decisiones de planificación es decir con horizonte a largo plazo y los costes previsibles a incurrir en dichas inversiones.

2.1.2.1 Distribución física de la planta

Consiste en determinar el espacio y especificar los diversos elementos que integran el proceso productivo, la empresa va a estar ubicada en la provincia de Cotopaxi en la ciudad de Salcedo en la parroquia de San Miguel.

A continuación se observa en el gráfico de como va a ser la distribución de la planta:

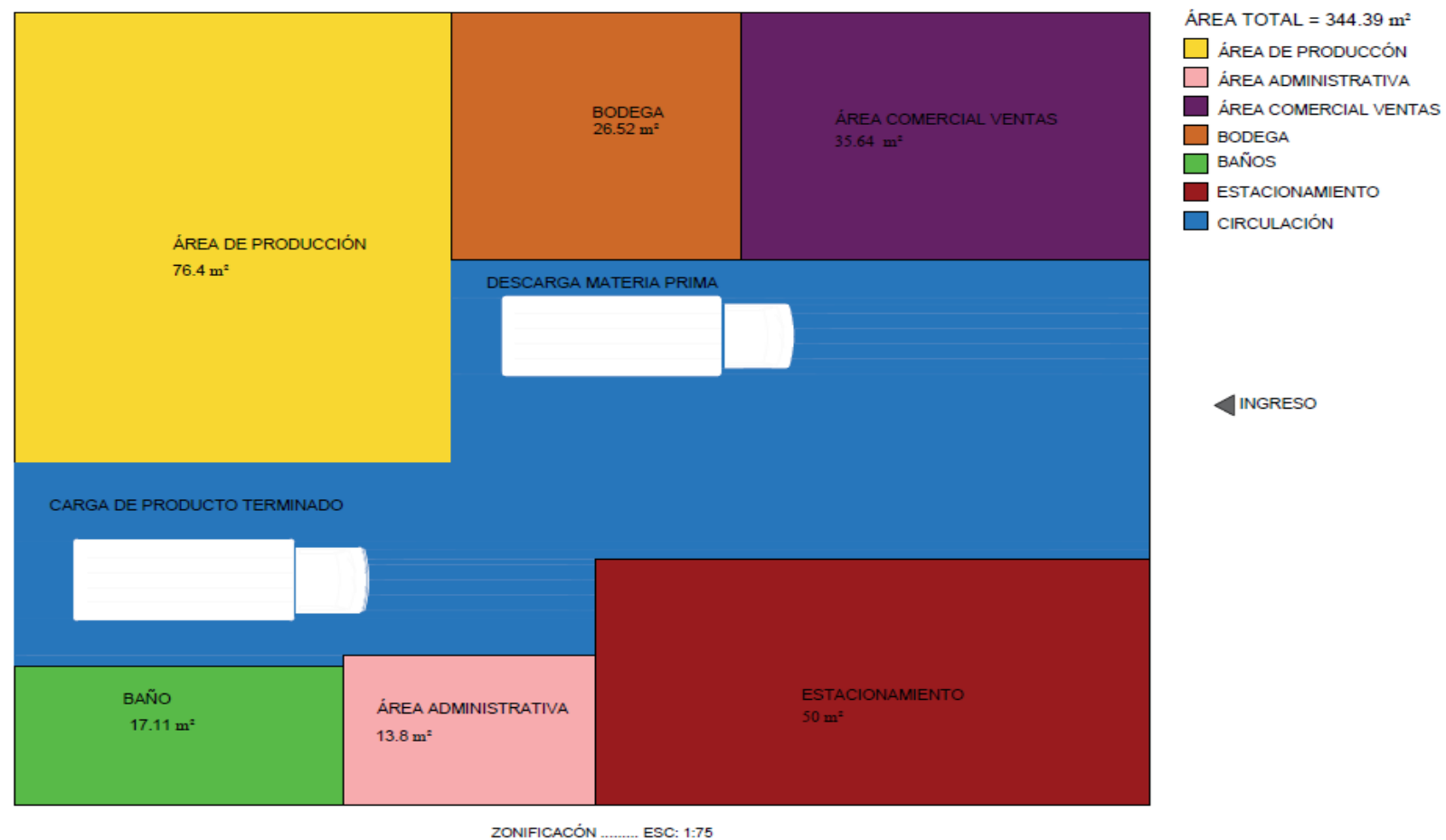


Figura 20: Distribución física de la planta
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

2.1.2.2 Instalaciones de la planta

Según Salazar (2018) interpreta que las instalaciones de la planta comprenden los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación.

A continuación en la siguiente tabla se detalla la infraestructura de la empresa la cual estará conformada por 6 áreas de la empresa y a cada área se detalla sus respectivas dimensiones:

Tabla 39: Infraestructura de la empresa

DESCRIPCIÓN	MEDIDA (m ²)
Área Administrativa	13,8
Área de Producción	76,4
Área Comercial – Ventas	35,64
Bodega	26,52
Estacionamiento	50
Baño	17,11
TOTAL	344,39

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

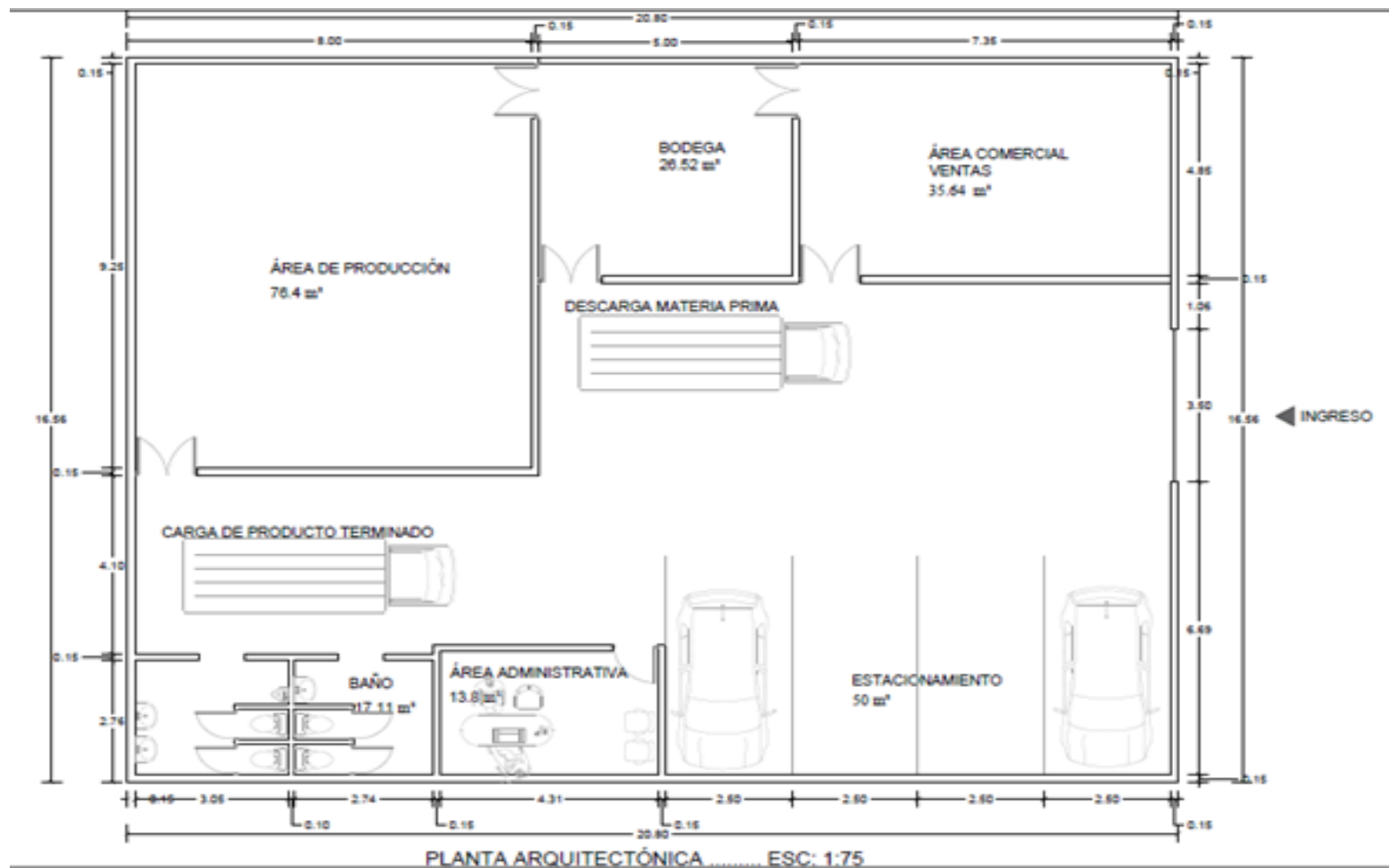


Figura 21: Infraestructura de la empresa
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

2.1.2.3 Descripción de los equipos

Después del producto o material sigue en orden de importancia la maquinaria y el equipo de proceso, la información sobre la maquinaria es fundamental para una ordenación apropiada de la misma (Konz, 1999). A continuación se describe los equipos y maquinaria a utilizar:

Tabla 40: Descripción de los equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS	COSTO
Se utilizan para llenar, mezclar y envasar los tubos de pomada.	Máquina de llenado de tubo de pomada Máquina CATF-2	40 a 50 tubos/minuto 5 gr a 150 gr 12mm a 50mm 50mm a 200mm	\$ 3200
Extracción de la esencia de flor de ñachak	Destilador	50mm a 200mm	\$ 1000

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

2.1.3 Tecnología a aplicar

La destilación por vapor de agua o arrastre por vapor de agua es la técnica más habitual para obtener aceites esenciales, es la única técnica autorizada por la Farmacopea Europea junto con el prensado en frío para extraer aceites esenciales de las cáscaras de los cítricos (Hevea, 2019).

El alambique fue inventado por los faraones y perfeccionado por la civilización árabe consiste en general en una cuba de metal inerte como el cobre o el acero inoxidable, con un tamiz en el fondo para que las plantas no entren en contacto directo con el agua. El aceite esencial de menor densidad que el agua flota lo que permite recuperarlo por la diferencia de densidad mediante un vaso florentino o esenciero.

El aceite esencial se separa del agua de destilación, el hidrolato también llamado agua floral para las flores (Palou, 2009).

2.2 Factores que afectan el plan de operaciones

Según Villalobos y Herrera (2006) nos indican que los procesos de producción deben tener una capacidad adecuada para producir el volumen de productos que desean los clientes teniendo en cuenta las medidas necesarias para expandir y satisfacer las necesidades del mercado.

2.2.1 Ritmo de producción

Es una técnica para registrar los tiempos y ritmos de trabajo correspondientes a una tarea definida, efectuada en condiciones determinadas y para sirve también para analizar los datos con el fin de averiguar el tiempo requerido para efectuar una tarea según una norma de ejecución establecida (Basantes, 2018).

Para el ritmo de producción en el proceso de elaboración del producto se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 41: Ritmo de producción

Actividad	#	TIEMPO PROMEDIO		TIEMPO NORMAL		RITMO DE TRABAJO
		Diario (min)	Mensual (min)	Diario (min)	Mensual (min)	
Recepción y documentación de la materia prima	1	5	150	6	180	Normal
Análisis de la materia prima	1	6	180	7	210	Normal
Almacenamiento	1	5	150	6	180	Medio
Agitación y mezclado	1	3	90	5	150	Intenso
Control de calidad	1	10	300	11	330	Normal
Traslado de la materia prima	1	2	60	4	120	Medio
Almacenamiento del producto terminado	1	10	300	12	360	Medio

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

2.2.2 Nivel de inventario promedio

Según Zapata (2014) nos indica que la cantidad de material máximo que se tendrá en la bodega corresponde a la cantidad ordenada y el mínimo en stock.

A continuación en la siguiente tabla se indica que la producción diaria de cremas será de 480 unidades diarias, la producción semanal de lunes a viernes es de 2400 unidades, la producción mensual es de 9600 unidades y la producción anual es de 115200 unidades:

Tabla 42: Nivel de inventario promedio

Tiempo	Cantidad
Diario	480
Semanal	2400
Mensual	9600
Anual	115200

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

2.2.3 Número de trabajadores

Tabla 43: Número de Trabajadores

Nº	CARGOS	FUNCIONES	CONTRATO
1	Administrador	Administrar eficientemente los recursos humanos, financieros e informáticos de la empresa.	Fijo
2	Operarios	Recepción e inspección de la materia prima, pesaje, mezclado de ingredientes, envasado, etiquetado, almacenamiento, revisar el estado de los equipos y máquinas e informar cualquier anomalía.	Fijo
2	Vendedores	Ejecutar las estrategias de promoción e impulso de ventas en las unidades comerciales (eventos, ferias)	Fijo
1	Contadora-Secretaria	Es la encargada de gestionar la información financiera y comercial de una organización, así como el archivo y contestación de llamadas.	Fijo

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

2.3 Capacidad de Producción

La planeación de la capacidad de producción es un aspecto estratégico para la el desarrollo a futuro de cualquier empresa a corto, mediano y largo plazo (Arboleda, 2001).

2.3.1 Capacidad de producción futura

La empresa aumentara su capacidad de producción de acuerdo con la tasa de crecimiento poblacional que establece el banco central que es del 1,55% cada año que permitirá cubrir las necesidades de los potenciales clientes.

A continuación en la siguiente tabla se indica la capacidad de producción futura:

Tabla 44: Capacidad de producción futura

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
115.200	118.449	121.789	125.223	128.755

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

Según Abril y Moyolema (2013) mencionan que es importante para la empresa conocer los recursos necesarios para la producción en la que se espera alcanzar eficiencia y eficacia.

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

A continuación en la siguiente detallamos la materia prima a utilizar para la elaboración del producto:

Tabla 45: Especificación de materia prima

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Flor de ñachak	Esta flor se usa para tratar escaldaduras, mordiendo o machacando la planta y colocándola en la zona afectada	Al ser una flor única en el ambiente natural no tiene sustituto, ya que ninguna otra flor presenta estas características y beneficios.	Mercado Central de Salcedo Mercado de Latacunga

Fuente: PermaTree (2016)

Autor: Proaño, J (2018)

2.5 Calidad

Según Gatti y Caresani (2009) mencionan que la calidad no sólo se concibe como una herramienta, sino como una cultura y una técnica de trabajo orientada a la forma de pensar y actuar en una empresa basándose en el compromiso de todos sus trabajadores y con una orientación hacia los productos y servicios que producen.

2.5.1 Método de control de calidad

Para el control de los procesos de fabricación del producto se aplicara 2 herramientas de calidad:

- Planillas de inspección.
- Gráficos de Pareto.

2.5.1.1 Planillas de inspección

También conocidas como hojas de comprobación o de chequeo son un formato que facilita que una persona pueda levantar datos en una forma ordenada y de acuerdo con el estándar que requiera el análisis que se esté realizando (Peresson, 2007).

A continuación se indica el formato de una hoja de inspección se realiza la hoja de inspección para nuestra empresa:

HOJA DE INSPECCIÓN								
Causas		1	2	3	4	5	6	Total
1	Las tapas de los envases de la crema presentan desperfectos.	/		////		//	/	9
2	Proveedores no entregan a tiempo la flor de ñachak por lo que se para la producción.		///			////		7
3	Demoras en el etiquetado de la crema.				////			4
4	Inadecuado control de calidad al momento de recibir la materia prima por parte de los proveedores		//					2
TOTAL								22

Figura 22: Hoja de inspección

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

2.5.1.5 Diagramas de Pareto

Es un sencillo y gráfico método de análisis que permite distinguir entre las causas de un problema las que son más importantes de las más triviales (Peresson, 2007). A continuación se realiza el diagrama de Pareto de la empresa:

Tabla 46: Defectos en la producción

TIPO DE DEFECTO	FRECUENCIA	% REL.	% ACU.
Las tapas de los envases de la crema presentan desperfectos.	9	41%	41%
Proveedores no entregan a tiempo la flor de ñachak por lo que se para la producción.	7	32%	73%
Demoras en el etiquetado de la crema.	4	18%	91%
Inadecuado control de calidad al momento de recibir la materia prima por parte de los proveedores	2	9%	100%
TOTAL	22	100	

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

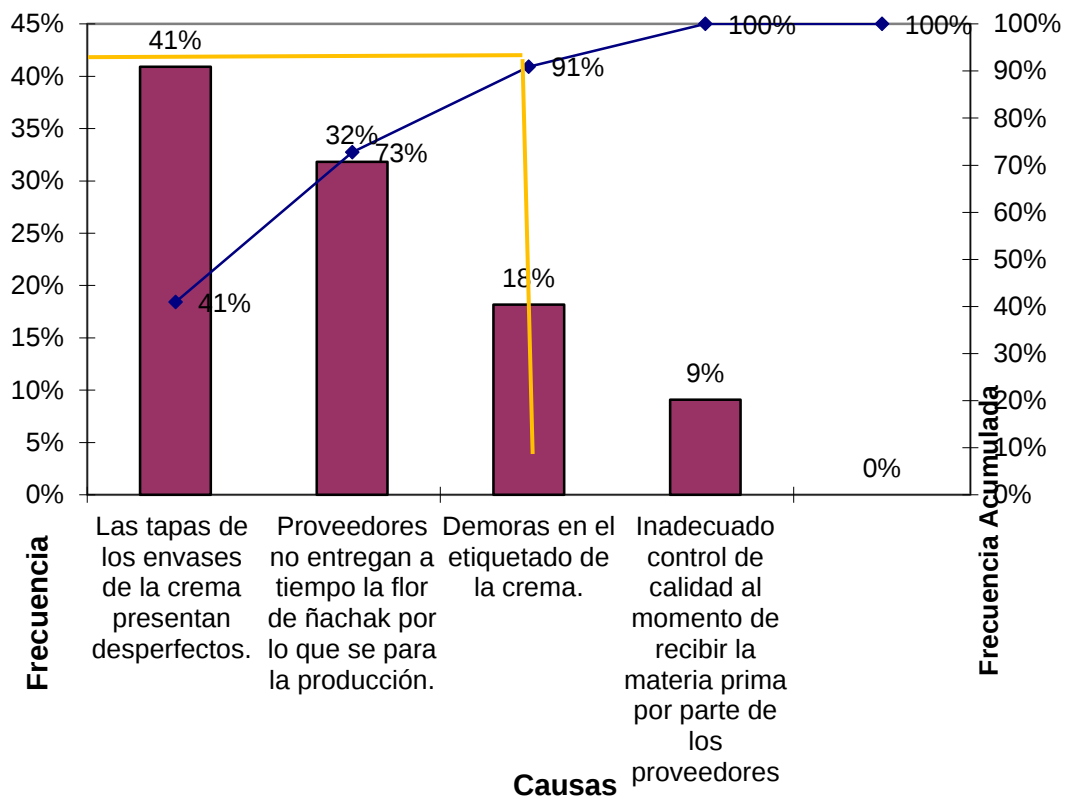


Figura 23: Diagrama de Pareto
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Se identifican las causas más comunes en el proceso de elaboración de la crema y estos son los pocos vitales: las tapas de los envases de la crema presentan desperfectos y proveedores no entregan a tiempo la flor de ñachak por lo que se para la producción, si se corrigen estas 2 fallas se logrará reducir a un mínimo los productos defectuosos.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Por ley todas las empresas deben tener un sistema que gestione la seguridad, salud y medio ambiente laboral sin importar su tamaño o a que se dedican, por lo tanto las organizaciones de acuerdo a las leyes que se encuentran vigentes en el Ecuador deben llevar acabo las siguientes acciones:

Tabla 47: Requisitos de las empresas en Ecuador

Nº	CLASIFICACIÓN	ORGANIZACIÓN	EJECUCIÓN
1 a 9	Microempresa	Botiquín de primeros auxilios Delegado de Seguridad y Salud Responsable de prevención de riesgos	Diagnóstico de Riesgos Política empresarial Plan mínimo de prevención de riesgos Certificados de salud del MSP Exámenes médicos preventivos Política empresarial Diagnóstico de Riesgos Reglamento Interno de SST
10 a 49	Pequeña Empresa	Comité paritario de Seguridad e Higiene Servicio de enfermería Responsable de Prevención de Riesgos	Programa de Prevención Programa de capacitación Exámenes médicos preventivos Registro de accidentes e incidentes Planes de emergencia Política empresarial Diagnóstico de Riesgos Reglamento Interno de SST
50 a 99	Mediana Empresa	Comité paritario de Seguridad e Higiene Responsable de Prevención de Riesgos Servicio de enfermería o servicio médico	Programa de Prevención Programa de capacitación Registro de accidentes e incidentes Vigilancia de la salud Planes de emergencia

Fuente: García (2014)
Autor: Proaño, J (2018)

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos

Según Magallón (2013) el análisis estratégico se lleva a cabo para investigar sobre el entorno de negocios, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

3.1.1 Visión de la Empresa

Warren Bennis y Burt Nanus (1985) identificaron el concepto de visión como un concepto central de la teoría del liderazgo:

“Para elegir una dirección, el líder debe desarrollar previamente una imagen mental del estado futuro deseable para la empresa. Esta imagen, que llamaremos visión, puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o una definición de misión”

“Ser líderes en la producción y comercialización de cremas de escaldaduras para los bebés a base de productos naturales garantizando la satisfacción de nuestros clientes”

3.1.2 Misión de la Empresa

Según Rivera (1991) manifiesta que la misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización.

