



**UPSE**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL**  
**PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE**  
**UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO**  
**A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA**  
**POSORJA, PROVINCIA DEL**  
**GUAYAS, AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA:** Andrea Mariuxi Baque Vera

**TUTOR:** Econ. Hugo Álvarez Plua.Msc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO  
A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA  
POSORJA, PROVINCIA DEL  
GUAYAS, AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA:** Andrea Mariuxi Baque Vera  
**TUTOR:** Econ. Hugo Álvarez Plua.MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad 19 de diciembre del 2014

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”** elaborado por la Srta. **Andrea Mariuxi Baque Vera**, egresada de la Escuela de Ingeniera Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....  
Econ. Hugo Álvarez Plua. MSc.  
**Tutor**

## **AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SABILA, EN LA PARROQUIA POSORJA PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones, y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 14 de Enero del 2015

Atentamente

.....  
Andrea Mariuxi Baque Vera  
C.C 0918414707

## **DEDICATORIA**

Primeramente dedico el presente trabajo de titulación a DIOS, por brindarme fortaleza para cumplir una de las primeras metas propuestas en mi vida.

A mis padres por el apoyo que me brindaron en el transcurso de mi carrera, sin ellos no hubiese podido seguir adelante, en especial a mi mami por darme la oportunidad de realizarme como profesional, por inculcarme en mí siempre el sentido de la responsabilidad.

**Andrea Baque Vera**

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS, por las bendiciones y sabiduría recibidas durante los cinco años para alcanzar mi meta.

A mis padres que me apoyaron incondicionalmente con su abnegación y sacrificio a la fortaleza con dedicación.

A la Universidad Península de Santa Elena por ser la institución que me formo de manera profesional.

A los Ingenieros y Master profesores que con sus enseñanzas impartieron en mi grandes conocimientos.

**Andrea Baque Vera**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón. MSc.  
DECANA DE FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Econ. Félix Tigrero González. MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA DE  
INGENIERIA COMERCIAL

---

Econ. Hugo Álvarez Plua.MSc.  
PROFESOR TUTOR

---

Ing. Juan Carlos Carriel W.MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE  
DE SÁBILA EN LA PARROQUIA POSORJA,  
PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**

**Autora:** Andrea Mariuxi Baque Vera

**Tutor:** Econ. Hugo Álvarez Plua.MSc.

**RESUMEN**

El actual trabajo de investigación como es el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, consiste en demostrar mediante el análisis de los indicadores financieros que es factible para invertir y que de tal manera contribuya para el desarrollo empresarial de la parroquia, generando fuentes de empleo como lo indica actualmente el plan del buen vivir. Cumpliendo con la matriz productiva, la materia prima para la elaboración del producto será adquirida en una finca ubicada en una zona montañosa de la península de Santa Elena siendo esta una empresa que se dedica al cultivo por tener tierras fértiles para cosecha y luego extraer la pulpa de la sábila, ya que es una planta de color verdosa de amplias hojas con varios usos medicinales. Para su realización se lleva a cabo el análisis mediante los diferentes componentes de la factibilidad, en el estudio legal se definirá la norma jurídica de la empresa con la definición de las patentes y marcas con la que será lanzada para ser reconocida, con el estudio de mercado se conocerá el mercado meta identificando las preferencias y necesidades de los consumidores en cuanto a la necesidad que tienen en cuidar su cabello. El estudio técnico me permitirá determinar el tamaño y localización de la empresa, acondicionándola y equipándola con la maquinaria necesaria para el proceso de elaboración del shampoo, en el estudio organizativo se definirán los estatutos con la línea de autoridades que se diseñaran en el organigrama cumpliendo con un manual de políticas de la empresa que se va a poner en marcha, mediante el estudio financiero se elaborará la estructura financiera determinando la inversión que se necesita para la implementación y el proceso del producto, analizando el VAN y TIR de acuerdo al flujo de caja que se presente en este proyecto, para obtener puntos de vistas ha futuro se elaborará el análisis de sensibilidad, finalizando con el estudio socioeconómico con datos obtenidos de censo realizado en los últimos años se determinará el crecimiento poblacional para de esa manera proyectar las ventas en volumen de producción. A través de la investigación de campo se pudo llegar al cliente con una pequeña muestra del shampoo para ir ganando un espacio en el mercado mediante los consumidores de la pequeña muestra.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
<b>PORTADA</b> .....	i
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xv
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	xvi
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b> .....	xvii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xviii
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xx
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>MARCO CONTEXTUAL</b> .....	2
Tema.....	2
Planteamiento del problema.....	2
Ubicación del problema.....	4
Delimitación.....	4
Formulación del problema.....	6
Sistematización.....	6
Justificación.....	7
Objetivos.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivo específico.....	9
Hipótesis.....	10
Operacionalización de las variables.....	10
<b>CAPÍTULO I</b> .....	13
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	13