“Ofrecer una crema de escaldaduras para los bebés a base de ingredientes naturales con la mejor calidad en materia prima para la satisfacción de nuestros consumidores”

3.1.3 Mapa Estratégico

Según Guevara (2010) define que un mapa estratégico es una representación visual de cómo el equipo directivo va a conducir sus estrategias para el logro de los objetivos planteados:

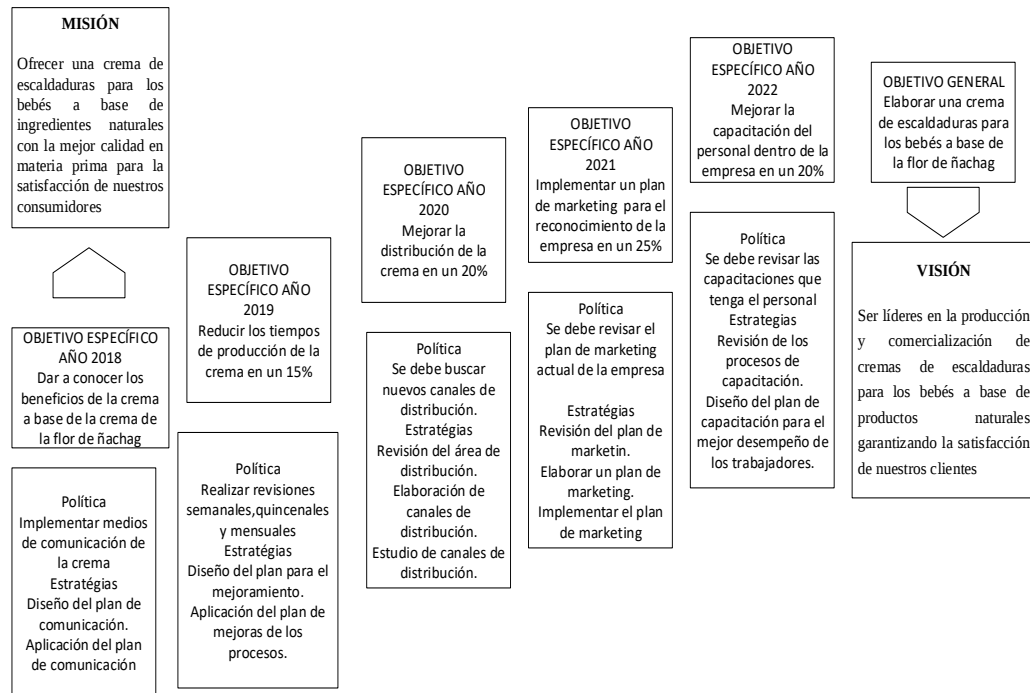


Figura 24: Mapa estratégico
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

3.2 Organización funcional de la empresa

3.2.1 Organización interna

Según Daves (2016) menciona que es el proceso destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de tal forma que pueden lograr los objetivos organizacionales una manera eficiente.

3.2.1.1 Organigrama estructural

EMPRESA ÑACHAK - ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

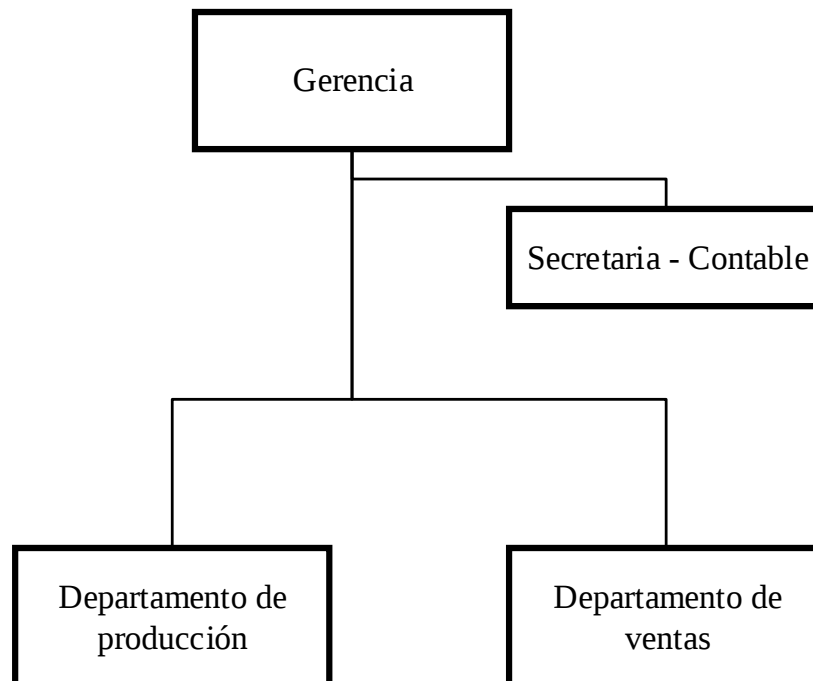


Figura 25: Organigrama estructural
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Simbología				
	Mando	Elaborado por: Joselyn Proaño	Aprobado por: Ing. Catalina Silva	Fecha: 2018-11-29
	Relación de apoyo			
	Relación especialización			

3.2.1.2 Organigrama funcional

Según Fajardo (2015) este tipo de organigrama incluye las principales funciones que se tienen asignadas y presentar a la organización en forma general

A continuación se presenta el organigrama funcional de la empresa y se detalla las funciones de cada uno:

EMPRESA ÑACHAK- ORGANIGRAMA FUNCIONAL

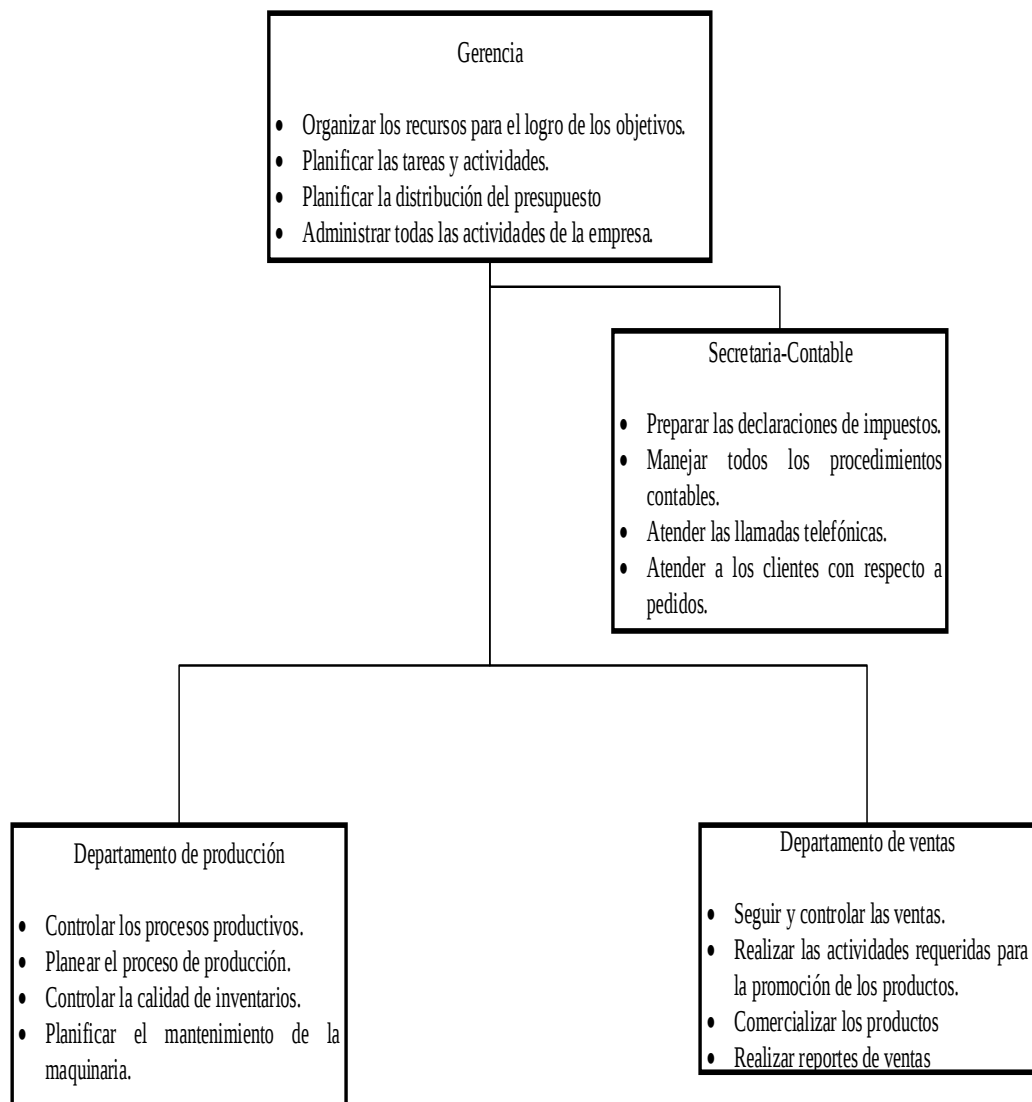


Figura 26: Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Simbología				
	Mando	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
	Relación de apoyo			
	Relación especialización			
		Joselyn Proaño	Ing. Catalina Silva	2018-11-29

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

Para analizar los cargos respectivos la empresa tendrá que contratar al personal en base a las competencias de los puestos requeridos para cada área. A continuación se especifica cada uno de ellos:

Tabla 48: Descripción del perfil del gerente

FICHA DE COMPETENCIAS LABORALES	
I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Gerente
JÉFE INMEDIATO SUPERIOR:	Ninguno
SUPERVISA A:	Vendedores Secretaria-Contable Operarios
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Controlar, dirigir y administrar las actividades de la empresa para generar mayor rentabilidad supervisando el cumplimiento de las políticas, además tomar decisiones de forma oportuna para el beneficio de la organización.	
III. FUNCIONES	
1 Realizar entrevistas para vacantes de puestos. 2 Evalúa el cumplimiento de las áreas. 3 Negocia los precios de compra con los proveedores. 4 Supervisa el área financiera. 5 Busca nuevos proveedores. 6 Pagos a los subordinados y proveedores. 7 Propone nuevas estrategias.	
IV. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	
1. EDUCACIÓN:	
Título profesional	Requerimientos
Administración de Empresas, Economista	Tercer nivel
2. EXPERIENCIA	
Tipo	Tiempo
Ejecución de las distintas labores relacionadas con el área	3-5 años
3. HABILIDADES	
Liderazgo. Toma de decisiones. Manejo de recursos financieros y materiales. Trabajo en equipo Manejo de conflictos	
4. INFORMACIÓN	
Conocimientos de marketing digital Inglés avanzado escrito y hablado	

Computación

V. RELACIONES

Relaciones clientes internos	Relaciones clientes externos
Vendedores, Secretaria-Contable,	Cientes, vendedores
Operarios	

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 49: Descripción del perfil de Secretaria-Contable

FICHA DE COMPETENCIAS LABORALES

I. INFORMACIÓN BÁSICA

PUESTO:	Secretaria-Contable
JÉFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISA A:	Vendedores

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Tener responsabilidad en las áreas tanto de secretaria como de contadora para el así como tener dinamismo y análisis para cumplir con las funciones emitidas por el gerente

III. FUNCIONES

- 1 Archivar los documentos contables
- 2 Revisas y verifica las panillas del servicio de rentas internas
- 3 Elaborar las retenciones a los proveedores
- 4 Elaborar el control de inventarios
5. Contestar las llamadas y llevar la agenda del gerente.
6. Realizar las declaraciones, estados contables de la empresa.

IV. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

1. EDUCACIÓN:

Título profesional	Requerimientos
Contabilidad y Auditoría	Tercer nivel

2. EXPERIENCIA

Tipo	Tiempo
Ejecución de las distintas labores relacionadas con el área	3-5 años

3. HABILIDADES

Toma de decisiones.
Manejo de recursos contables
Trabajo en equipo
Buena comunicación

4. INFORMACIÓN

Computación
Estados contables
Manejo de Excel avanzado

V. RELACIONES

Relaciones clientes internos	Relaciones clientes externos
Gerencia	Bancos, clientes.

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 50: Descripción del perfil de operarios

FICHA DE COMPETENCIAS LABORALES	
I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Operario
JÉFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISA A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Coordinar y supervisar el proceso productivo desde los insumos hasta el producto final cumpliendo los estándares de calidad	
III. FUNCIONES	
1. Supervisa la calidad del producto 2. Recibe pedidos 3. Solicita compra de materia prima 4. Supervisa la calidad de materia prima de sus proveedores 5. Planificar la producción 6. Encargado de todos los procesos de la producción de la crema	
IV. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	
1. EDUCACIÓN:	
Título profesional	Requerimientos
Bachiller	Segundo nivel
2. EXPERIENCIA	
Tipo	Tiempo
Ejecución de las distintas labores relacionadas con el área	1-2 años
3. HABILIDADES	
Capacidad de seguir instrucciones	
Trabajo en equipo	
Destreza tanto manual como visual	
4. INFORMACIÓN	
Manejo de productos farmacéuticos	
Herramientas y procesos de producción	
V. RELACIONES	
Relaciones clientes internos	Relaciones clientes externos
Gerente	Ninguno
Fuente: Investigación propia	
Autor: Proaño, J (2018)	

Tabla 51: Descripción del perfil de vendedores

FICHA DE COMPETENCIAS LABORALES	
I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Vendedor
JÉFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISA A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Definir estrategias de mercado a nivel de los clientes potenciales mediante el manejo y control de las fuerzas de ventas.	
III. FUNCIONES	

- 1 Tomar los pedidos de sus clientes.
- 2 Elabora y envía facturas a los clientes
- 3 Visita semanal a los clientes
- 4 Promocionar la crema en los exteriores
- 5 Supervisar y recibir informes de su zona para el seguimiento de volumen de ventas
- 6 Proponer estrategias de ventas al gerente

IV. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

1. EDUCACIÓN:

Título profesional	Requerimientos
Bachiller	Segundo nivel

2. EXPERIENCIA

Tipo	Tiempo
Ejecución de las distintas labores relacionadas con el área de ventas	3-5 años

3. HABILIDADES

Trabajo en equipo
Facilidad de comunicación

4. INFORMACIÓN

Conocimientos de ventas

V. RELACIONES

Relaciones clientes internos	Relaciones clientes externos
Trabajadores	Clientes

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

3.3 Control de gestión

Según Rivera (2018) menciona que el control de gestión es una herramienta de apoyo a la dirección de empresas el cual debe ser visto como un sistema para dirigir es decir para hacer que ocurran cosas deseadas en la compañía.

3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios

Según Bermúdez (2018) menciona que un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso.

A continuación se indica los indicadores a utilizar en la organización:

Tabla 52: Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Administrativa	Buena administración	Planificación establecida/Planificación ejecutada
	Estrategias para realizar en la empresa	Planificación establecida de estrategias/ Planificación de estrategias ejecutada
Producción	Registros diarios, control de calidad del producto	Número de unidades aceptadas/Número de unidades producidas
Ventas	Nuevos clientes en el mercado	Número de ventas realizadas/Número de ventas planificadas

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

3.4 Necesidades de personal

Tabla 53: Necesidades de personal

Nº	PUESTO	PERSONAL REQUERIDO
1	Gerente	1
2	Personal para el área de producción	2
3	Personal para el área de ventas	2
4	Secretaria - Contadora	1

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Análisis: para los años siguientes la capacidad de producción de la empresa con respecto al número de personal requerido será del mismo con el que cuenta la empresa para el año 2018 es decir 1 gerente, 2 operarios, 2 vendedores y 1 secretaria - contadora por lo cual no se contratara más trabajadores en los siguientes 5 años de funcionamiento.

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 Determinación de la forma jurídica

La determinación de la forma jurídica de la empresa es unipersonal de responsabilidad limitada. Según Brito (2011) menciona que la empresa unipersonal de responsabilidad limitada constituye una alternativa para quienes buscan formalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica pero sin el requerimiento de socios.

4.1.1 Pasos para la constitución y funcionamiento de la empresa

Según Torres (2018) indica que las empresas unipersonales se asemejan mucho a las mercantiles con la única diferencia de no estar controladas por la superintendencia de compañías y requieren de un capital mayor que sólo puede ser aportado en dinero efectivo y en su totalidad.

A continuación se detalla el fun

Tabla 54: Constitución y funcionamiento de las empresas unipersonales

Nº	CONSTITUCIÓN	FUNCIONAMIENTO
1	Escritura pública de constitución de la Empresa Unipersonal	Registro único de contribuyentes
2	Inscripción en el Registro Mercantil	Patente
3	Depósito de \$ 2000 en efectivo en una cuenta bancaria	Dependiendo de la actividad, requiere del permiso sanitario y otros

Fuente: Torres (2018)

Autor: Proaño, J (2018)

4.2 Patentes y marcas

Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual I.E.P.I (2018) una patente es un conjunto de derechos que concede el Estado a un inventor o a su cesionario, a cambio de la divulgación de una invención. Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual I.E.P.I (2018) una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o rama.

Se registrará la marca Ñachak en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual este trámite cuesta \$ 400 dólares y tiene una protección de 10 años pudiendo ser renovable indefinidamente.

A continuación en la siguiente tabla se describen los pasos necesarios para el trámite:

Tabla 55: Descripción de los procesos de trámite

PROCESO DE TRAMITACIÓN DETERMINACIÓN FORMA JURÍDICA	PROCESO DE REGISTRO DE MARCA EN IEPI
Ir al portal de la Superintendencia de Compañías del Ecuador www.supercias.gob.ec .	Ingreso a la página www.propiedadintelectual.gob.ec
Reservar denominación	Realizar la solicitud de registro de marca en línea
Ingresar datos adicionales: datos de socios o accionistas, domicilio y actividades a realizar	Llenar la solicitud con la información necesaria
Determinar la integración de capital	Generar vista previa de solicitud para revisar la información ingresada
Registrar datos del representante legal	Generar comprobante de pago
Adjuntar documentos de información de los socios o accionistas	Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago
Seleccionar la notaria de preferencia de acuerdo al canto y provincia del domicilio de la compañía	Escanear el comprobante de pago

Fuente: Registro Mercantil (2018) ; IEPI (2018)

Autor: Proaño, J (2018)

4.3 Detalle tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Según Salas (2018) nos indica que la licencia de funcionamiento de una empresa es la certificación expedida a nivel municipal para el lugar donde se ubica el establecimiento de la empresa. A continuación se detalla cada una de las licencias de funcionamiento:

4.3.1 Registro Sanitario

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2018) se necesitara de los siguientes pasos para obtener el registro sanitarios:

- Para obtener la inscripción del registro sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud (129-AL 002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).
- Adjuntar la declaración que el producto cumple con la norma técnica Nacional respectiva para el caso de la empresa será la Norma INEN 2395: 2011.
- Descripción general del proceso de elaboración del producto.
- Diseño de la etiqueta o rótulo del producto bajo norma NTE INEN 1334-1.
- Declaración del tiempo de vida útil del producto.
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase.
- Descripción del código del lote.

4.3.2 Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyente)

Según el Servicio de Rentas Internas (2018) mencionan que el RUC sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador.

Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos se necesitara de los siguientes pasos para obtener el RUC:

- Formulario 01A y 01B.
- Escrituras de constitución nombramiento del representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

4.3.4 Registro de empleador en el IESS

Según el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2018) se necesitara de los siguientes pasos para obtener el registro:

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los centros de atención universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 Plan de inversiones

Según Ortiz (2015) describe al plan de inversión como uno de los elementos relevantes para la generación de ganancias económicas sirve como la referencia que marca la pauta a seguir a la hora de capitalizar algún proyecto determinado.

Para la producción de la crema de escaldaduras a base de la flor de ñachak es necesario contar con el siguiente plan de inversión de \$22.257,73 centavos la cantidad que necesita la empresa para la producción y comercialización de la crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak, el mayor rubro para el financiamiento son inventarios e insumos con un valor que ascienden a \$10.368, con relación a muebles y enseres, maquinaria y equipos, inventarios entre otros.

Tabla 56: Plan de inversión

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	Instalaciones y remodelaciones		\$ 8.222,40
180	Instalaciones de la luz eléctrica	\$ 4,00	\$ 720,00
1	Red telefónica	\$ 302,40	\$ 302,40
180	Estructuras metálicas	\$ 40,00	\$ 7.200,00
	Muebles y Enseres		\$ 582,00
2	Escritorio de vidrio templado	\$ 119,00	\$ 238,00
2	Silla oficina ejecutivo	\$ 75,00	\$ 150,00
2	Organizadores	\$ 52,00	\$ 104,00
2	Estantería	\$ 45,00	\$ 90,00

	Herramientas		\$	216,15
1	Balanza electrónica 300g	\$	14,75	\$ 14,75
1	Varilla de vidrio	\$	2,99	\$ 2,99
2	Vaso de laboratorio de 100ml	\$	5,00	\$ 10,00
2	Pipeta de medición	\$	2,45	\$ 4,90
2	Jeringas descartables	\$	10,00	\$ 20,00
1	Cuchara medidora	\$	5,99	\$ 5,99
2	Botella de vidrio con corcho	\$	19,99	\$ 39,98
6	Baldes plásticos	\$	19,59	\$ 117,54
	Maquinaria y Equipo			\$ 4.200,00
1	Máquina de llenado	\$	3.200,00	\$ 3.200,00
1	Alambique	\$	1.000,00	\$ 1.000,00
	Equipo de computación			\$ 1.372,00
1	Computador HP	\$	599,00	\$ 599,00
1	Laptop Dell	\$	715,00	\$ 715,00
1	Impresora Multifunción	\$	58,00	\$ 58,00
	Equipo de oficina			\$ 74,00
	Teléfono inalámbrico			
1	Panasonic	\$	74,00	\$ 74,00
	Inventarios			\$ 4.608,00
9600	Hoja de flor de ñachak (g)	\$	0,05	\$ 480,00
9600	Óxido de Zinc (8 onzas)	\$	0,09	\$ 864,00
9600	Vaselina Solida (Kilo)	\$	0,34	\$ 3.264,00
	Insumos			\$ 5.760,00
9600	Envases	\$	0,45	\$ 4.320,00
9600	Etiquetas	\$	0,15	\$ 1.440,00
	Costos de Constitución			\$ 80,00
1	Bomberos	\$	30,00	\$ 30,00
1	Patente Municipal	\$	50,00	\$ 50,00
	Capital de Trabajo			\$ 2.903,18
1	Capital de Trabajo	\$	2.903,18	\$ 2.903,18
	TOTAL	\$	9.348,42	\$ 22.257,73

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

5.2 Plan de financiamiento

El Plan de Financiación recoge los fondos disponibles para cubrir las inversiones iniciales e indica su procedencia si lo aportarán los socios, recursos propios, si se tratará de un préstamo bancario o de otro tipo de créditos (Emprendedor, 2019).

5.2.1 Forma de financiamiento

El financiamiento para la empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de la crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak se lo va a realizar con recursos propios de un valor porcentual del 34% y el 66% será financiado por la institución bancaria.

La tasa de interés anual del préstamo bancario va a ser del 15% anual y de 0.0125% promedio mensual.

Tabla 57: Forma de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 7.577,30	100%	34%
Efectivo	\$ 4.674,12	62%	21%
Capital de Trabajo	\$ 2.903,18	38%	13%
Recursos de terceros	\$ 14.680,43	100%	66%
Préstamo privado	0,00	0	0,00
Préstamo bancario	\$ 14.680,43	100%	66%
Total	\$ 22.257,73		100%

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

5.3 Cálculo de costos y gastos

5.3.1 Detalle de costos

Tabla 58: Detalle de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costos anual	N. Unid producida mensual	Costo unitario P.F
CREMA DE ESCALDADURAS							\$ 1,20
Materia prima				\$4.608,00	\$ 55.296,00		\$ 0,48
Óxido de Zinc	g	192000	\$ 0,09	\$864,00	\$ 10.368,00	9600	\$ 0,09
Hoja de flor de ñachag	cm	192000	\$ 0,05	\$480,00	\$ 5.760,00	9600	\$ 0,05
Vaselina Solida	g	1920000	\$ 0,34	\$3.264,00	\$ 39.168,00	9600	\$ 0,34
Mano de Obra Directa	Sueldo	2	\$523,95	\$1.046,56	\$ 12.558,74	9600	\$ 0,11
Costos Indirectos				\$ 5.853,00	\$ 1.116,00		\$ 0,01
Agua potable		25	\$ 0,00	\$30,00	\$ 360,00	9600	\$ 0,00
Energía eléctrica	Kw/h	18	\$ 0,00	\$ 28,00	\$ 336,00	9600	\$ 0,00
Depreciaciones			\$ 0,00		\$ 420,00		\$ 0,00
Maquinaria y Equipos	%	2		\$ 35,00		9600	\$ 0,00
Insumos				\$5.760,00	\$ 69.120,00		\$ 0,60
Envases	Unidades	9600	\$ 0,45	\$ 4.320,00	\$ 51.840,00	9600	\$ 0,45
Etiquetas	Unidades	9600	\$ 0,15	\$1.440,00	\$ 17.280,00	9600	\$ 0,15

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Análisis: según los datos del detalle de costos podemos decir que vamos a necesitar 192.000 gramos de materia prima de la esencia de la flor de ñachak para cubrir mensualmente 9.600 unidades con una inversión mensual de \$11.508,91.

5.3.2 Proyección de costos

Al realizar la proyección de los costos de producción nos permite analizar cuanto nos va a costar a futuro la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación entre otros tomando en cuenta los fijos y variables.

Para nuestro producto detallamos a continuación en las siguientes tablas los cuales se encuentra proyectados para los mismos a 5 años que se analiza la proyección de costos:

Tabla 59: Proyección de costos año 1

Descripción	Costo mensual	Costos Fijos	Costos Variables	Total año 1
CREMA DE ESCALDADURAS				
Materia prima	\$ 4.608,00			\$ 55.296,00
Óxido de Zinc	\$ 864,00		\$ 864,00	\$ 10.368,00
Hoja de flor de ñachag	\$ 480,00		\$ 480,00	\$ 5.760,00
Vaselina Solida	\$ 3.264,00		\$ 3.264,00	\$ 39.168,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.046,56	\$ 1.046,56		\$ 12.558,74
Costos Indirectos	\$ 5.853,00			\$ 70.236,00
Agua potable	\$ 30,00		\$ 30,00	\$ 360,00
Energía eléctrica	\$ 28,00		\$ 28,00	\$ 336,00
Depreciaciones				
Maquinaria y Equipos	\$ 35,00		\$ 35,00	\$ 420,00
Insumos	\$ 5.760,00			\$ 69.120,00
Envases	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 51.840,00
Etiquetas	\$ 1.440,00		\$ 1.440,00	\$ 17.280,00
TOTALES	\$11.507,56	\$ 1.046,56	\$10.461,00	\$138.090,74

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Los costos para el primer año ascienden a \$11.507,56 mensuales y un valor total anual para el año 1 de \$138.090,74.

Tabla 60: Proyección de costos año 2

Descripción	Costos		Total año 2
	Fijos	Variables	
CREMA DE ESCALDADURAS			
Materia prima			\$ 55.445,30
Óxido de Zinc		\$ 866,33	\$ 10.395,99
Hoja de flor de ñachag		\$ 481,30	\$ 5.775,55
Vaselina Solida		\$ 3.272,81	\$ 39.273,75
Mano de Obra Directa	\$ 1.115,22		\$ 13.382,70
Costos Indirectos			\$ 70.425,64
Agua potable		\$ 30,08	\$ 360,97
Energía eléctrica		\$ 28,08	\$ 336,91
Depreciaciones Maquinaria y Equipos		\$ 35,09	\$ 421,13
Insumos			\$ 69.306,62
Envases		\$ 4.331,66	\$ 51.979,97
Etiquetas		\$ 1.443,89	\$ 17.326,66
TOTALES	\$ 1.115,22	\$ 10.489,24	\$ 139.253,64

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 61: Proyección de costos año 3

Descripción	Costos		Total año 3
	Fijos	Variables	
CREMA DE ESCALDADURAS			
Materia prima			\$ 55.595,00
Óxido de Zinc		\$ 868,67	\$ 10.424,06
Hoja de flor de ñachag		\$ 482,60	\$ 5.791,15
Vaselina Solida		\$ 3.281,65	\$ 39.379,79
Mano de Obra Directa	\$ 1.118,24		\$ 13.418,83
Costos Indirectos			\$ 70.952,69
Agua potable		\$ 30,16	\$ 361,95
Energía eléctrica		\$ 56,23	\$ 674,72
Depreciaciones Maquinaria y Equipos		\$ 35,19	\$ 422,27
Insumos			\$ 69.493,75
Envases		\$ 4.343,36	\$ 52.120,31
Etiquetas		\$ 1.447,79	\$ 17.373,44
TOTALES	\$ 1.118,24	\$ 10.545,64	\$ 139.966,53

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 62: Proyección de costos año 4

Descripción	Costos		Total año 4
	Fijos	Variables	
CREMA DE ESCALDADURAS			
Materia prima			\$ 55.745,11
Óxido de Zinc		\$ 871,02	\$ 10.452,21
Hoja de flor de ñachag		\$ 483,90	\$ 5.806,78
Vaselina Solida		\$ 3.290,51	\$ 39.486,12
Mano de Obra Directa	\$ 1.121,26		\$ 13.455,06
Costos Indirectos			\$ 71.144,27
Agua potable		\$ 30,24	\$ 362,92
Energía eléctrica		\$ 56,38	\$ 676,55
Depreciaciones Maquinaria y Equipos		\$ 35,28	\$ 423,41
Insumos			\$ 69.681,39
Envases		\$ 4.355,09	\$ 52.261,04
Etiquetas		\$ 1.451,70	\$ 17.420,35
TOTALES	\$ 1.121,26	\$ 10.574,11	\$ 140.344,44

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 63: Proyección de costos año 5

Descripción	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables	
CREMA DE ESCALDADURAS			
Materia prima			\$ 55.895,62
Óxido de Zinc		\$ 873,37	\$ 10.480,43
Hoja de flor de ñachag		\$ 485,21	\$ 5.822,46
Vaselina Solida		\$ 3.299,39	\$ 39.592,73
Mano de Obra Directa	\$ 1.124,28		\$ 13.491,39
Costos Indirectos			\$ 71.336,36
Agua potable		\$ 30,33	\$ 363,90
Energía eléctrica		\$ 56,53	\$ 678,37
Depreciaciones Maquinaria y Equipos		\$ 35,38	\$ 424,55
Insumos			\$ 69.869,52
Envases		\$ 4.366,85	\$ 52.402,14
Etiquetas		\$ 1.455,62	\$ 17.467,38
TOTALES	\$ 1.124,28	\$ 10.602,66	\$ 140.723,37

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

La proyección de los costos se realizó con la tasa de inflación anual de 2018 la que fue de 0,27% el mismo que es tomado en cuenta para su respectiva proyección por cada año calculado en este caso para los 5 años proyectados. La cual nos indica un valor total para el año 1 de \$138.090,74, para el año 2 de \$139.253,64, para el año 3 de 139.966,53, para el año 4 de \$140.344,44 y para el año 5 de \$140.723,37.

5.4.3 Detalle de Gastos

Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias (Ciberconta, 2019).

Los gastos administrativos son los gastos que no están vinculados la producción o a las ventas estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual (Riquelme, 2017).

A continuación en la siguiente tabla se describe los gastos administrativos para la empresa:

Tabla 64: Detalle de gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Útiles de aseo y Limpieza				\$ 24,50	\$ 294,00
Desinfectantes del piso	ml	\$ 2,50	3,00	\$ 7,50	\$ 90,00
Trapeador	Unidad	\$ 1,59	2,00	\$ 3,18	\$ 38,16
Fundas de basura	Unidad	\$ 1,76	2,00	\$ 3,52	\$ 42,24
Papel higienico	Unidad	\$ 3,20	1,00	\$ 3,20	\$ 38,40
Escoba	Unidad	\$ 1,25	2,00	\$ 2,50	\$ 30,00
Alcohol Antiséptico	ml	\$ 2,30	2,00	\$ 4,60	\$ 55,20
Sueldos del personal administrativo				\$ 1.047,92	\$ 12.575,04
Administrador	Dólar	\$ 523,96		\$ 523,96	\$ 6.287,52
Secretaria-Contable	Dólar	\$ 523,96		\$ 523,96	\$ 6.287,52
Suministros de Oficina				\$ 8,65	\$ 103,80
Hojas de papel bond	Resma	\$ 2,75	2	\$ 5,50	\$ 66,00
Esferos	Unidad	\$ 0,45	6	\$ 2,70	\$ 32,40
Folders	Unidades	\$ 0,45	1	\$ 0,45	\$ 5,40
Depreciaciones				\$ 112,47	\$ 1.349,63
Escritorios de vidrio templado	Unidad	\$ 238,00		\$ 1,98	\$ 23,80
Sillas oficina ejecutivo	Unidad	\$ 150,00		\$ 1,25	\$ 15,00
Organizadores	Unidad	\$ 104,00		\$ 0,87	\$ 10,40
Estanterías	Unidad	\$ 90,00		\$ 1,13	\$ 13,50
Instalaciones de la luz eléctrica	Unidad	\$ 720,00		\$ 6,00	\$ 72,00
Red telefónica	Unidad	\$ 302,40		\$ 2,52	\$ 30,24
Estructuras metálicas 180	Unidad	\$ 7.200,00		\$ 60,00	\$ 720,00
Computador HP	Unidad	\$ 599,00		\$ 16,64	\$ 199,65
Laptop Dell	Unidad	\$ 715,00		\$ 19,86	\$ 238,31
Impresora Multifunción	Unidad	\$ 58,00		\$ 1,61	\$ 19,33
Teléfono inalámbrico Panasonic	Unidad	\$ 74,00		\$ 0,62	\$ 7,40

Gastos Servicios Básicos				\$	67,45	\$	809,40	
Energía área administrativa	kw/h	\$	0,06	Mensual	\$	9,45	\$	113,40
Agua Potable área administrativa	m3	\$	0,24	Mensual	\$	12,00	\$	144,00
Teléfono	Minutos	\$	0,02	Mensual	\$	22,00	\$	264,00
Internet CNT	Mbyte	\$	0,77	Mensual	\$	24,00	\$	288,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					\$	1.260,99	\$	15.131,87

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Para la elaboración de los gastos administrativos se tomaron en cuenta las depreciaciones, sueldos del personal administrativo, gastos de servicios básicos, útiles de aseo y limpieza, etc. Para los cuales para el primer mes ascienden a \$ 1.260,99 y \$15.131,87 de gastos anuales.

Según Lara (2009) menciona que los gastos de ventas son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción y desarrollo del volumen de las ventas. A continuación en la siguiente tabla describimos los gastos de ventas para la empresa:

Tabla 65: Detalle gastos de ventas

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal de ventas				\$ 1.047,92	\$ 12.575,04
Vendedor 1	Sueldo	\$ 523,96		\$ 523,96	\$ 6.287,52
Vendedor 2	Sueldo	\$ 523,96		\$ 523,96	\$ 6.287,52
Publicidad y Propaganda				\$ 4.670,00	\$ 56.040,00
Facebook	Inserciones	\$ 0,75	3.000	\$ 2.250,00	\$ 27.000,00
Radio Salcedo	Cuñas	\$ 1,21	2.000	\$ 2.420,00	\$ 29.040,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS				\$ 5.717,92	\$ 68.615,04

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Para la elaboración de los gastos de ventas se tomaron en cuenta los valores del sueldo del personal de ventas que ascienden a \$ 1.047,92 mensuales y \$ 12.575,04 anuales. Además se tomara en cuenta la publicidad y propaganda en total el valor mensual a pagar de gastos de ventas es de \$ 5.717,92 y el valor total anual es de \$68.615,04.

Según Delsol (2018) describe que los gastos financieros son los que se producen como costes por la financiación ajena o por el cobro de servicios de entidades financieras. A continuación en la siguiente tabla se describe los gastos financieros para la empresa:

Tabla 66: Gastos financieros

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Gastos de interés	Dólar	\$509,00		\$ 509,00	\$ 6.108,00
Total de gastos financieros				\$ 509,00	\$ 6.108,00

Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

Para la elaboración de los gastos financieros se tomará en cuenta los valores a financiar del préstamo bancario a una tasa del 15% anual del cual el gasto de interés mensual que es de \$509 y el gasto del valor anual que es de \$ 6.108.

5.4.4 Proyección de Gastos

Para realizar la proyección de gastos se tomó en cuenta los valores anteriores del detalle de gastos tanto administrativo, de ventas y financieros para los cuales se realizó la proyección de 5 años.

El cálculo se lo realizó con la tasa de inflación anual de 0.27%. A continuación en las siguientes tablas se proyecta cada uno de los gastos de la empresa para los 5 años proyectados:

Tabla 67: Proyección de gastos administrativos para el año 1

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1
		Fijos	Variables	
Útiles de aseo y Limpieza	\$ 24,50			\$ 294,00
Desinfectantes del piso	\$ 7,50		\$ 7,50	\$ 90,00
Trapeador	\$ 3,18		\$ 3,18	\$ 38,16
Fundas de basura	\$ 3,52		\$ 3,52	\$ 42,24
Papel higiénico	\$ 3,20		\$ 3,20	\$ 38,40
Escoba	\$ 2,50		\$ 2,50	\$ 30,00
Alcohol Antiséptico	\$ 4,60		\$ 4,60	\$ 55,20
Sueldos del personal administrativo	\$ 1.047,92			\$ 12.575,04
Administrador	\$ 523,96	\$ 523,96		\$ 6.287,52
Secretaria-Contable	\$ 523,96	\$ 523,96		\$ 6.287,52
Suministros de Oficina	\$ 8,65			\$ 103,80
Hojas de papel bond	\$ 5,50		\$ 5,50	\$ 66,00
Esferos	\$ 2,70		\$ 2,70	\$ 32,40
Folders	\$ 0,45		\$ 0,45	\$ 5,40
Depreciaciones	\$ 112,47			\$ 1.349,63
Escritorio de vidrio templado	\$ 1,98	\$ 1,98		\$ 23,80
Silla oficina ejecutivo	\$ 1,25	\$ 1,25		\$ 15,00
Estantería	\$ 1,13	\$ 1,13		\$ 13,50
Instalaciones de la luz eléctrica	\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 72,00
Red telefónica	\$ 2,52	\$ 2,52		\$ 30,24
Estructuras metálicas 180	\$ 60,00	\$ 60,00		\$ 720,00
Computador HP	\$ 16,64	\$ 16,64		\$ 199,65
Laptop Dell	\$ 19,86	\$ 19,86		\$ 238,31
Impresora Multifunción	\$ 1,61	\$ 1,61		\$ 19,33

Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 0,62	\$ 0,62		\$ 7,40
Gastos Servicios Básicos	\$ 67,45			\$ 809,40
Energía área administrativa	\$ 9,45	\$ 9,45		\$ 113,40
Agua Potable área administrativa	\$ 12,00	\$ 12,00		\$ 144,00
Teléfono	\$ 22,00		\$ 22,00	\$ 264,00
Internet CNT	\$ 24,00	\$ 24,00		\$ 288,00
Total	\$ 1.260,99	\$ 1.205,84	\$ 55,15	\$ 15.131,87

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 68: Proyección gastos administrativos para el año 2 y 3

Descripción	Gastos		Total año 2	Gastos		Total año 3
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Útiles de aseo y Limpieza			\$ 294,79			\$ 295,59
Desinfectantes del piso		\$ 7,52	\$ 90,24		\$ 7,54	\$ 90,49
Trapeador		\$ 3,19	\$ 38,26		\$ 3,20	\$ 38,37
Fundas de basura		\$ 3,53	\$ 42,35		\$ 3,54	\$ 42,47
Papel higiénico		\$ 3,21	\$ 38,50		\$ 3,22	\$ 38,61
Escoba		\$ 2,51	\$ 30,08		\$ 2,51	\$ 30,16
Alcohol Antiséptico		\$ 4,61	\$ 55,35		\$ 4,62	\$ 55,50
Sueldos del personal administrativo			\$ 13.399,04			\$ 13.435,22
Administrador	\$ 558,29		\$ 6.699,52	\$ 559,80		\$ 6.717,61
Secretaria-Contable	\$ 558,29		\$ 6.699,52	\$ 559,80		\$ 6.717,61
Suministros de Oficina			\$ 104,08			\$ 104,36
Hojas de papel bond		\$ 5,51	\$ 66,18		\$ 5,53	\$ 66,36
Esferos		\$ 2,71	\$ 32,49		\$ 2,71	\$ 32,58
Folders		\$ 0,45	\$ 5,41		\$ 0,45	\$ 5,43

Depreciaciones			\$ 1.373,43			\$ 1.373,43
Escritorio de vidrio templado	\$ 3,97		\$ 47,60	\$ 3,97		\$ 47,60
Silla oficina ejecutivo	\$ 1,25		\$ 15,00	\$ 1,25		\$ 15,00
Estantería	\$ 1,13		\$ 13,50	\$ 1,13		\$ 13,50
Instalaciones de la luz eléctrica	\$ 6,00		\$ 72,00	\$ 6,00		\$ 72,00
Red telefónica	\$ 2,52		\$ 30,24	\$ 2,52		\$ 30,24
Estructuras metálicas 180	\$ 60,00		\$ 720,00	\$ 60,00		\$ 720,00
Computador HP	\$ 16,64		\$ 199,65	\$ 16,64		\$ 199,65
Laptop Dell	\$ 19,86		\$ 238,31	\$ 19,86		\$ 238,31
Impresora Multifunción	\$ 1,61		\$ 19,33	\$ 1,61		\$ 19,33
Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 0,62		\$ 7,40	\$ 0,62		\$ 7,40
Gastos Servicios Básicos			\$ 811,59			\$ 813,78
Energía área administrativa	\$ 9,48		\$ 113,71	\$ 9,50		\$ 114,01
Agua Potable área administrativa	\$ 12,03		\$ 144,39	\$ 12,06		\$ 144,78
Teléfono		\$ 22,06	\$ 264,71		\$ 22,12	\$ 265,43
Internet CNT	\$ 24,06		\$ 288,78	\$ 24,13		\$ 289,56
Total	\$ 1.276,61	\$ 55,30	\$ 15.982,93	\$ 1.279,75	\$ 55,45	\$ 16.022,37

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 69: Proyección de gastos administrativos para el año 4 y 5

Descripción	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Útiles de aseo y Limpieza			\$ 296,39			\$ 305,99
Desinfectantes del piso		\$ 7,56	\$ 90,73		\$ 7,81	\$ 93,67
Trapeador		\$ 3,21	\$ 38,47		\$ 3,31	\$ 39,72
Fundas de basura		\$ 3,55	\$ 42,58		\$ 3,66	\$ 43,96

Papel higiénico		\$ 3,23	\$ 38,71		\$ 3,33	\$ 39,97
Escoba		\$ 2,52	\$ 30,24		\$ 2,60	\$ 31,22
Alcohol Antiséptico		\$ 4,64	\$ 55,65		\$ 4,79	\$ 57,45
Sueldos del personal administrativo			\$ 13.471,49			\$ 13.507,87
Administrador	\$ 561,31		\$ 6.735,75	\$ 562,83		\$ 6.753,93
Secretaria-Contable	\$ 561,31		\$ 6.735,75	\$ 562,83		\$ 6.753,93
Suministros de Oficina			\$ 104,64			\$ 104,93
Hojas de papel bond		\$ 5,54	\$ 66,54		\$ 5,56	\$ 66,72
Esferos		\$ 2,72	\$ 32,66		\$ 2,73	\$ 32,75
Folders		\$ 0,45	\$ 5,44		\$ 0,45	\$ 5,46
Depreciaciones			\$ 1.373,43			\$ 1.373,43
Escritorio de vidrio templado	\$ 3,97		\$ 47,60	\$ 3,97		\$ 47,60
Silla oficina ejecutivo	\$ 1,25		\$ 15,00	\$ 1,25		\$ 15,00
Estantería	\$ 1,13		\$ 13,50	\$ 1,13		\$ 13,50
Instalaciones de la luz eléctrica	\$ 6,00		\$ 72,00	\$ 6,00		\$ 72,00
Red telefónica	\$ 2,52		\$ 30,24	\$ 2,52		\$ 30,24
Estructuras metálicas 180	\$ 60,00		\$ 720,00	\$ 60,00		\$ 720,00
Computador HP	\$ 16,64		\$ 199,65	\$ 16,64		\$ 199,65
Laptop Dell	\$ 19,86		\$ 238,31	\$ 19,86		\$ 238,31
Impresora Multifunción	\$ 1,61		\$ 19,33	\$ 1,61		\$ 19,33
Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 0,62		\$ 7,40	\$ 0,62		\$ 7,40
Gastos Servicios Básicos			\$ 815,97			\$ 818,18
Energía área administrativa	\$ 9,53		\$ 114,32	\$ 9,55		\$ 114,63
Agua Potable área administrativa	\$ 12,10		\$ 145,17	\$ 12,13		\$ 145,56
Teléfono		\$ 22,18	\$ 266,14		\$ 22,24	\$ 266,86
Internet CNT	\$ 24,19		\$ 290,34	\$ 24,26		\$ 291,12

Total	\$ 1.282,90	\$ 55,60	\$ 16.061,92	\$ 1.286,05	\$ 56,48	\$ 16.110,39
--------------	--------------------	-----------------	---------------------	--------------------	-----------------	---------------------

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 70: Proyección de gastos de ventas de 0 a 2 años

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldos del personal de ventas	\$ 1.047,92			\$ 12.575,04			\$ 13.399,04
Vendedor 1	\$ 523,96	\$ 523,96		\$ 6.287,52	\$ 558,29		\$ 6.699,52
Vendedor 2	\$ 523,96	\$ 523,96		\$ 6.287,52	\$ 558,29		\$ 6.699,52
Publicidad y Propaganda	\$ 4.670,00			\$ 56.040,00			\$ 56.191,31
Facebook	\$ 2.250,00		\$ 2.250,00	\$ 27.000,00		\$ 2.256,08	\$ 27.072,90
Radio Salcedo	\$ 2.420,00		\$ 2.420,00	\$ 29.040,00		\$ 2.426,53	\$ 29.118,41
Total	\$ 5.717,92	\$ 523,96	\$ 4.670,00	\$ 68.615,04	\$ 558,29	\$ 4.682,61	\$ 69.590,35

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 71: Proyección de gastos de ventas años 3 y 4

Descripción	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldos del personal de ventas			\$ 13.435,22			\$ 6.735,75
Vendedor 1	\$ 559,80		\$ 6.717,61	\$ 561,31		\$ 6.735,75
Vendedor 2	\$ 559,80		\$ 6.717,61	\$ 561,31		\$ 6.735,75
Publicidad y Propaganda			\$ 56.343,02			\$ 56.495,15

Facebook		\$ 2.262,17	\$ 27.146,00		\$ 2.268,27	\$ 27.219,29
Radio Salcedo		\$ 2.433,09	\$ 29.197,03		\$ 2.439,65	\$ 29.275,86
Total	\$ 559,80	\$ 4.695,25	\$ 69.778,24	\$ 561,31	\$ 4.707,93	\$ 63.230,90

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 72: Proyección gastos de ventas año 5

Descripción	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables	
Sueldos del personal de ventas			\$ 13.507,87
Vendedor 1	\$ 562,83		\$ 6.753,93
Vendedor 2	\$ 562,83		\$ 6.753,93
Publicidad y Propaganda			\$ 56.647,69
Facebook		\$ 2.274,40	\$ 27.292,78
Radio Salcedo		\$ 2.446,24	\$ 29.354,90
Total	\$ 562,83	\$ 4.720,64	\$ 70.155,55

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

5.4.5 *Mano de obra*

Según Xuletas (2009) manifiesta que la mano de obra representa el factor humano de la producción.

A continuación en la siguiente tabla se especifica la mano de obra del área de producción de la empresa a través del rol de pagos:

Tabla 73: Costo de la mano de obra producción

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	a pagar
1	Operador 1			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
2	Operador 2			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
	Totales			788,00	0,00	788,00	0,00	74,47	74,47	713,53
	Provisiones	Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo	Vacac,	Total	Costo
		11,15%	0,50%	0,50%			Reserva		Provisión	MO
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		87,86	3,94	3,94	65,67	64,32	0,00	32,83	258,56	1.046,56
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =										1.046,56

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 74: Sueldo del personal administrativo

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	a pagar
1	Gerenta			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
2	Secretaria - Contadora			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
	TOTALES			788,00	0,00	788,00	0,00	74,47	74,47	713,53
	Provisiones	Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo	Vacac,	Total	Costo
		11,15%	0,50%	0,50%			Reserva		Provisión	MO
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		87,86	3,94	3,94	65,67	64,32	0,00	32,83	258,56	1.046,56

SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO = 1.046,56

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 75: Sueldo del personal de ventas

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Ingresos		Descuentos			Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
1	Vendedor 1			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
2	Vendedor 2			394,00		394,00		37,23	37,23	356,77
	Totales			788,00	0,00	788,00	0,00	74,47	74,47	713,53
	Provisiones	Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondo	Vacac,	Total	Costo
		11,15%	0,50%	0,50%			Reserva		Provisión	MO
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		43,93	1,97	1,97	32,83	32,16	0,00	16,42	129,28	523,28
		87,86	3,94	3,94	65,67	64,32	0,00	32,83	258,56	1.046,56
SUELDO PERSONAL VENTAS =										1.046,56

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Para la mano de obra del área de producción según el rol de pagos contaremos con dos operarios los cuales ganaran un sueldo mensual de \$ 523,28 pagando un valor mensual de \$ 1046,56 por sueldos de operarios de producción.

Para el sueldo del personal administrativo según el rol de pagos se contara con una Gerenta y con una Secretaria-Contadora las cuales ganaran un sueldo mensual de \$ 523,28 cada una es decir cada mes la empresa tendrá que pagar un valor total mensual de \$ 1046,56 por salarios del personal administrativo.

Para el sueldo del personal de ventas según el rol de pagos se contara con dos vendedores los cuales ganarán un sueldo mensual de \$ 523,28 cada uno.

5.4.6 Depreciación

Contablemente se considera a la depreciación como un costo o gasto en que incurre una empresa por el uso de sus activos fijos como edificios, vehículos, maquinaria (Váquiro, 2009).

A continuación en la siguiente tabla se especifica cada una de las depreciaciones que se va a tomar en cuenta en la creación de la empresa:

Tabla 76: Cálculo de depreciaciones

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres				\$ 62,70
Escritorio de vidrio templado	10	\$ 238,00	10%	\$ 23,80
Silla oficina ejecutivo	10	\$ 150,00	10%	\$ 15,00
Organizadores	10	\$ 104,00	10%	\$ 10,40
Estantería	10	\$ 135,00	10%	\$ 13,50
Instalaciones y remodelaciones				\$ 822,24
Instalaciones de la luz eléctrica	10	\$ 720,00	10%	\$ 72,00
Red telefónica	10	\$ 302,40	10%	\$ 30,24
Estructuras metálicas	10	\$ 7.200,00	10%	\$ 720,00
Maquinaria y Equipo				\$ 420,00
Máquina de llenado de tubo de pomada	10	\$ 3.200,00	10%	\$ 320,00
Alambique	10	\$ 1.000,00	10%	\$ 100,00
Equipo de computación				\$ 457,29
Computador HP	3	\$ 599,00	33,33%	\$ 199,65
Laptop Dell	3	\$ 715,00	33,33%	\$ 238,31
Impresora Multifunción	3	\$ 58,00	33,33%	\$ 19,33
Equipo de oficina				\$ 7,40
Teléfono inalámbrico Panasonic	10	\$ 74,00	10%	\$ 7,40
Total		\$ 14.495,40		\$ 1.769,63

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

De los datos obtenidos en la anterior tabla se dice que mueble y enseres tiene una depreciación anual de \$ 62,70, instalaciones y remodelaciones una depreciación anual de \$ 822,24; maquinaria y equipo una depreciación anual de \$ 420, equipos de computación una depreciación anual de \$ 457,29 y equipos de oficina \$ 7,40. En total la empresa para el primer año tiene una depreciación de \$ 1769,63.

5.4.7 Proyección de la Depreciación

Con los datos obtenidos en la anterior tabla a continuación en la siguiente tabla se proyecta la depreciación la misma que es proyectada para los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa:

Tabla 77: Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$ 62,70	\$ 62,70	\$ 62,70	\$ 62,70	\$ 62,70
Escritorio de vidrio templado	\$ 23,80	\$ 23,80	\$ 23,80	\$ 23,80	\$ 23,80
Silla oficina ejecutivo	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Organizadores	\$ 10,40	\$ 10,40	\$ 10,40	\$ 10,40	\$ 10,40
Estantería	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50
Instalaciones y remodelaciones	\$ 822,24	\$ 822,24	\$ 822,24	\$ 822,24	\$ 822,24
Instalaciones de la luz eléctrica	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00
Red telefónica	\$ 30,24	\$ 30,24	\$ 30,24	\$ 30,24	\$ 30,24
Estructuras metálicas 180	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Maquinaria y Equipo	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
Máquina de llenado de tubo de pomada	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Alambique	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo de computación	\$ 457,29	\$ 457,29	\$ 457,29	\$ -	\$ -
Computador HP	\$ 199,65	\$ 199,65	\$ 199,65	\$ -	\$ -
Laptop Dell	\$ 238,31	\$ 238,31	\$ 238,31	\$ -	\$ -
Impresora Multifunción	\$ 19,33	\$ 19,33	\$ 19,33	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40
Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40	\$ 7,40
Total	\$ 1.769,63	\$ 1.769,63	\$ 1.769,63	\$ 1.312,34	\$ 1.312,34

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Análisis: de los datos obtenidos se dice que se deprecia para el año 1,2 y 3 un valor total de \$1.769,63 y para el año 4y5 se deprecian un valor de \$ 1312,34.

5.4 Cálculo de Ingresos

Son todos los ingresos recibidos y devengados que recibe la empresa en función de la actividad que realiza, prestación de servicios o venta de mercaderías (Bravo, 2011).

A continuación en la siguiente tabla se detalla los ingresos que va a tener la empresa en la venta de la crema de escaldaduras para los bebés a base de la flor de ñachak:

Tabla 78: Cálculo de Ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de utilidad %	\$	Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de venta unitario
CREMA DE ESCALDADURAS							
Materia prima	Gr	\$ 4.608,00	78%	\$ 3.594,24	\$ 8.202,24	9600	\$ 0,854
Mano de Obra Directa	Sueldo	\$ 1.046,56	78%	\$ 816,32	\$ 1.862,88	9600	\$ 0,194
Costos Indirectos	Dólares	\$ 5.853,00	78%	\$ 4.565,34	\$ 10.418,34	9600	\$ 1,085
Totales		\$ 11.507,56		\$ 8.975,90	\$ 20.483,46		\$ 2,134

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 79: Resumen de ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de utilidad %	\$	Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de venta unitario
CREMA DE ESCALDADURAS	Dólares	\$ 11.507,56	78%	\$ 8.975,90	\$ 20.483,46	9600	\$ 2,134

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Del cálculo de ingresos de la empresa podemos decir que el total de ventas mensuales es de \$ 11.507,56, con 9600 cremas producidas mensualmente, a un precio de venta unitario de \$ 2,13 con un margen de utilidad del 78% teniendo un total de utilidad mensual de \$ 8.975,90.

5.4.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de Ingresos se toma en cuenta el precio unitario, así como las unidades de producción cabe indicar que la producción mensual es de 9600 unidades por lo que para la proyección de ingresos se multiplico este rubro por 12 para que nos de las unidades a producir anualmente .

A continuación en las siguientes tablas se detalla cada uno de estos datos:

Tabla 80: Proyección de ingresos 0 a 3 años

Productos	Can	Precio Unit.	Total año 1	Can	Precio Unit.	Total año 2	Can	Precio Unit.	Total año 3
CREMA DE ESCALDADURAS									
Materia prima	115200	\$ 0,85	\$ 98.426,88	115511	\$ 0,86	\$ 98.959,10	115823	\$ 0,86	\$ 99.494,20
Mano de Obra Directa	115200	\$ 0,19	\$ 22.354,56	115511	\$ 0,19	\$ 22.475,44	115823	\$ 0,20	\$ 22.596,97
Costos Indirectos	115200	\$ 1,09	\$ 125.020,08	115511	\$ 1,09	\$ 125.696,10	115823	\$ 1,09	\$ 126.375,78
Total ingresos		\$ 2,13	\$ 245.801,52		\$ 2,14	\$ 247.130,64		\$ 2,15	\$ 248.466,95

Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 81: Proyección de ingresos del año 4 y año 5

Productos	Can	Precio Unit.	Total año 4	Can	Precio Unit.	Total año 5
CREMA DE ESCALDADURAS						
Materia prima	116136	\$ 0,86	\$ 100.032,20	116449	\$ 0,86	\$ 100.573,10
Mano de Obra Directa	116136	\$ 0,20	\$ 22.719,16	116449	\$ 0,20	\$ 22.842,01
Costos Indirectos	116136	\$ 1,09	\$ 127.059,13	116449	\$ 1,10	\$ 127.746,17
Total ingresos		\$ 2,15	\$ 249.810,48		\$ 2,16	\$ 251.161,28

Fuente: Investigación propia
 Autor: Proaño, J (2018)

Para la proyección de ingresos se realizó con la tasa de inflación anual del 2018 que es del 0,27% para lo cual el total de ventas para el año 1 es de \$ 245.830,29, para el año 2 de \$ 247.130,64 para el año 3 de \$ 248.466,95, para el año 4 de \$ 249.810,48 y para el año 5 un total de \$ 251.161,28.

5.5 Flujo de Caja

El flujo de caja es un concepto básico en lo que respecta a las finanzas remite a la diferencia entre el efectivo que ingresa menos el efectivo que sale en una organización o en la cuenta de una persona física (Andrade, 2015).

A continuación en la siguiente tabla se detalla el flujo de caja de la empresa:

Tabla 82: Flujo de caja de 0 a 2 años

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2
A.	INGRESOS OPERACIONALES	\$ 22.257,73	\$ 245.801,52	\$ 247.130,64
	Recursos propios	\$ 7.577,30		
	Recursos de terceros	\$ 14.680,43		
	Ingresos por ventas		\$ 245.801,52	\$ 247.130,64
B.	EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 221.837,65	\$ 224.826,91
	Materia prima	\$ -	\$ 55.296,00	\$ 55.445,30
	Mano de Obra Directa	\$ -	\$ 12.558,74	\$ 13.382,70
	Costos Indirectos	\$ -	\$ 70.236,00	\$ 70.425,64
	Gastos Administrativos	\$ -	\$ 15.131,87	\$ 15.982,93
	Gastos de Ventas	\$ -	\$ 68.615,04	\$ 69.590,35
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ 22.257,73	\$ 23.963,87	\$ 22.303,73
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -
	Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -
	Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ 9.218,63	\$ 8.567,04
	Gastos financieros	\$ -	\$ 6.108,00	\$ 6.108,00
	Pago de participación de utilidades	\$ -	\$ 2.678,38	\$ 2.429,36
	Pago de impuestos	\$ -	\$ 432,25	\$ 29,68
	Otros egresos	\$ -		
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ -	\$ -9.218,63	\$ -8.567,04
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$ 22.257,73	\$ 14.745,24	\$ 13.736,69
H	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 22.257,73	\$ 37.002,97
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ 22.257,73	\$ 37.002,97	\$ 50.739,66

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 83: Flujo de caja de 3 a 5 años

	Descripción		Año 3		Año 4		Año 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES	\$	248.466,95	\$	249.810,48	\$	251.161,28
	Recursos propios						
	Recursos de terceros						
	Ingresos por ventas	\$	248.466,95	\$	249.810,48	\$	251.161,28
B.	EGRESOS OPERACIONALES	\$	225.767,14	\$	219.637,26	\$	226.989,31
	Materia prima	\$	55.595,00	\$	55.745,11	\$	55.895,62
	Mano de Obra Directa	\$	13.418,83	\$	13.455,06	\$	13.491,39
	Costos Indirectos	\$	70.952,69	\$	71.144,27	\$	71.336,36
	Gastos Administrativos	\$	16.022,37	\$	16.061,92	\$	16.110,39
	Gastos de Ventas	\$	69.778,24	\$	63.230,90	\$	70.155,55
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$	22.699,81	\$	30.173,22	\$	24.171,97
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$	-	\$	-	\$	-
	Créditos a contratarse a corto plazo	\$	-	\$	-	\$	-
	Otros ingresos	\$	-	\$	-	\$	-
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	\$	8.853,73	\$	8.089,90	\$	4.260,25
	Gastos financieros	\$	6.108,00				
	Pago de participación de utilidades	\$	2.488,77	\$	4.525,98	\$	3.625,80
	Pago de impuestos	\$	256,96	\$	3.563,91	\$	634,46
	Otros egresos						
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$	-8.853,73	\$	-8.089,90	\$	-4.260,25
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$	13.846,07	\$	22.083,33	\$	19.911,72
H	SALDO INICIAL DE CAJA	\$	50.739,66	\$	64.585,74	\$	86.669,06
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$	64.585,74	\$	86.669,06	\$	106.580,78

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Con respecto al flujo de caja este tiene un superávit de \$ 37.002,27 en el año 1, el cual en los siguientes años seguirá aumentando lo que permitirá seguir invirtiendo en materia prima activos para el giro del negocio y de esta manera poder cumplir con las obligaciones o pasivos. El crecimiento en los años futuros es sostenido.

5.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio en términos de contabilidad de costos es aquel punto de volumen de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos (Negocios, 2019). A continuación en las siguientes tablas se realiza el cálculo del punto de equilibrio para la empresa:

Tabla 84: Análisis punto de equilibrio

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos	\$ 12.558,74	\$ 125.532,00	\$ 138.090,74
Gastos de Administración	\$ 14.470,07	\$ 661,80	\$ 15.131,87
Gastos de Ventas	\$ 6.287,52	\$ 56.040,00	\$ 62.327,52
Gastos Financieros	\$ 6.108,00	\$ -	\$ 6.108,00
Total	\$ 39.424,33	\$ 182.233,80	\$ 221.658,13

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Según los datos obtenidos en la tabla anterior decimos que el costo total fijo es de \$ 39.424,33, el costo total variable es de \$ 182.233,80 y el costo total es de \$ 221.658,13. A continuación en la siguiente tabla se indica los datos necesarios para calcular el punto de equilibrio:

Tabla 85: Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Descripción	Total
Ingresos total de ventas	\$ 245.801,52
Número Total de unidades	\$ 115.200,00
Precio Unitario de Venta	\$ 2,13

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

El total de ingresos de ventas de la organización es de \$ 245.830,29, un número total de unidades vendidas del año 1 de 115.200 y a un precio de venta unitario de \$ 2,13 centavos.

Tabla 86: Solución punto de equilibrio

Formula	Siglas	Datos	Solución
$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$	CF=Costos Fijos	\$ 39.424,33	\$ 152.444,67
	CV= Costos Variables	\$ 182.233,80	
	IT= Ingresos Totales	\$ 245.801,52	
	CF=Costos Fijos	\$ 39.424,33	
$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$	PVU= Precio de venta unitario	\$ 2,13	42180
	CVU= Costo de venta unitario	\$ 1,199	
	PE \$= Punto de equilibrio en dólares	\$ 152.444,67	
$PE \% = \frac{PE \$}{IT} * 100$	IT= Ingresos Totales	\$ 245.801,52	62%

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

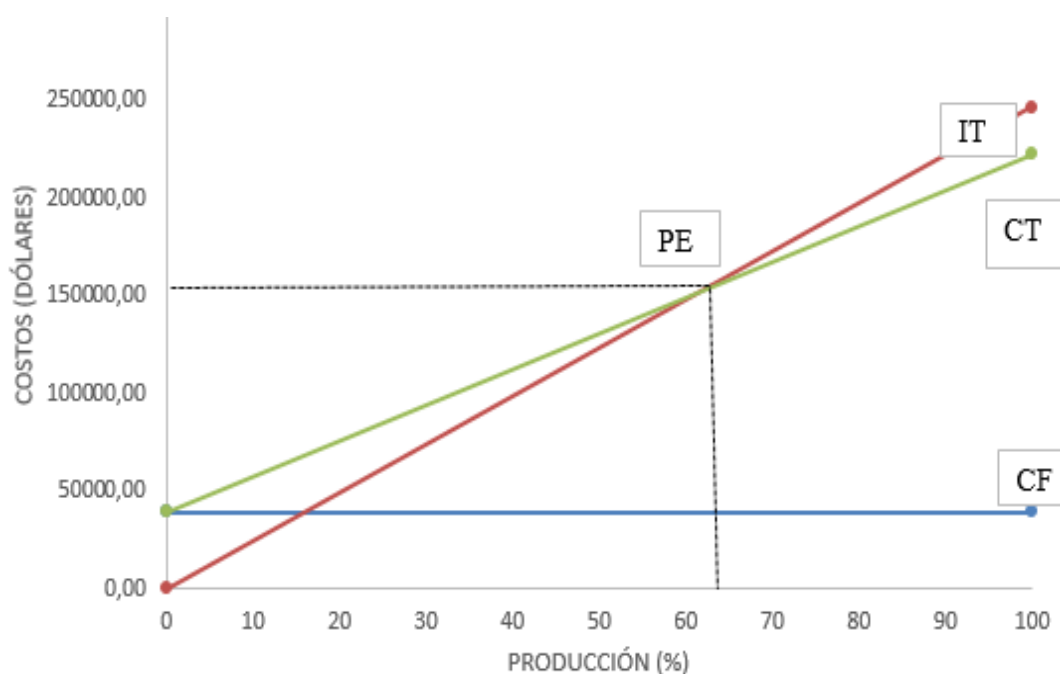


Figura 27: Punto de equilibrio
Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Los Estados de Resultados Proyectados son el resultado de los presupuestos integrales que efectúa una organización como toda información prospectiva, cobran especial importancia las premisas e hipótesis que las personas involucradas en el proceso de presupuestación adopten para efectuar las estimaciones propias de la tarea encarada (Pascual , 2019).

A continuación en la siguiente tabla se detalla el estado de resultados de la empresa:

Tabla 87: Estado de resultados año 1-año 2-año3

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
	Ingresos por ventas	\$ 245.801,52	\$ 247.130,64	\$ 248.466,95
(-)	Costo de Ventas	\$ 138.090,74	\$ 139.253,64	\$ 139.966,53
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 107.710,78	\$ 107.877,01	\$ 108.500,42
(-)	Gastos de venta	\$ 68.615,04	\$ 69.590,35	\$ 69.778,24
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 39.095,74	\$ 38.286,66	\$ 38.722,18
(-)	Gastos Administrativos	\$ 15.131,87	\$ 15.982,93	\$ 16.022,37
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.963,87	\$ 22.303,73	\$ 22.699,81
(-)	Gastos Financieros	\$ 6.108,00	\$ 6.108,00	\$ 6.108,00
(+)	Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 17.855,87	\$ 16.195,73	\$ 16.591,81
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 2.678,38	\$ 2.429,36	\$ 2.488,77
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.177,49	\$ 13.766,37	\$ 14.103,04
(-)	Impuesto a la renta	\$ 432,25	\$ 29,68	\$ 256,96
(=)	UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 14.745,24	\$ 13.736,69	\$ 13.846,07

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Tabla 88: Estado de resultados año4-año 5

	Descripción	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$ 249.810,48	\$ 251.161,28
(-)	Costo de Ventas	\$ 140.344,44	\$ 140.723,37
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 109.466,05	\$ 110.437,91
(-)	Gastos de venta	\$ 63.230,90	\$ 70.155,55
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 46.235,15	\$ 40.282,36
(-)	Gastos Administrativos	\$ 16.061,92	\$ 16.110,39

(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 30.173,22	\$ 24.171,97
(-)	Gastos Financieros	\$ -	\$ -
(+)	Otros Ingresos	\$ -	\$ -
(-)	Otros Egresos	\$ -	\$ -
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 30.173,22	\$ 24.171,97
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 4.525,98	\$ 3.625,80
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 25.647,24	\$ 20.546,18
(-)	Impuesto a la renta	\$ 3.563,91	\$ 634,46
(=)	UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 22.083,33	\$ 19.911,72

Fuente: Investigación propia

Autor: Proaño, J (2018)

Según el estado de resultados la utilidad del ejercicio para el primer año es de \$14.745,24 para la proyección y cálculos de los siguientes años se toma como base la tabla del impuesto a la renta del año 2018 y los valores porcentuales de acuerdo al rango del impuesto o fracción, para el desarrollo de los cálculos se restó el valor de la utilidad antes de impuesto menos el impuesto a la renta obteniendo para el segundo, el mismo proceso de cálculo se lo realizara para los siguientes 3 años.

5.8 Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos (Maldonado, 2019).

A continuación en la siguiente tabla se evalúa el análisis de rendimiento para el cálculo de la TMAR:

Tabla 89: Cálculo TMAR

Tasa de descuento	Valor	Porcentaje de aportación	Tasa pasiva (%)	Tasa Activa (%)	Tasa TMAR (%)
Capital Propio	7.577,30	34%	6		2%
Capital de terceros	14.680,43	66%		18	12%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	22.257,73	100%			14%

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Para la evaluación financiera se aplica la tasa pasiva de 6% y la tasa activa de 15% de crédito a obtener a través de las instituciones financieras según los datos del año 2019, los valores porcentuales permiten obtener una tasa mínima del 12%, la cual se puede considerar como aceptable.

5.8.1 Indicadores

Las razones financieras o como también se le conoce índices o indicadores financieros son una de las herramientas o instrumentos más utilizados que tiene el Análisis Financiero para analizar la información obtenida de los Estados Financieros (Duque, 2016).

5.8.1.1 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es el valor presente de los flujos de caja futuros que generará el proyecto descontados a una misma tasa de descuento (Serrahima, 2017).

Tabla 90: Cálculo del valor actual neto

FÓRMULA	
$VAN = \frac{D}{(1+i)} + \frac{D2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Dn}{(1+i)^n}$	
VALOR ACTUAL NETO - VAN	\$ 29.967,01

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Con los datos obtenidos del cálculo del valor actual neto es de \$ 29.967,01 significa que el resultado VAN es mayor que cero y la inversión de \$22.257,73 por ende el proyecto es rentable.

5.8.1.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno nos indica el tipo de interés máximo que podríamos aceptar de un préstamo para financiar una inversión sin ganar ni perder dinero (Yirepa, 2019).

Tabla 91: Cálculo tasa interna de retorno

FÓRMULA	
* No es Viable si el TIR es < 0 * Es Indiferente si el TIR es = 0 * Si es Viable si el TIR es > 0 * No es Rentable si el TIR es > 0 pero < que TMAR * Si es Rentable si el TIR es > 0 y que TMAR	
TASA INTERNA DE RETORNO	33%

Fuente: Investigación propia
Autor: Proaño, J (2018)

Según la tabla anterior, los datos del TIR equivale al 33% este valor es mayor que el 14 % la cual fue calculada por la tasa pasiva y activa por ende nos dice que el plan de negocios es viable y rentable puesto que la tasa interna de retorno está por encima del TMAR.

5.8.1.3 Beneficio Costo

Según Didier (2010) son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. A continuación en la siguiente tabla se realiza el cálculo de Beneficio/Costo

$$\frac{B}{C} = \frac{29.967,01}{22.257,73}$$

$$\frac{B}{C} = 1,35$$

La relación beneficio / costo nos dice que por cada dólar invertido se obtiene 0,35 centavos.

5.8.1.4 Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original (Finanzas, 2010).

A continuación se realiza el cálculo del periodo de recuperación:

$$P.R = 1,35$$

$$P.R = 0,35 * 12$$

$$P.R = 4,2$$

$$P.R = 0,2 * 30$$

La inversión es de \$ 22.257,73 la cual está proyectado para recuperar la misma en un tiempo establecido de 1 año, 4 meses y 6 días.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, C., & Moyolema, M. (2013). *Los procesos de producción y la productividad en la industria*. México: Congreso Iberoamericano de Investigación.
- Abril, C., & Moyolema, M. (2013). *Los procesos de producción y la productividad en la industria*. México: Congreso Iberoamericano de Investigación.
- Álvarez, J., & Manuel, J. (2012). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. España: AENOR-Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Álvarez, R., & Fernández, H. (2005). *Matemáticas Previas al Cálculo*. Medellín: L.Vieco e Hijas Ltda.
- Andrade, L. (21 de 02 de 2015). *Importancia del Flujo de Caja*. Obtenido de <https://www.importancia.org/flujo-de-caja.php>
- Apireal. (13 de 08 de 2018). Obtenido de Ñachag, Bidens Triplinervia: <https://www.aperial.com/información-de-productos/mieles/miel-de-ñachag/>
- Arboleda, M. (2001). *Planeación de la capacidad de producción para una nueva empresa*. Cali: Norma.
- Arcsa. (10 de 12 de 2018). *Arcsa facilita la obtención de los registros sanitarios para alimentos procesados*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-facilita-aun-mas-la-obtencion-de-los-registros-sanitarios-para-alimentos-procesados/>
- Basantes, K. (22 de 08 de 2018). *Estudio de trabajo*. Obtenido de Productividad estudio de trabajo: <http://materias.fi.uba.ar/7628/Produccion2Texto.pdf>
- Bergholz, S. (11 de 06 de 2011). *Medwave*. Obtenido de Levantamiento y descripción de procesos: <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES03-A/5057>
- Bermúdez, R. (30 de 11 de 2018). *Los Indicadores de gestión*. Obtenido de Parametros de desempeño de confiabilidad: <https://reliabilityweb.com/sp/articles/entry/los-indicadores-de-gestion>
- Best, R., & Garly, F. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid: Pearson.
- Blanco, A., & Mercado, C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa 2ª edición*. Madrid: ESIC Editorial.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

- Brito, X. (2011). *La empresa unipersonal de responsabilidad limitada en el Ecuador como forma excepcional de crear una sociedad y sus ventajas en los sujetos de derecho*. Quito: Universidad de las Américas.
- CHITRA. (12 de 08 de 2018). *Chitra Impex Private Limited*. Obtenido de Ointment and cream machines: <http://www.pharmamachineryexport.com/ointment-and-cream-machines.html#ointment-tube-filling-machine>
- Ciberconta. (23 de 01 de 2019). *Concepto y clasificación de los ingresos y egresos*. Obtenido de Concepto de gasto: <https://ciberconta.unizar.es/leccion/cf016/100.HTM>
- Danel, F. (2013). *Administración Estratégica*. México: Pearson.
- Daves, J. (09 de 11 de 2016). *La organización interna de una empresa*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/johnalavatorres/la-organizacin-interna-de-una-empresa>
- DELSOL. (27 de 02 de 2018). *Los gastos financieros, analizamos que son y sus particularidades*. Obtenido de <https://www.sdelisol.com/blog/contabilidad/gastos-financieros/>
- DESITIN. (12 de 09 de 2018). *Cambiar para mejor*. Obtenido de <https://es.desitin.com/>
- Didier, J. (23 de 02 de 2010). *La relación beneficio costo*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Diferenciador. (18 de 01 de 2019). *Costo y Gasto*. Obtenido de Descubre las diferencias y semejanzas: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-costo-y-gasto/>
- Duque, J. (24 de 11 de 2016). *Razones o índices financieros*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/analisis-financiero/razones-indices-financieros>
- Emprendedor. (17 de 01 de 2019). *Análisis Económico*. Obtenido de Plan de financiación: http://www.emprendedorxxi.coop/html/creacion/crea_pempresa_6b.asp
- Entrepreneur. (21 de 06 de 2018). *Marketing*. Obtenido de Como dar seguimiento a los clientes: <http://entm.ag/28Oyhkw>
- Fajardo, B. (29 de 09 de 2015). *Organigrama funcional, definición. características*. Obtenido de <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2015/09/organigrama-funcional-definicion.html>
- Ferrer, I., & Medina, P. (2014). *Gestión empresarial de la agencia de publicidad*. México: Pearson.

- Finanzas. (17 de 11 de 2010). *Periodo de Recuperación*. Obtenido de <http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010/11/periodo-de-recuperacion.html>
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Galicia, D. (03 de 05 de 2013). *Publicidad y Marketing*. Obtenido de http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
- García, S. (2014). *Propuesta para la creación de una empresa de servicios de seguridad y salud ocupacional para ofrecer asesoría a las empresas industriales del sector norte de Quito*. Ecuador: Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gatti, S., & Caresani, D. (2009). *La importancia de la calidad y su relación en el desempeño*. Argentina: Andina.
- Guevara, G. (2010). *Mapas estratégicos*. México: Norma.
- Hevea. (12 de 02 de 2019). *Aceites Escenciales*. Obtenido de http://es.labo-hevea.com/downloads/HE_es.pdf
- Hidalgo, P. (30 de 10 de 2014). *Necesidad y categorías del personal*. Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guida=42&giro=1&ins=858>
- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2008). *Management of Strategy: Concepts and Cases (3a. ed.)*. United States of America: Thomson South Western.
- IEPI. (10 de 12 de 2018). *¿Cómo registro una marca?* Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- IEPI. (10 de 12 de 2018). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- IESS. (10 de 12 de 2018). *Registro de nuevo empleador*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- INEC. (02 de 09 de 2010). *Censo de población y vivienda*. Obtenido de Sistema integrado de consultas: <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- INEN. (22 de 06 de 2013). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Datos: <http://www.normalizacion.gob.ec/>
- ISTOR. (12 de 01 de 2019). *Vacuum packing machine*. Obtenido de http://www.321pack.com/a/yw/packing_machine/vacuum_packing_machine/

- Kaneshiro, N., & Zieve, D. (11 de 09 de 2011). *Dermatitis del pañal*. Obtenido de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/000964.htm>
- Konz, S. (1999). *Diseño de instalaciones Industriales*. México: Limusa.
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, F., & Hair, D. (2014). *MKTG, Marketing*. México: Cengage Learning.
- Lara, E., & Lara, L. (2009). *Primer curso de Contabilidad*. México: Trillas.
- León, F. (23 de 10 de 2013). *Envases, Empaques y Embalajes*. Obtenido de <https://licenciadofelipeleon.files.wordpress.com/2012/06/envases-2013-material.pdf>
- Machado, L. (12 de 10 de 2009). *Organigrama estructural*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/organigrama-estructural.html>
- Magallón, L. (2013). *Análisis estratégico de una empresa real*. Zaragoza: Universidad Zaragoza.
- Maldonado, A. (28 de 01 de 2019). *Evaluación Financiera*. Obtenido de <https://www.marcoteorico.com/curso/115/desarrollo-de-emprendedores/943/evaluacion-financiera>
- Manene, L. (2011). *Los diagramas de flujo: su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones*. España: Ilseys. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicionobjetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
- Martínez, N. (12 de 04 de 2009). *La incorporación de la Empresa Unipersonal de responsabilidad limitada en el derecho Argentino*. Obtenido de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/11151/Mart%C3%ADnez,%20Nuria%20Betania.pdf?sequence=1>
- Montgomery, D. (2002). *Applied Statistics and Probability for Engineers*. México DF: McGrawHill.
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Oxford.
- Muriel, C. (13 de 03 de 2017). *Solo Marketing*. Obtenido de 10 Estrategias de publicidad que no han cambiado en 100 años: <https://solomarketing.es/10-estrategias-de-publicidad-que-no-han-cambiado-en-100-anos/>
- Negocios. (24 de 02 de 2019). *Punto de Equilibrio*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/39122878/El_punto_de_equilibrio.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&E

xpires=1548302012&Signature=B2oDmf888Qk6a1coOZyzUE6SJm8%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_punto_de_equilibrio.

Oliveros, G., & Esparragoza, J. (2016). *Gerencia de Marketing*. Barranquilla: Universidad del Norte.

Ortiz, J. (29 de 04 de 2015). *¿Cómo hacer un buen plan de inversión?* Obtenido de <https://finanzasyproyectos.net/como-hacer-un-buen-plan-de-inversion/>

Palou, E. (24 de 01 de 2009). *Métodos de extracción de aceites esenciales*. Obtenido de [https://www.udlap.mx/WP/tsia/files/No3-Vol-1/TSIA-3\(1\)-Peredo-Luna-et-al-2009.pdf](https://www.udlap.mx/WP/tsia/files/No3-Vol-1/TSIA-3(1)-Peredo-Luna-et-al-2009.pdf)

Parra, A. (2009). *Modelo de Porter y estrategias de negocio de operadores de telecomunicaciones*. México: Prince.

Pascual , M. (29 de 01 de 2019). *Estados Contables Proyectados* . Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/422/1/00402.pdf>

Peresson, L. (2007). *Sistemas de Gestión de la Calidad con Enfoque al Cliente*. Madrid: Parengifo.

PermaTree. (18 de 06 de 2016). Obtenido de Bindens andicola planta medicinal de Ecuador .

PermaTree. (18 de 06 de 2016). Obtenido de Bindens andicola planta medicinal de Ecuador: <https://permatree.wordpress.com/2016/06/18/bidens-andicolal/>

Registro Mercantil. (10 de 12 de 2018). *Constitución de Compañías Unipersonales de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de <http://registromercantil.gob.ec/component/content/article/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/150-constitucion-companias-unipersonales-responsabilidad-limitada.html>

Riquelme, M. (25 de 09 de 2017). *¿Qué son los Gastos Administrativos?* Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>

Rivera, J. (18 de 01 de 2018). *¿Qué es y qué no es el control de gestión?* Obtenido de <https://escueladeadministracion.uc.cl/jose-rivera-que-es-y-que-no-es-el-control-de-gestion/>

Rivera, O. (1991). *Los conceptos de: misión, visión y proposito estratégico*. España: Universidad de Deusto.

Rosales, R. (2007). *La formulación y la evaluación de proyectos*. San José: EUMED.

Salas, M. (10 de 12 de 2018). *Qué es una licencia de funcionamiento*. Obtenido de <https://www.certicalia.com/blog/que-es-una-licencia-de-funcionamiento>

- Salazar, B. (18 de 07 de 2018). *Diseño y distrubción en planta*. Obtenido de Herramientas para el Ingeniero Industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- Salomon, G. (1992). Las diversas influencias de la tecnología en el desarrollo de la mente. *Infancia y aprendizaje*, 15(58), 143-159.
- Serrahima, R. (27 de 02 de 2017). *Valor Actual Neto VAN*. Obtenido de <https://raimon.serrahima.com/valor-actual-neto-van/>
- Shainin, P. (1993). Managing quality improvement. *47th Annual Quality Congress Proceedings, ASQC*, 554–560.
- SRI. (10 de 12 de 2018). *Registro único de contribuyentes*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Stanton, P., Walker, M., & Etzel, L. (2010). *Fundamentos de Marketing*. México: Priston.
- Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 2, 1-16.
- Thompson, L. (1998). *Dirección y Administración Estratégicas, Conceptos, casos y lecturas*. México: Mac Graw Hill Inter Americana y editores.
- Torres, L. (10 de 12 de 2018). *Pasos para la constitución y funcionamiento de la MYPE*. Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10984/3/anexoModulo1_clase3.pdf
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios*. Riobamba: La Caracola. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/14/marketing%20en%20productos%20y%20servicios.pdf>
- Váquiro, J. (11 de 09 de 2009). *La Depreciación en las Finanzas*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/depreciacion.htm>
- Villalobos, N., & Herrera, T. (2006). *Gestión de la Producción y Operaciones*. México: Edumed.
- Violán, M. (4 de 08 de 2014). *EAE Business School*. Obtenido de Ejemplos de empresas con buenas estrategias de comunicación: <https://retos-directivos.eae.es/ejemplos-de-empresas-con-buenas-estrategias-de-comunicacion/>
- Warren, B., & Burt, N. (1985). *Leaders*. EEUU: Colens.

Wizler, K. (2009). *Planificación de las operaciones en proyectos de negocio*. México: Norma.

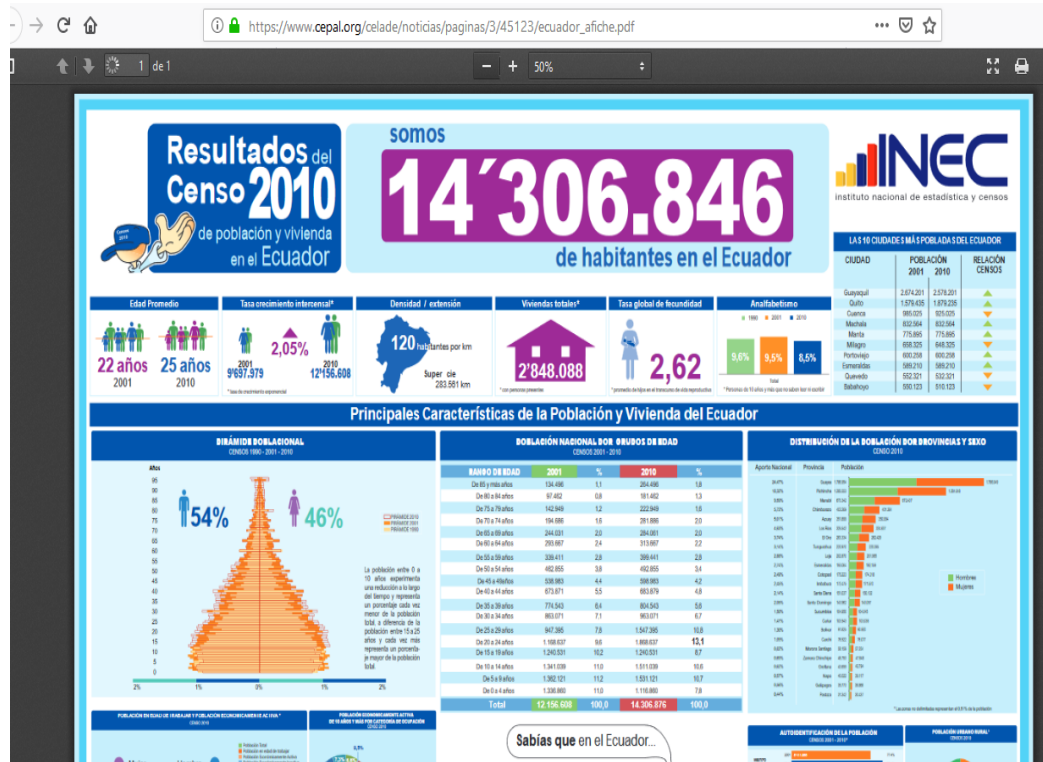
Xuletas. (14 de 07 de 2009). *Mano de Obra*. Obtenido de <https://www.xuletas.es/ficha/mano-de-obra/>

Yirepa. (28 de 01 de 2019). *La Tasa Interna de Rendimiento (TIR)*. Obtenido de <http://yirepa.es/La%20TIR.html>

Zapata, J. (2014). *Fundamentos de la gestión de inventarios*. Medellin: Esumer.

ANEXOS

Anexo 1. Población de Ecuador 2010



Anexo 2. Madres de Familia y niños edades

CANTONES Y PARROQUIAS	POBLACION TOTAL 2007	GRUPOS DE EDAD										Mujeres en edad fértil 15 a 49 años	DET. OPORT. CENSO (DOC) 25 a 64 años	DET. OPORT. CENSO (DOC) 35 a 64 años
		Menor de un año	12 a 23 meses	1 a 4 años	2 a 4 años	5 a 9 años	10 a 14 años	15 a 19 años	20 y más años	Embarazadas				
CANTÓN: PUJILI	69.566	1.805	1.815	7.533	5.718	9.545	8.890	6.768	35.025	2.256	21.133	16.394	14.145	9.743
PULLI	32.690	757	763	3.111	2.349	4.232	4.067	3.298	17.225	946	9.358	7.434	6.545	4.526
ANGAMARCA	5.610	184	165	693	527	796	746	423	2.768	230	1.504	1.134	1.076	771
GUANAJE	8.367	215	242	1.034	792	1.249	1.143	853	3.872	269	2.827	2.122	1.722	1.239
LA VICTORIA	3.214	67	65	267	202	362	311	282	1.924	84	829	682	694	467
PILALO	2.136	71	58	235	176	311	242	185	1.092	89	603	473	419	276
TINGO	3.922	86	86	356	271	463	451	376	2.189	108	1.007	795	747	521
ZUMBALIA	13.626	423	437	1.837	1.400	2.132	1.930	1.350	5.954	529	5.005	3.754	2.942	1.944
CANTÓN: SALCEDO	58.771	1.126	1.231	4.970	3.739	6.917	6.860	6.068	32.830	1.408	17.437	14.143	12.283	8.273
SAN MIGUEL	30.571	557	625	2.518	1.893	3.550	3.478	3.265	17.204	696	9.512	7.800	6.625	4.412
ANTONIO JOSE HOLGUIN (SANTA LUCIA)	2.750	44	50	196	147	246	277	267	1.720	55	779	666	647	446
CUSUBAMBA	8.136	191	201	852	650	1.168	1.066	741	4.119	238	2.115	1.602	1.488	1.031
MOLAJILLO	6.629	153	151	596	445	818	824	679	3.550	191	1.869	1.479	1.308	916
MULLIQUINCHI (SANTA ANA)	7.514	128	133	552	419	820	895	819	4.301	159	2.191	1.792	1.512	1.015
PANSALCO	3.171	54	71	256	185	315	319	298	1.927	68	970	803	702	454
CANTÓN: SAQUISILI	23.844	564	572	2.341	1.769	3.244	2.875	2.443	12.377	705	7.635	6.063	5.130	3.419
SAQUISILI	12.587	270	285	1.157	871	1.604	1.359	1.193	7.005	338	3.931	3.222	2.842	1.872
CANCHAGUA	5.427	152	134	574	440	772	712	595	2.622	190	1.679	1.303	1.093	767
CHANTILIN	943	15	20	74	54	112	109	100	533	19	270	217	190	147
COCAPAMBA	4.887	126	132	537	404	756	695	556	2.217	158	1.755	1.322	1.005	633
CANTÓN: SICHOS	23.738	638	668	2.730	2.062	3.456	3.242	2.001	11.670	798	6.273	4.692	4.280	2.930
SICHOS	9.098	203	218	911	694	1.198	1.198	770	4.818	253	2.248	1.704	1.645	1.187
CHUCHILAN	7.281	257	243	1.014	771	1.180	1.061	651	3.118	321	2.146	1.596	1.312	818
ISINLIV	3.792	93	120	482	362	610	545	252	1.810	116	969	688	713	523
LAS PAMPAS	2.353	58	57	216	159	316	287	240	1.235	73	616	486	400	263
PALO QUEMADO	1.234	27	30	106	76	152	151	88	689	34	294	218	211	139

FUENTE: INEC-Proyecciones de Población por Provincias, Cantones, Areas, Sexo y Grupos de Edad. Periodo 2001 - 2010
F.I.R. MSP - Sistema Común de Información

Anexo 3. Crecimiento Poblacional por Provincias

Regiones naturales	2001*	2010	Tasa de crecimiento
Costa	6.098.086	7.236.822	1,90%
Sierra	5.463.907	6.449.355	1,84%
Amazonía	548.419	739.814	3,33%
Insular	18.640	25.124	3,32%
Zonas no delimitadas	27.556	32.384	1,79%
Total	12.156.608	14.483.499	1,95%

Fuente: Censos de Población y Vivienda 2001 y 2010
Elaboración: Los Autores

A nivel provincial, el mayor ritmo de crecimiento viene dado por las provincias pequeñas, tres provincias de la Amazonía (Orellana, Sucumbios y Pastaza), seguidas por la provincia de Galápagos. Por otro lado, las provincias de la región Sierra muestran un nivel de crecimiento inferior, ubicándose en los últimos lugares Carchi, Bolívar y Cañar.

Nombre de provincia	2001*	2010	Tasa de crecimiento
Orellana	86.483	136.396	3,06%
Sucumbios	128.595	176.472	3,48%
Pastaza	61.779	83.933	3,41%
Galápagos	18.640	25.124	3,32%
Napo	79.139	103.697	3,00%
Santa Elena	235.713	308.693	3,00%

Nombre de provincia	2001*	2010	Tasa de crecimiento
Santa Elena	235.713	308.693	3,00%
Santo Domingo	286.832	368.013	2,77%
Morona Santiago	115.412	147.940	2,76%
Esmeraldas	431.174	534.092	2,38%
Pichincha	2.101.080	2.576.287	2,27%
Los Rios	650.178	778.115	2,00%
Zamora Chinchipe	76.601	91.376	1,96%
Guayas	3.069.157	3.645.483	1,91%
Azuay	603.434	712.127	1,84%
Zonas no delimitadas	27.556	32.384	1,79%
Cotopaxi	349.726	409.205	1,75%
Imbabura	344.044	398.244	1,63%

Fuente: INEC 2010

Manabí	1.186.101	1.369.780	1,60%
Tungurahua	441.034	504.583	1,50%
El Oro	525.763	600.659	1,48%
Chimborazo	403.632	458.381	1,42%
Loja	404.835	448.966	1,15%
Cañar	206.981	225.184	0,94%
Bolívar	169.370	183.641	0,90%
Carchi	152.939	164.524	0,81%
Total	12.156.608	14.483.499	1,95%

Fuente: Censos de Población y Vivienda 2001 y 2010
Elaboración: Los Autores

En términos cuantitativos se identifica entonces un crecimiento poblacional de menor ritmo ubicado en las zonas urbanas; mientras que a nivel provincial existe mayor dinámica en provincias orientales e insulares. Adicionalmente se evidencia una reducción del tamaño de los núcleos sociales y un cambio en preferencias de afiliación como el matrimonio. Ecuador ha saltado el pie del acelerador poblacional en términos cuantitativos, es necesario preguntarse cómo y en dónde ha cambiado esta población.

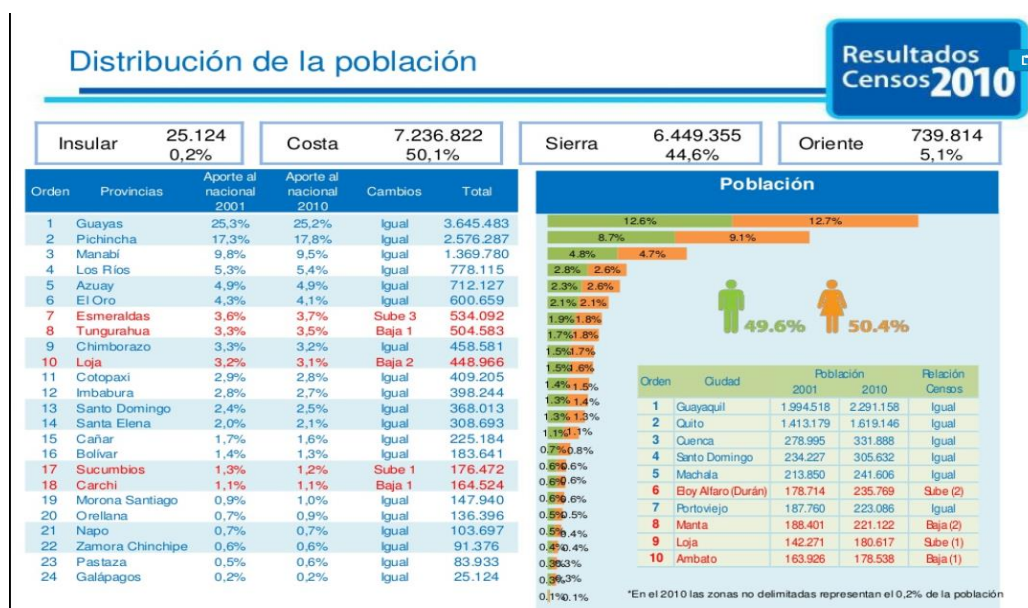
III. Las mujeres en Ecuador tienen cada vez menos hijos: Tasas Global de Fecundidad

La reducción en la velocidad de crecimiento poblacional puede deberse a varios factores, resaltando el de la reducción del número de hogares y la decisión de tener menos hijos por hogar. El promedio de hijos por hogar que arrojó el censo 2010 es de 1,6 personas, el cual disminuyó en relación al 2001 (1,8) y a 1990 (2,3).

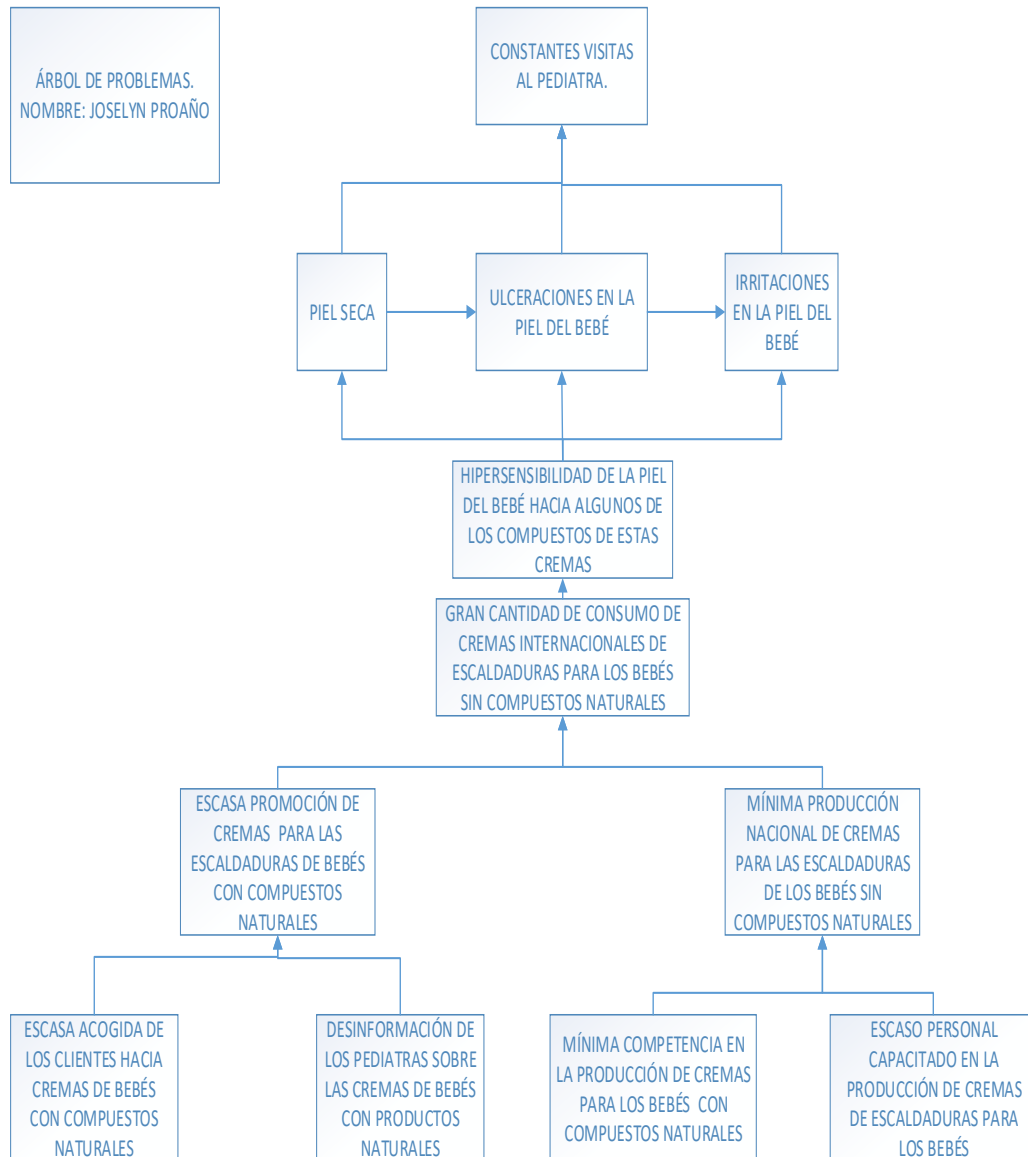
La reducción en el número promedio de hijos por hogar tiene algunos orígenes, el nivel de instrucción de los padres es uno de ellos. En el 2010, en hogares donde el nivel de instrucción máximo alcanzado por los padres es un centro de alfabetización, la cifra en promedio de hijos es de 4,13; mientras que en hogares con padres que alcanzan un nivel superior registran un promedio de hijos de 1,09. En el área rural el promedio de hijos por hogar fue de 1,7, el cual supera al promedio en el área urbana (1,5).

Por otro lado, las mujeres en edad fértil en el 2010 representaron el 51,7% del total de mujeres, mientras que en 1990 eran el 49,4%. La razón entre niños y mujeres en el año 2010 fue de 38 niños menores de 5 años por cada 1.000 mujeres en edad fértil mientras que en 1990 fue de 51. La tasa global de fecundidad por su parte ha disminuido de 3 a 2 entre el 2001 y el 2010.

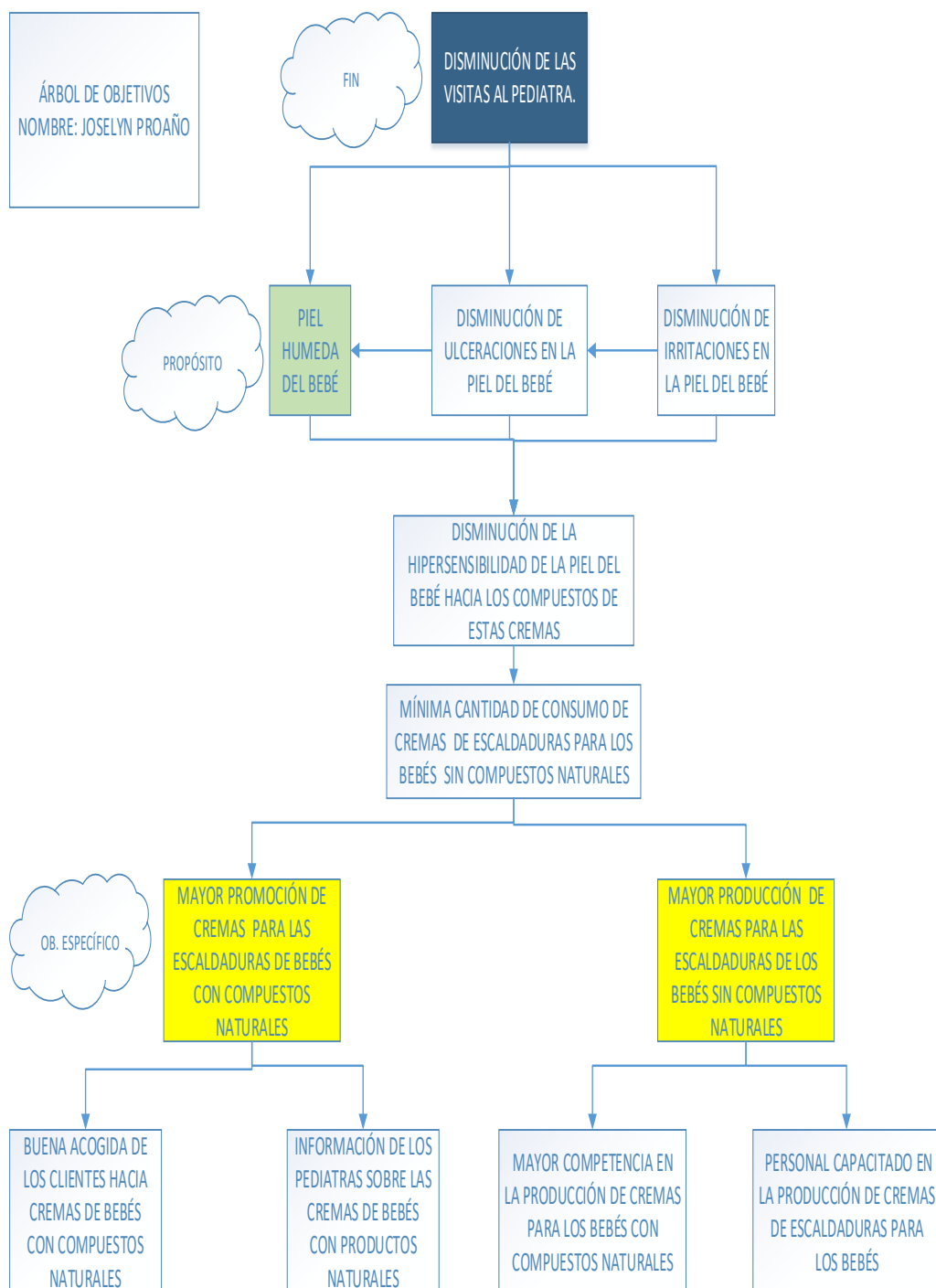
Anexo 4. Distribución de la Población



Anexo 5. Árbol de Problemas



Anexo 6. Árbol de Objetivos



Anexo 7. Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Tema de la investigación de mercado: Creación de una crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de ñachak en la ciudad de Salcedo Provincia de Cotopaxi.

1.- ¿Usted ha comprado alguna vez crema de escaldaduras para sus hijos?

SI ()
NO ()

2.- ¿De los siguientes beneficios que proporciona la crema para escaldaduras indique la importancia que tiene para usted?

Humectación de la piel ()
Disminución de los granos en la piel afectada del bebé ()
Disminución del ardor en la piel del bebé ()
Disminución del enrojecimiento en la piel del bebé ()

3.- ¿Usted conocía que la flor de ñachak tienen muchos beneficios entre ellos que sirve para curar las escaldaduras de los bebés?

SI ()
NO ()

4.- ¿Sabiendo que la flor de ñachak ayuda a curar las escaldaduras de los bebés compraría usted una crema a base de esta flor?

SI ()
NO ()

5.- ¿De estas cuatro marcas de cremas de escaldaduras para bebés? ¿Cuál es la que compra?

Desitin ()
Bepanthen ()
Hipoglos ()
Eritum ()

6.- ¿Con que frecuencia compra al mes la crema de escaldaduras para los bebés?

UNA VEZ ()
DOS VECES ()
TRES VECES ()

7.- ¿Donde compra la crema de escaldaduras para los bebés?

Farmacias ()
Naturistas ()
Supermercados ()
Minimarkets ()

8.- ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia para escuchar la información de ventas de las cremas de escaldaduras para los bebés

Televisión ()
Redes Sociales ()
Periódico ()
Radio ()

9.- ¿Conoce usted la composición de la crema de escaldaduras de los bebés?

SI ()
NO ()

10.- ¿Cuál es la presentación de cremas de escaldaduras para los bebés que usted compra?

300 gr ()
150 gr ()
30 gr ()

Anexo 8. Población Salcedo



ECUADOR CUENTA CON EL INEC

www.ecuadorencifras.com
www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Título

POBLACIÓN POR SEXO, SEGÚN PROVINCIA, PARROQUIA Y CANTÓN DE EMPADRONAMIENTO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo		
			Hombre	Mujer	Total
		ZUMBAHUA	5.924	6.719	12.643
		Total	32.736	36.319	69.055
	SALCEDO		Hombre	Mujer	Total
		ANTONIO JOSE HOLGUIN	1.256	1.408	2.664
		CUSUBAMBA	3.490	3.710	7.200
		MULALILLO	2.982	3.397	6.379
		MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	3.516	3.687	7.203
		PANSALEO	1.586	1.869	3.455
		SAN MIGUEL	15.050	16.265	31.315
		Total	27.880	30.336	58.216
	SAQUISILI		Hombre	Mujer	Total
		CANCHAGUA	2.614	2.841	5.455
		CHANTILIN	453	582	1.035
		COCHAPAMBA	2.557	2.869	5.426
		SAQUISILI	6.333	7.071	13.404

POBLA_SEXO

Anexo 9. Población Salcedo según área Urbana-Rural

www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com
ECUADOR CUENTA CON EL INEC

Título

POBLACIÓN POR ÁREA, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	ÁREA		
			URBANO	RURAL	Total
	SALCEDO		URBANO	RURAL	Total
		ANTONIO JOSE HOLGUIN	-	2.664	2.664
		CUSUBAMBA	-	7.200	7.200
		MULALILLO	-	6.379	6.379
		MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	-	7.203	7.203
		PANSALEO	-	3.455	3.455
		SAN MIGUEL	12.488	18.827	31.315
		Total	12.488	45.728	58.216
	SAQUISILI		URBANO	RURAL	Total
		CANCHAGUA	-	5.455	5.455
		CHANTILIN	-	1.035	1.035
		COCHAPAMBA	-	5.426	5.426
		SAQUISILI	7.205	6.199	13.404
		Total	7.205	18.115	25.320
	SIGCHOS		URBANO	RURAL	Total
		CHUGCHILAN	-	7.811	7.811

POBLACIÓN_ÁREA

Anexo 10. Entrevista

NOMBRE: Dr. Ángel Noboa

OCUPACIÓN: PEDIATRA

1. ¿Usted que crema recomienda por lo general a las madres de familia para la dermatitis de sus bebés?

Se les recomienda la crema desitim

2 ¿Usted conoce los beneficios de la flor de ñachak?

Si tienes algunos beneficios ayuda a los niños cuando tiene lagañas en los ojos y se les cierra se puede hacer como un té les pone con una gasa ayuda a que se les limpie también para la limpieza del ombligo de los bebés como desinflamante.

3 ¿Al existir una crema natural para la dermatitis a base de la flor de Ñachack usted la recomendaría?

Si la recomendaría ya que es un buen desinflamatorio. Sería una buena opción para los padres.

4 ¿Ahora que ya conoce los benéficos que tiene esta crema en que cree que beneficiaría esta crema natural en comparación con las otras cremas a base de productos químicos?

Les ayudaría por que no tendrían ningún problema como de alergias ni inflamaciones para el cuerpo de los niños ya que tienen la piel muy delicada y es un poco económica al mismo tiempo.

Anexo 11. Flor de ñachak y sus beneficios

<https://permatree.wordpress.com/2016/06/18/bidens-andicola/>

800 €
Reserva ya
Precio final ida y vuelta

Guayaquil
Almería
IBERIA

La flor de ñachak se usa para tratar escaldaduras, mordiendo o machacando, la planta y colocándola en la zona afectada. También en infecciones de los ojos, para curar la sordera. La infusión de las hojas y flores se usa para tratar afecciones a los riñones, afecciones del hígado, la ictericia y para tratar golpes y contusiones. La infusión de la planta se toma para facilitar el parto.



Bidens andicola

Ñachag, nachak sisa, ñachi, ñakachay, flor de ñachak

Estomacal, granos, pañalitis, ictericia, para teñir, reumatismo, riñones, hemorragias internas.

Asma

Sirve como expectorante, diurético y para tratar el asma.

Diarreas

prácticas de permacultura e investigación del estilo de vida regenerativa. Para vivir una vida sostenible en armonía con la naturaleza lo más autosuficientemente posible. Con la permacultura como una herramienta práctica para los ecosistemas autosostenibles, construyendo y promoviendo la biodiversidad.

Redes Sociales de PermaTree



idad & Cookies: este sitio usa cookies. Al continuar usando este sitio, estás de acuerdo con su uso. Para saber más, incluyendo como controlar las cookies, mira aquí: [Política de](#)
[ies](#)

do datos desde imasdk.oooleaais.com...

Cerrar y aceptar

Anexo 12. Imágenes del proceso de fabricación de la crema 1



Anexo 13. Limpieza de las herramientas y utensilios a utilizar



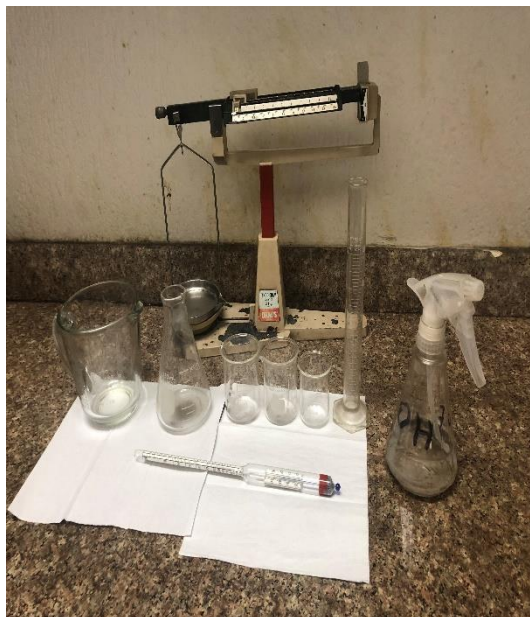
Anexo 14. Desinfección de los utensilios y herramientas a utilizar



Anexo 15. Desinfección del área de trabajo



Anexo 16. Preparación de los Ingredientes



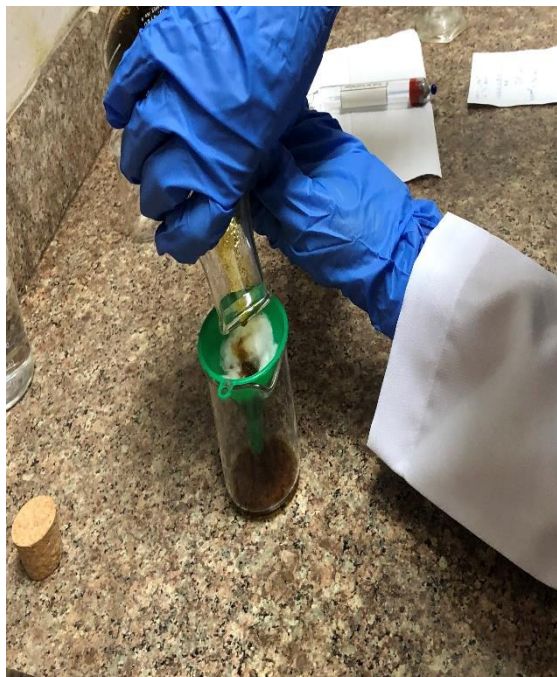
Anexo 17. Pesado de la flor de ñachak



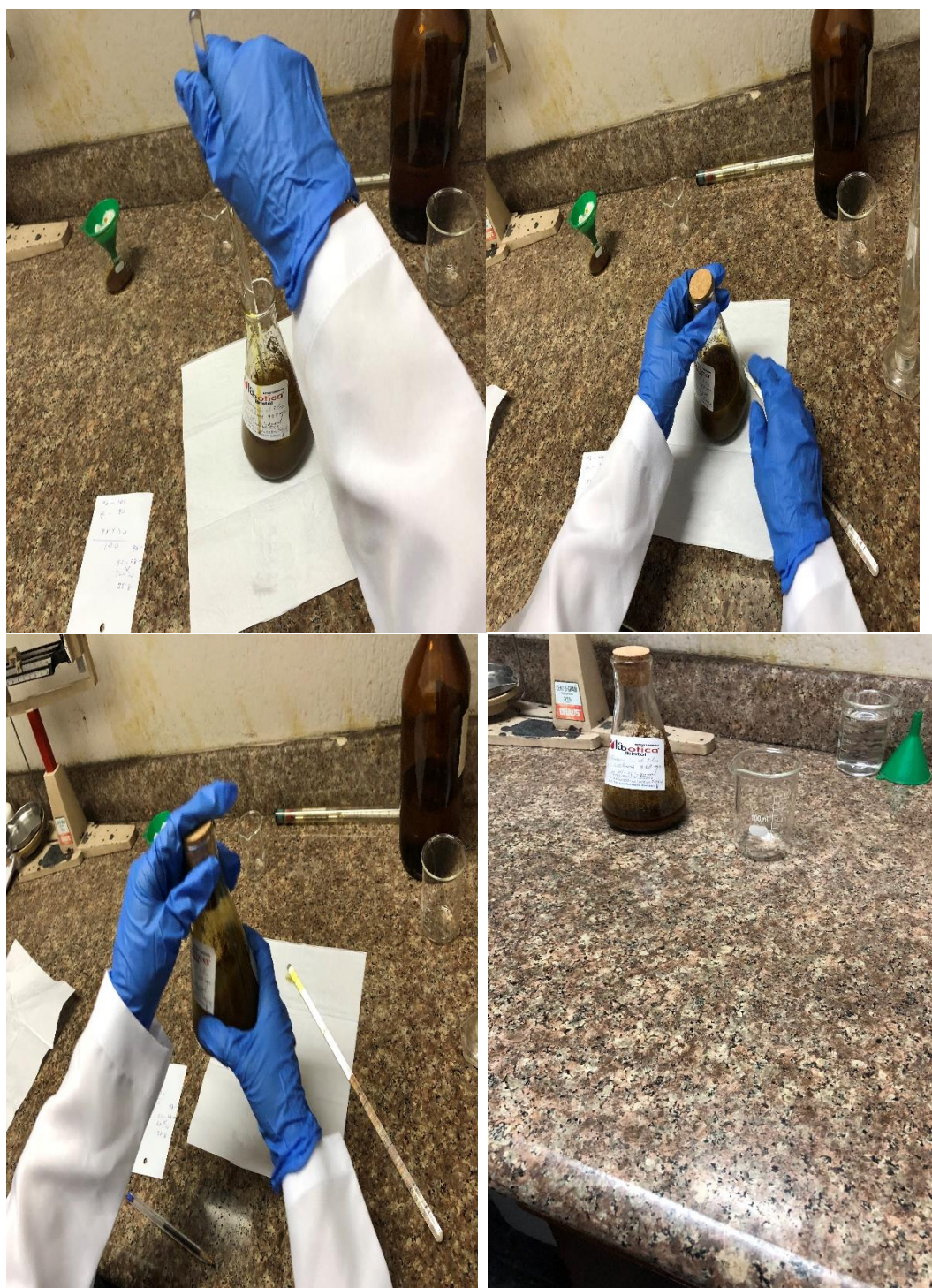
Anexo 18. Preparación de la mezcla de la crema



Anexo 19. Extracción de la esencia de la flor de ñachak



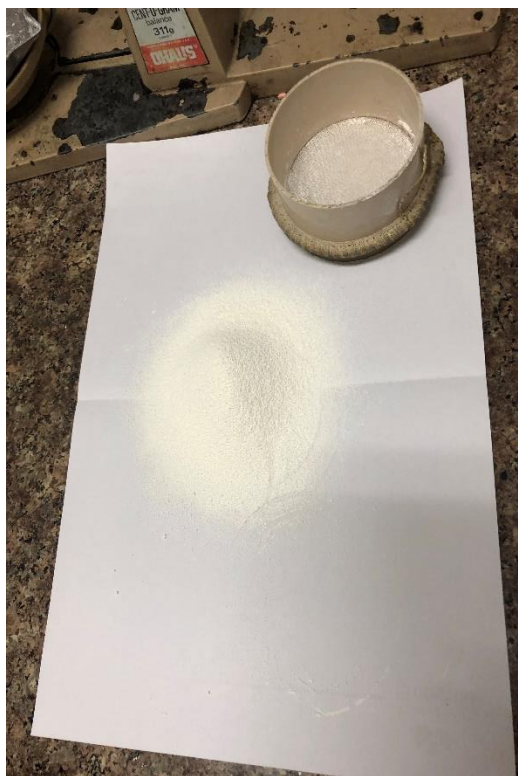
Anexo 20. Agitación de la esencia de la flor de ñachak



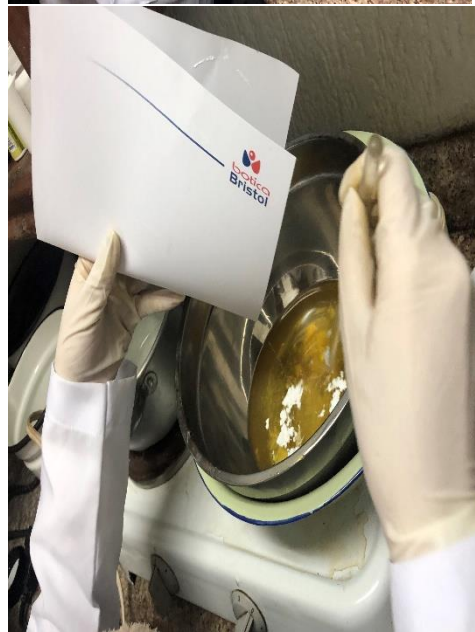
Anexo 21. Mezcla de componentes



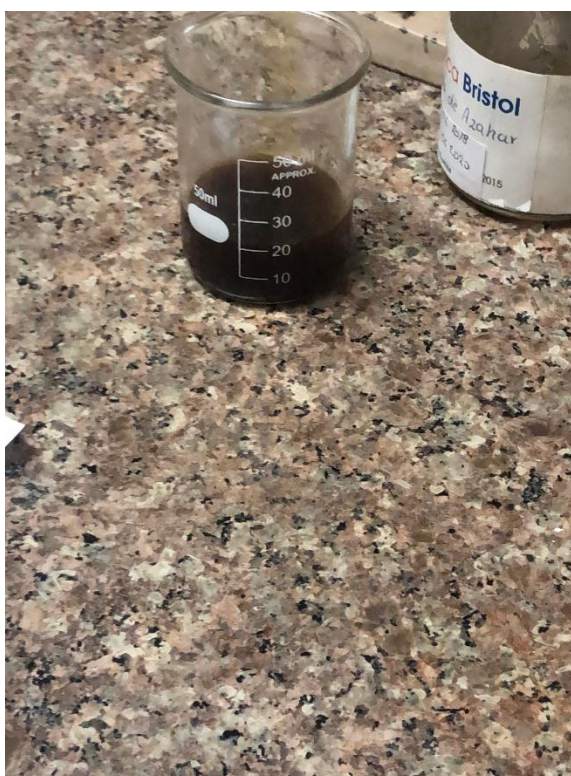
Anexo 22. Mezcla con la vaselina en el recipiente



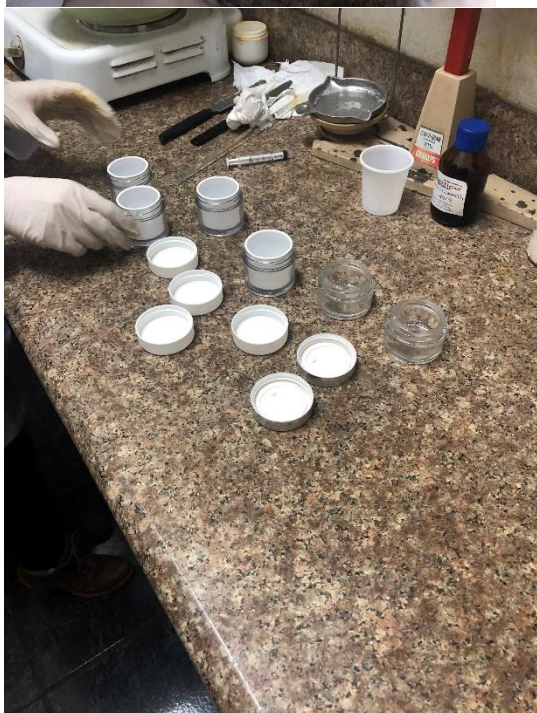
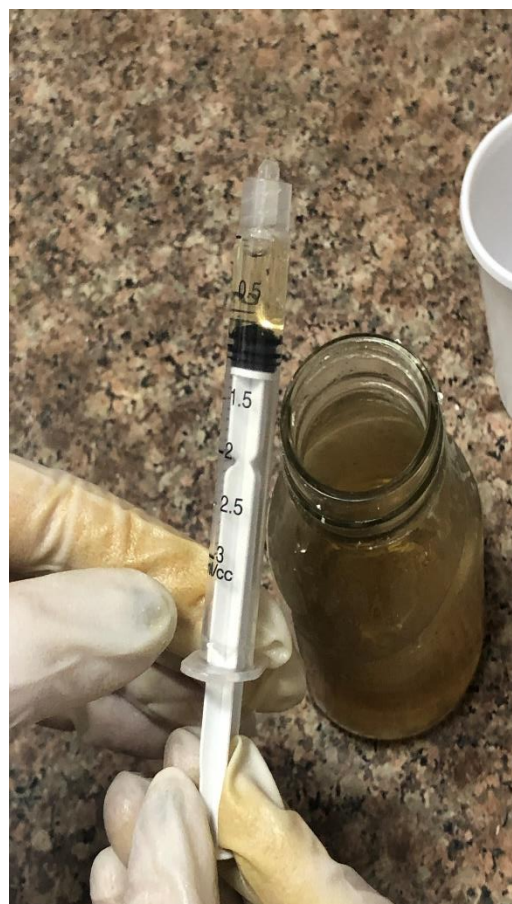
Anexo 23. Agitación de los Ingredientes



Anexo 24. Mezcla con la esencia de ñachak



Anexo 25. Mezcla, aromatizado y envasado del producto



Anexo 26. Crema de escaldaduras para bebés a base de la flor de ñachak



Anexo 27. Instalaciones Eléctricas

https://quito.olx.com.ec/electricista-quito-y-los-valles-iiid-1036944806

80%

...

OLX

¿Qué estás buscando?

Categorías...

Ingresar

Registrarse

Ayuda

Vender



3/7

oswaldoabril44629

+593995081315

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

Enviar mensaje

Consejos de seguridad para compradores

✓

Desconfía de propuestas poco realistas

✓

Revisa el artículo antes de comprarlo

Trabajos serios y garantizados. Instalaciones eléctricas en casas, departamentos, galpones, oficinas etc. 4 dólares el punto a partir de los 30 puntos. Trabajo mínimo por reparaciones 35 dólares .Instalación de 220 voltios para: Calefones, Compresores, Secadoras, Frigoríficos etc. Instalación de reflectores y lamparas. Arreglo toda clase de desperfecto eléctrico, Instalaciones de sensores de movimiento. Para su garaje, gradas, sótanos etc. Reparación e instalación de Porteros eléctricos y porteros vídeo..No importa lo dañado que estén sus porteros vuelven a funcionar .Mano de obra económica.. Nada de engaños no pedimos dinero adelantado EN MANO DE OBRA llame con confianza y le ayudo inmediatamente mi nombre Oswaldo Abril telf. 0995081315 .. 4506654 casa

Anexo 28. Instalaciones Telefónicas Costos

https://quito.olx.com.ec/venta-y-reparacion-de-centrales-analogas-ip-telefonicas-telefonos-lineas-iiid-88 80%

¿Qué estás buscando?

Categorías... Ingresar Registrarse Ayuda Vender

Venta y Reparacion de centrales analogas, IP , telefonicas, telefonos, lineas

Publicado hace 12 días
Quito, Pichincha

Panasonic
Grand Dealer
Comunicaciones Solutions

KX-TES824 CENTRAL TELEFONICA

CENTRAL TELEFONICA CAPACIDAD 3 LINEAS 8 EXTENSIONES + MENSAJE Y DIRECCIONAMIENTO AUTOMATICO EMPRESARIAL

\$270 MAS IVA

PAQUETE PROMOCIONAL KX-TES824

CENTRAL TELEFONICA KX-TES824 CAPACIDAD 3 LINEAS 8 EXTENSIONES + MENSAJE Y DIRECCIONAMIENTO AUTOMATICO EMPRESARIAL + KX-T7730 TELEFONO OPERADOR/PROGRAMADOR

\$310+ IVA

Tipo: Reparaciones - Técnicos

ClaudiaEdith
Validó su cuenta en Facebook
+593999248071

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

Enviar mensaje

Consejos de seguridad para compradores

- ✓ Desconfía de propuestas poco realistas
- ✓ Revisa el artículo antes de comprarlo
- ✓ Procura realizar el pago contra entrega

Ver más consejos →

"Un servicio de calidad es nuestra mejor garantía" tel: 0999837928 Reparación , programación , instalación centrales telefonicas, telefonos alambricos, inalambricos. Lineas telefonicas, cableado, etc.

Anexo 29. Costos Estructura Metálica

https://quito.olx.com.ec/estructuras-y-lozas-metlicas-cerrajeria-iiid-1038628587 80%

¿Qué estás buscando?

Categorías... Ingresar Registrarse Ayuda Vender

Estructuras Y Lozas Metálicas Cerrajeria

Publicado hace 7 hrs
Quito, Pichincha

\$40



6 / 20

Tipo: Reparaciones - Técnicos

Juan Carlos Pilaquinga R.
Validó su cuenta en Facebook
+593998727929

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

Enviar mensaje

Consejos de seguridad para compradores

- ✓ Desconfía de propuestas poco realistas
- ✓ Revisa el artículo antes de comprarlo
- ✓ Procura realizar el pago contra entrega

Ver más consejos →

realizamos estructuras y lozas metálicas cerrajeria en general servicio a domicilio dentro y fuera de la ciudad precios realmente competitivos y las 24 horas del dia trabajos garantizados con mano Ecuatoriana seriedad cumplimiento y garantías necesarias 0998727929

Anexo 30. Costos Muebles y Enseres

Tablets +

Impresoras

Televisores +

Hogar +

Muebles +

Electrónico +

Celulares +

Juguetes / Drones

Carros a Batería

Bicicletas

Equipo de Gimnasio +

Oficina

Vehículos

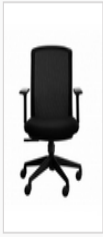
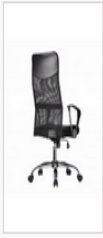
Deportes +

Cameras de Seguridad

One Tecnología

Equipos de Computación

Promociones especiales

producto	Descripción	Disponibilidad	Precio unitario	Cant.	Total
	Escritorio de vidrio templado elegante, oferta!!	En stock	\$119,00	2	\$238,00
	Silla Oficina Ejecutivo Secretaria Giratoria Ergonomica SKU : SILLA7511	En stock	\$75,00	1	\$75,00
	Silla Ejecutiva Giratoria Cromada Apoya Brazos Importada SKU : Silla 7102	En stock	\$82,00	1	\$82,00
Total productos (Impuestos inc.)					\$395,00
Total envío:					\$5,00
TOTAL					\$400,00

https://quito.olx.com.ec/oferta-cajonerar-ornizadores-librero-con-cajones-archivador-varios-colore...

¿Qué estás buscando?

Categorías... Ingresar Registrarse Ayuda Vender

Inicio Casa Muebles Jardín Muebles Muebles en Quito Oferta Cajonerar, ornizadores, librero con cajones, archivador, varios colores, Listos para Entregar, JY Modulares

Oferta Cajonerar, ornizadores, librero con cajones, archivador, varios colores, Listos para Entregar, JY Modulares

Publicado hace 11 hs
Quito, Ecuador

\$52

DESTACADO



COD: C.011W9

73.5

En stock







JY Modulares
Valido su cuenta en Facebook
Ver perfil

+5939***** Mostrar número

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

Enviar mensaje

Consejos de seguridad para compradores

- Desconfía de propuestas poco realistas
- Revisa el artículo antes de comprarlo

[Categorías...](#)
[Ingresar](#)
[Registrarse](#)
[Ayuda](#)
[Vender](#)

Estanterias Perchas Metálicas Regulables En Oferta

Publicado hace 11 hs

Quito, Pichincha

\$45

1/5

IMAR

+593996033233

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

Enviar mensaje

Consejos de seguridad para compradores

- ✓ Desconfía de propuestas poco realistas
- ✓ Revisa el artículo antes de comprarlo
- ✓ Procura realizar el pago contra entrega

[Ver más consejos →](#)

IMAR CREACIONES - SOMOS FABRICANTES DIRECTOS DE TODOS NUESTROS EQUIPOS

*PRECIOS PARA PAGOS EN EFECTIVO*PROMOCION POR TEMPORADA*

Anexo 31. Costo de Herramientas- Balanza electrónica

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418745721-balanza-electronica-gramera-precision-laboratorio-300g

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: dremel - dewalt - rotomartillo - stanley - makita

Volver al listado Industrias y Oficinas > Balanza

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 2 vendidos

Balanza Electrónica Gramera Precisión Laboratorio 300g

U\$S 14⁷⁵

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 32. Botella de vidrio con corcho 250ml

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418310925-docena-de-botellas-de-vidrio-con-corcho-250-ml-_JM?qua

hielo seco - café juan valdez - gusanos para yogurt - vendo pulpa de frutas de - venta hielo seco

Otros y Bebidas > Otros

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 8 vendidos

Docena De Botellas De Vidrio Con Corcho 250 MI

U\$S 19⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)

Comprar

Anexo 33. Cuchara medidora ajustable de lujo

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418451423-cuchara-medidora-ajustable-de-lujo-_JM

Buscar productos, marcas y más...

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Historial Tus compras Vender

Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

Arte: juego de comedor - vitrinas usadas - cocineta gas - dispensador de agua - almohadas

Decorar y Muebles > Cocina

Compartir Vender uno igual



Nuevo

Cuchara Medidora Ajustable De Lujo.

U\$S 5⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Cuenca, Azuay
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 34. Jeringas Descartables

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418682877-geringas-descartables-_JM?quantity=1

Arte: cigarrillo electrónico - colágeno - cera para aerpiación - biotina - orysoi quito

Salud y Belleza > Equipamiento Médico

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 12 vendidos

Jeringas Descartables

U\$S 10

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (988 disponibles)

Comprar

Anexo 35. Pipeta de medición

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Categorías Tu historial Tus compras Vender

También puede interesarte: cigarrillo electrónico - esencias cigarrillos - afeitadores eléctricos - lentes de contacto quito - bicarbonato sodio

Volver al listado Salud y Belleza > Equipamiento Médico

Compartir Vender uno igual

Nuevo - 24 vendidos

Insumos Para Laboratorio, Matraz, Probeta, Pipeta, Reactivos

U\$S 2⁴⁵

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (49 disponibles)

Comprar



Anexo 36. Varilla de Vidrio

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Categorías Tu historial Tus compras Vender

También puede interesarte: café Juan Valdez - gusanos para yogurt - vendiendo pulpa de frutas de - licor sake - venta de cangrejos quito

Volver al listado Alimentos y Bebidas > Comestibles

Compartir Vender uno igual

Nuevo - 11 vendidos

Material De Vidrio Para Laboratorio

U\$S 2⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (89 disponibles)

Comprar



Anexo 37. Vaso de laboratorio de 100ml

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender

Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: cigarrillo electrico - lentes de contacto - splash victoria secret - afeitadoras electricas - biotina pastillas

Volver al listado Salud y Belleza Equipamiento Médico

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 13 vendidos

Vaso De Precipitación De Vidrio Para Laboratorio

U\$S 5

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 38. Costo y Características de la Maquina CATF-2

www.pharmamachineryexport.com/oiment-and-cream-machines.html#oim

Ointment Tube Filling Machine



Approx. Price: **Rs 9,500 / Piece**

We have trusted names in the industry in offering a wide range of **Ointment Tube Filling Machine**. These machines are used for filling the ointment tubes. Our range has speed 60 pack/minutes for tube diameter 12 mm to 50 mm and filling capacity – 5 Gram to 150 Gram with possible tolerance +/-2%.

Features:

- All Moving Parts are Guarded
- No, Fill No Tube Mechanism is possible
- Auto Loader for Tubes
- Eye Mark Detection System

Specifications:

Model	CATF- 2
Output/Hour*	40 to 50 Tubes / Minutes
Volume	5 Gram to 150 Gram
Tube Size Diameter	12 mm to 50 mm Maximum
Tube Size Length	50 mm to 200 mm Maximum
Power Consumption	2.0 HP Motor / 0.5 HP stirrer Motor / 1 Kg. Jacketed Water Heater
Compressed Air	100 LPM @ 4 to 5 Bar Pressure
Machine Weight	800 kgs.

[Get Best Quote](#)

[Request Callback](#)

Anexo 39. Costo alambique

https://quito.olx.com.ec/alambiques-destiladores-fermentadores-iiid-1031027780

¿Qué estás buscando?

Categorías... Ingresar Registrarse Ayuda Vender

Alambiques , Destiladores, Fermentadores

Publicado hace 19 días
Quito, Pichincha

(Negociable) **\$1.000**



BRACERO
INNOVACIÓN Y CALIDAD
CONTACTO: 0995093187

1 / 6

Bracero M.
Validó su cuenta en Facebook
+593995093187

Teléfono de contacto (opcional)

Mensaje

[Enviar mensaje](#)

Consejos de seguridad para compradores

- ✓ Desconfía de propuestas poco realistas
- ✓ Revisa el artículo antes de comprarlo
- ✓ Procura realizar el pago contra entrega

[Ver más consejos →](#)

el destilador es un instrumento que se usa para purificar una sustancia mediante procesos controlados de vaporización y enfriamiento. al aplicar energía térmica la sustancia en fase líquida, se convierte en vapor de agua, esto permite separar las moléculas de agua de las moléculas de otras sustancias o elementos que se encuentran mezclados o diluidos. el producto se recolecta y se lleva a través de un condensador donde el vapor se enfría y vuelve a la fase líquida, permitiendo obtener un producto de gran pureza.

Anexo 40. Costos Equipos de Computación

<https://www.novicompu.com/pedido-rapido>

70%

...

Tablets

+

Impresoras

Televisores

+

Hogar

+

Muebles

+

Electrónico

+

Celulares

+

Juguetes / Drones

Carros a Batería

Bicicletas

Equipo de Gimnasio

+

Oficina

Vehículos

Deportes

+

Camaras de Seguridad

One Tecnologia

Equipos de Computación

Promociones especiales

producto	Descripción	Disponibilidad	Precio unitario	Cant.	Total
	Computador HP Core i3 7ma, 1tb+ 8gb+ monitor HP 23 pul+ tec-mouse SKU : HP-570-P0131VB	En stock	\$599,00	1 + -	\$599,00
	Impresora Multifunción Wifi wireless Canon Mg3022 SKU : IMPRESORA CANON MG3022 PR001	En stock	\$58,00	1 + -	\$58,00
	Laptop Dell AMD A12 core i7, 12gb ram, 1tb, touchscreen, tel ilu SKU : LAPTOP DELL 15-6565A121	En stock	\$715,00	1 + -	\$715,00
		Total productos (impuestos inc.)			\$1.372,00
		Total envío:			\$5,00
		TOTAL			\$1.377,00

Anexo 41. Costos Equipo de Oficina



Carrito: \$69.00

Inicio

Hogar

Deportes

Electrónico

Equipos de Computación

Oficina

Contáctenos

Facebook

Twitter

Instagram

Categorías

PROMOCIONES NAVIDAD

Laptops

Tablets

Impresoras

Televisores

Hogar

Muebles

Electrónico

Celulares

Juguetes / Drones

Carros a Bateria

Bicicletas

Equipo de Gimnasio

Oficina

Vehiculos

Deportes

Su carrito

Productos en su carrito

Su carrito contiene 1 producto

producto	Descripción	Disponibilidad	Precio unitario	Cant.	Total
	Panasonic Teléfono Inalámbrico 3 Bases Contestador Identific SKU: 1HPANA202	En stock	\$69.00	1 - +	\$69.00
Total productos (impuestos inc.)					\$69.00
Total envío:					\$5.00
TOTAL					\$74.00

SEGUIR COMPRANDO

REALIZAR PEDIDO

Anexo 42. Costos de Inventarios

→

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418378544-alcohol-isopropilico-_JM?quantity=1

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: samsung gear s3 - smart watch huawei - estuche huawei mate 10 - xiaomi mi max 2 - estuche huawei p10 lite

Volver al listado Celulares y Telefonía Otros Compartir Vender uno igual

Nuevo - 141 vendidos

Alcohol Isopropilico

U\$S 15

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)

[Comprar](#)

→

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418205399-envase-lipstick-para-vaselina-labial-5-gramos-x-100-unid-_JM/

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: cigarrillo eléctrico - colágeno hidrolizado - esencias cigarrillos - masajeador - cera para depilación

Volver al listado Salud y Belleza Otros Compartir Vender uno igual

Nuevo - 40 vendidos

Envase Lipstick Para Vaseline Labial 5 Gramos X 100 Unid

U\$S 45

Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (4960 disponibles)

[Comprar](#)

Descripción

Información sobre el vendedor

← →

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418385492-vaselina-solida-kilo-_JM

Buscar productos, marcas y más...

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: cigarrillo eléctrico - colágeno hidrolizado - esencias cigarrillos - masajeador - cera para depilación

Volver al listado Salud y Belleza Otros Compartir Vender uno igual

Nuevo - 8 vendidos

Vaselina Solida Kilo

U\$S 6⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Loja
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

oxido de zinc veni... x Oxido De Zinc Cre... x Oxido De Zinc De 8... x Oxido De Zinc Liq... x Oxido De Zinc - U... x Produquimic... x de onzas a gramos... x + -

← → ↻ 🏠 🔒 https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-418664123-oxido-de-zinc-de-8-onzas-_JM 🔍 ☆

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: cigarrillo electrico - cremas victoria secret - estetoscopio - afeitadoras electricas - plancha babyllas pro nano titanium

Volver al listado | [Salud y Belleza](#) > [Otros](#) [Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 15 vendidos

Oxido De Zinc De 8 Onzas

U\$S 6

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Loja
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Windows taskbar: 18:55 31/01/2019

Anexo 43. Tasa de interés del préstamo bancario

https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/

Nombre: Joselyn Estefania

Apellido: Proaño

Correo Electrónico: jos_est97@hotmail.com

Teléfono: 0998103029

Ciudad: Salcedo

*** Tipo de credito:** Empeñamiento

*** Destino:** Capital / Comercio

*** Forma de Pago:** Mensual

Monto Desde: \$ 500.00

Monto Hasta: \$ 50000.00

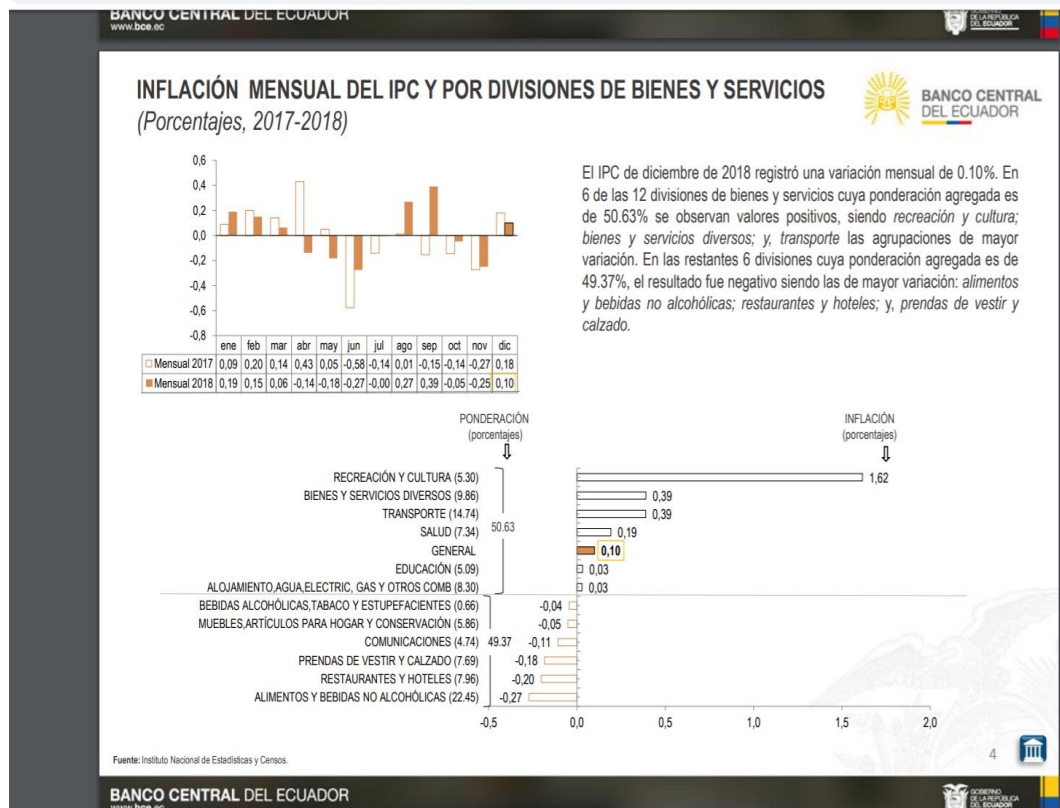
Tasa: 15.00 %

Tasa Efectiva: 16.08 %

Plazo Hasta: 3 años

Anexo 44. Tasa de Inflación anual 2018 del IPC

Banco Central del Ecuador [EC] | <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201812.pdf>



← → ↺ No es seguro www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Septiembre-2018/Boletin_tecnico_09-2018-IPC.PDF

Indicador por finalidades (CCIF), Grupo, Clase, Subclase y Producto; y, geográficamente a nivel: nacional; regional (Costa y Sierra); y para nueve ciudades auto-representadas (Quito, Ambato, Cuenca, Loja, Guayaquil, Esmeraldas, Manta, Machala y Santo Domingo de los Colorados).

Notas para el lector:

- La investigación mensual de precios se realiza en 5.849¹ establecimientos económicos y 3.942 viviendas alquiladas (casa, departamento o pieza) del área urbana, en 9 ciudades auto-representadas.
- El cambio de año base del IPC (Base: 2014=100), tiene como finalidad actualizar la estructura de consumo de los hogares ecuatorianos.
- A fin de contar con series históricas comparables en el tiempo, se realiza un proceso de empalme: que consiste en enlazar la serie de índices del IPC (Base: 2014=100) con la serie del IPC (Base: 2004=100). Para efectos del enlace, se requiere de los denominados "factores de empalme", los cuales se determinan para ciertos dominios geográficos y para ciertos niveles de agregación, según la estructura Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), considerando que existen importantes diferencias entre cada cambio de año base.

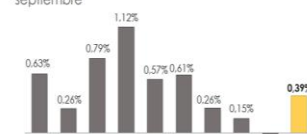
En septiembre de 2018, el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 105,50. Con esto, la **inflación mensual** es de 0,39%, comparado con el mes anterior que fue de 0,27%, mientras que en septiembre de 2017 se ubicó en -0,15%.

Tabla 1. Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones

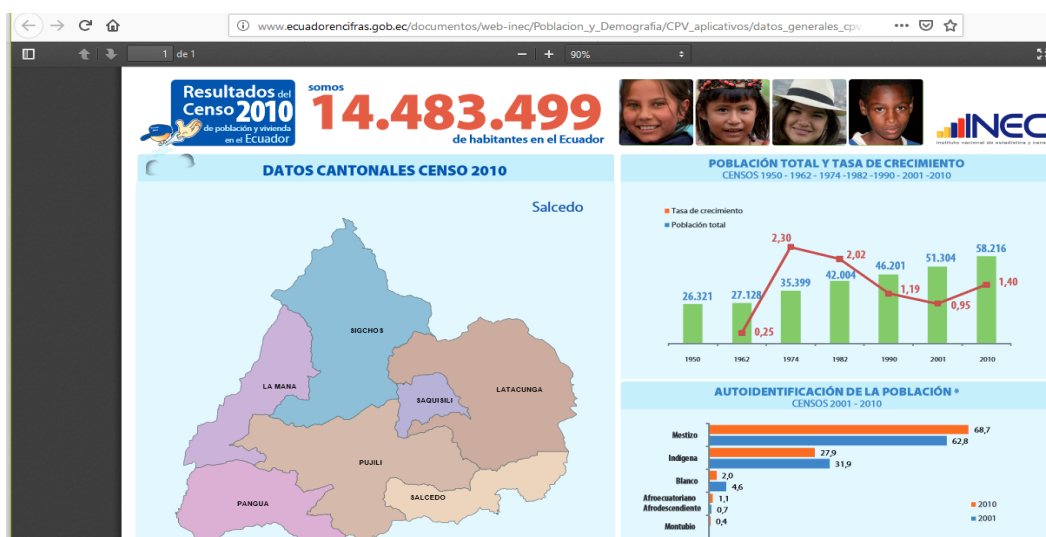
Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
sep-17	105,26	-0,15%	-0,03%	0,04%
oct-17	105,10	-0,14%	-0,09%	-0,10%
nov-17	104,82	-0,27%	-0,22%	-0,38%
dic-17	105,00	0,18%	-0,20%	-0,20%
ene-18	105,20	0,19%	-0,09%	0,19%
feb-18	105,37	0,15%	-0,14%	0,34%
mar-18	105,43	0,06%	-0,21%	0,41%
abr-18	105,29	-0,14%	-0,78%	0,27%
may-18	105,09	-0,18%	-1,01%	0,09%
jun-18	104,81	-0,27%	-0,71%	-0,19%
jul-18	104,80	-0,004%	-0,57%	-0,19%
ago-18	105,08	0,27%	-0,32%	0,08%
sep-18	105,50	0,39%	0,23%	0,47%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Gráfico 1. Inflación mensual en los meses de septiembre



POSITIVOS		NEGATIVOS	
MES	TASA (%)	MES	TASA (%)
ENERO	0.19	ABRIL	0.14
FEBRERO	0.15	MAYO	0.18
MARZO	0.06	JUNIO	0.27
AGOSTO	0.27	JULIO	0.004
SEPTIEMBRE	0.39	OCTUBRE	0.05
DICIEMBRE	0.1	NOVIEMBRE	0.25
TOTAL	1.16		0.89
		T.	
RESULTADO	1.16-0.89	INFLACIÓN	0.27%



Anexo 45. Tabla de amortización del préstamo

Tasa anual	15,00 %	0	
Períodos por año	12	cuotas mensuales	0
Tasa período	1,25 %		
Períodos totales	36		
Períodos de gracia	0		
Monto préstamo	\$ 14.680		
Gastos al inicio	\$ 0		

Cuota por período	\$ 509
Períodos de pago	36
Factor de anualidad	0,0347
Plazo en años:	3,00

0

Flujo de fondos		TIR anual		TIR por período	
		16,08 %		1,25 %	
TOTAL	\$ 18.320	\$ 14.680	\$ 3.640		
Meses	Cuota	Amortización	Intereses	Deuda	
0	-14.680			14.680	
1	509	325	184	14.355	
2	509	329	179	14.026	
3	509	334	175	13.692	
4	509	338	171	13.354	
5	509	342	167	13.012	
6	509	346	163	12.666	
7	509	351	158	12.315	
8	509	355	154	11.960	
9	509	359	150	11.601	
10	509	364	145	11.237	
11	509	368	140	10.869	
12	509	373	136	10.496	
13	509	378	131	10.118	
14	509	382	126	9.736	
15	509	387	122	9.348	
16	509	392	117	8.956	
17	509	397	112	8.559	
18	509	402	107	8.157	
19	509	407	102	7.751	
20	509	412	97	7.339	
21	509	417	92	6.921	
22	509	422	87	6.499	
23	509	428	81	6.071	
24	509	433	76	5.638	
25	509	438	70	5.200	
26	509	444	65	4.756	
27	509	449	59	4.307	
28	509	455	54	3.851	
29	509	461	48	3.391	
30	509	467	42	2.924	
31	509	472	37	2.452	
32	509	478	31	1.974	
33	509	484	25	1.489	
34	509	490	19	999	
35	509	496	12	503	
36	509	503	6	0	

Anexo 46. Tabla Impuesto a la Renta 2018

https://empleosecuador.org/tabla-de-impuesto-a-la-renta-2018-servicio-de-rentas-internas/

Son tres las tablas para el cálculo y pago de Impuesto a la Renta:

Elegir categoría

1. La tabla para personas naturales es:

AÑO 2018 En dólares			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	% Impuesto fracción excedente
0	11.270	0	0%
11.270	14.360	0	5%
14.360	17.950	155	10%
17.950	21.550	514	12%
21.550	43.100	946	15%
43.100	64.630	4.178	20%
64.630	86.180	8.484	25%
86.180	114.890	13.872	30%
114.890	En adelante	22.485	35%

Anexo 47. Cálculo de los Costos

Tabla 84. Costos de materia prima

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD UTILIZADA EN 1 CREMA	RINDE	COSTO POR UNIDAD
Esencia de flor de ñachag	Esencia de 1000 cm	\$ 2,50	20 cm	50	\$ 0,050
Vaselina	200 kg de vaselina	\$ 336,00	0,2 kg-200gr	1000	\$ 0,336
Oxido de Zinc	226,796 gr	\$ 1,00	20 g	11,3398	\$ 0,088
TOTAL					\$ 0,480

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 85. Costos fijos de fabricación

DETALLE	COSTO	COSTO FIJO DIARIO /20 días	COSTO FIJO UNITARIO / 480 unidades
Sueldo Operario 1	523,95	26,20	0,05
Sueldo Operario 2	523,95	26,20	0,05
TOTAL	1047,91	52,40	0,108

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 86. Calculo de costos de los Insumos

DETALLE	COSTO POR UNIDAD	COSTO POR CAPACIDAD INSTALADA AL DÍA (480 UNIDADES)
Envases	\$ 0,45	\$ 216,00
Etiquetas	\$ 0,15	\$ 72,00
TOTAL	\$ 0,60	\$ 288,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 87. Calculo de costos indirectos de fabricación

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO DIARIO	COSTO / 480 UNIDADES
Luz	\$ 28,00	\$ 1,40	\$ 0,003
Agua	\$ 30,00	\$ 1,50	\$ 0,003
Depreciaciones Maquinaria y Equipo	\$ 35,00	\$ 1,75	\$ 0,004
TOTAL	\$ 93,00	\$ 3,10	\$ 0,010

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 88. Resumen del Costo Variable Unitario

DETALLE	COSTO
Materia Prima	\$ 0,48
Insumos	\$ 0,60
Costos Indirectos de fabricación	\$ 0,01
TOTAL	\$ 1,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 89. Detalle del precio mínimo de venta comercial

DETALLE	FÓRMULA Y DESARROLLO	RESULTADO
	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Capacidad de Producción}} + \text{Costo Variable Unitario}$	
Precio mínimo de venta	$\frac{52,40}{480} + 1,09$	\$ 1,199

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 90. Precio promedio comercial

DETALLE	PRECIO
Al por mayor	\$ 5,35
Al por menor	\$ 5,57
Precio promedio	\$ 5,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 91. Detalle del Cálculo del Costo Fijo Unitario

DETALLE	FÓRMULA Y DESARROLLO	RESULTADO
	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Capacidad de Producción}}$	
Costo Fijo Unitario	$\frac{52,40}{480}$	\$ 0,109

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 92. Detalle de Rentabilidad Porcentual

DETALLE	FÓRMULA Y DESARROLLO	RESULTADO
	$\frac{\text{Precio Promedio} - \text{Precio mínimo de venta}}{\text{Precio Promedio}}$	
Porcentaje de Rentabilidad	$\frac{5,46 - 1,199}{5,46}$	78%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 93. Detalle del valor del Costo Total Unitario

Detalle	Formula	Resultado
	$\text{Costo Fijo Unitario} + \text{Costo Variable Unitario}$	
Costo Total Unitario	$0,109 + 1,09$	\$ 1,199

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Tabla 94. Detalle del valor del Costo Total Unitario

Detalle	Valor
Costo total unitario	\$ 1,199
% Rentabilidad (78%)	\$ 0,935
P.V.P (por una crema)	\$ 2,134

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Proaño

Anexo 48. Precios de la competencia

Todas ▾

¿Qué estás buscando?

Medicinas

Salud

Bebés y futura mamá

Belleza

Cuidado personal

Alimentos y bebidas

Regalos y decoración

Juegos y juguetes

CATEGORÍAS

Crema antipañalitis (1)

MARCAS

Desitin (1)

Resultados de búsqueda

1 resultado(s) de búsqueda para CREMA ANTIPANALIT DESITIN DESITIN UNGUENTO 28 GM

Ordenar por: Por Coincidencia ▾ Items por página: 25 ▾

CREMA ANTIPANALIT DESITIN
DESITIN UNGUENTO 28 GM



\$3.86

✓ VitalCard

\$3.98

Comprar

Lo Mejor Del Rock

costos de las cremas

Crema Para Escalder

Fybeka.com Farmac

Material-complem

Print - 60 Libro Cases

← → ↻ 🏠

Fybeka (Farmacias y Comisariat... (EC)

https://www.fybeka.com/FybekaWeb/pages/search-results.jsf?c

Cobertura

Directorio farmacia

SERVICIO

180

Todas ▾

¿Qué estás buscando?

🔍

Medicinas

Salud

Bebés y futura mamá

Belleza

Cuidado personal

Alimentos y bebidas

Regalos y decoración

Juegos y juguetes

Cuidado d hogar

CATEGORÍAS

Crema antipañalitis (1)

MARCAS

Merthiobaby (1)

Resultados de búsqueda

1 resultado(s) de búsqueda para CREMA ANTIPANALITIS MERTHIOLABY CREMA 40G

Ordenar por: Por Coincidencia ▾ Items por página: 25 ▾

CREMA ANTIPANALITIS
MERTHIOLABY CREMA 40G



\$5.39

✓ VitalCard

\$5.50

Comprar

Ordenar por: Por Coincidencia ▾ Items por página: 25 ▾

CATEGORÍAS

Cepillos adultos (1)

MARCAS

Bepanthol (1)

Resultados de búsqueda

1 resultado(s) de búsqueda para CREMA ANTIPANALITIS BEPANTHOL DOBLE PROTECCION

Tal vez quiso decir: [CREMA antipañalitis BEPANTHOL DOBLE PROTECCION 30 GR](#)

Ordenar por: Por Coincidencia ▾ Items por página: 25 ▾

CREMA ANTIPANALITIS
BEPANTHOL DOBLE PROTECCION



\$7.17

✓ VitalCard

\$7.24

Comprar

Ordenar por: Por Coincidencia ▾ Items por página: 25 ▾

167