1.1 ANTECEDENTES.....	13
1.1.1 Inversión pública y privada.....	14
1.1.2 Objetivos y beneficios.....	14
1.1.3 Importancia de la inversión pública y privada.....	14
1.1.4 Comparación entre inversión pública y privada.....	14
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.2.1 Definición del estudio de factibilidad.....	15
1.2.2 Objetivo del estudio de factibilidad.....	16
1.2.3 Etapas del estudio de factibilidad.....	16
1.2.4 Componentes del Estudio de Factibilidad.....	17
1.2.4.1 Estudio legal.....	18
1.2.4.1.1 Clasificación de las sociedades.....	18
1.2.4.2 Estudio de Mercado.....	19
1.2.4.2.1 Análisis del mercado.....	19
1.2.4.2.2 Demanda.....	21
1.2.4.2.3 Oferta.....	21
1.2.5 Estudio técnico.....	21
1.2.6 Estructura Organizativa.....	24
1.2.7 Estudio económico-financiero.....	25
1.2.7.1 Valor Actual Neto (VAN).....	26
1.2.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	26
1.2.7.3 Periodo de recuperación.....	27
1.2.7.4 Capital de trabajo.....	28
1.2.8 Estudio Socio-Económico.....	28
1.2.9 Estudio Ambiental.....	28
1.3 EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA.....	29
1.3.1 Reseña histórica.....	29
1.4 ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.....	30
1.4.1 Límites.....	30
1.5 PLAN ANUAL DE DESARROLLO.....	31

1.6 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS.....	33
1.6.1 Organización económica.....	34
1.6.2 Relación de género en las actividades productiva.....	34
1.7 DESARROLLO DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	35
1.7.1 Actividades tradicionales .....	35
1.7.2 Procedencia de la materia prima .....	37
1.7.3 Formas de organización colectiva.....	37
1.7.4 Volumen de residuos.....	38
1.7.4.1 Tipos de residuos.....	38
1.8 RECURSOS .....	39
1.8.1 Recursos del área en estudio. ....	39
1.8.1.1 Clasificación de los recursos del área de estudio.....	39
1.8.2 Industria del área de estudio.....	40
1.8.3 Producto final.....	41
1.9 LEGISLACIÓN .....	42
1.9.1 Constitución de La República del Ecuador.....	42
1.9.2 Plan nacional del buen vivir.....	43
1.9.3 Normativa regulatoria. ....	44
1.9.4 Ley de causas ambientales.....	45
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>46</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>46</b>
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	47
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	47
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	48
2.3.1 Por el Propósito.....	48
2.3.2 Por el Nivel.....	49
2.3.3 Por el Lugar.....	49
2.3.3.1 Investigación de campo.....	49
2.3.3.2 Investigación Bibliográfica.....	50
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	50
2.4.1 Método analítico.....	51

2.4.2 Método inductivo. ....	51
2.4.3 Método histórico lógico. ....	52
2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	52
2.5.1 Observación.....	53
2.5.2 La Entrevista. ....	53
2.5.3 La Encuesta. ....	54
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
2.6.1 Registro de observación. ....	54
2.6.2 Guión de entrevista. ....	55
2.6.3 El cuestionario.....	55
2.7 POBLACIÓN .....	56
2.8 MUESTRA.....	57
2. 9 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	58
2.10 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	59
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>60</b>
<b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>60</b>
3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTAS. ....	60
3.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	61
3.3 CONCLUSIONES .....	75
3.4 RECOMENDACIONES .....	76
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>77</b>
<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015” .....</b>	<b>77</b>
4.1 PRESENTACIÓN.....	77
4.1.1 Estudio legal.....	77
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA. ....	78
4.3 ESTUDIO DE MERCADO. ....	81
4.3.1 Aspectos institucionales. ....	81
4.3.1.1 Descripción del producto. ....	81

4.3.1.2 Características del producto.....	83
4.3.1.3 Presentación de la etiqueta.-.....	84
4.3.1.4 Nombre del producto.....	85
4.3.2 Estrategia Genérica. ....	86
4.3.2.1 Estrategias de marketing. ....	86
4.3.3 Análisis del consumidor.....	87
4.3.4 Análisis de la competencia.....	88
4.3.5 Análisis de comercialización.....	89
4.3.6 Análisis de la demanda.....	89
4.3.6.1 Demanda efectiva.....	90
4.3.6.2 Demanda insatisfecha.....	91
4.3.7 Análisis de la oferta.....	91
4.3.7.1 Oferta proyectada. ....	92
4.4 ESTUDIO TÉCNICO. ....	93
4.4.1 Localización del proyecto. ....	93
4.4.2 Macro localización. ....	94
4.4.3 Distribución de planta. ....	95
4.4.4 Volumen de producción. ....	97
4.4.5 Proceso de producción. ....	98
4.4.5.1 Diagrama del proceso de producción. ....	98
4.4.5.2 Descripción del proceso de producción. ....	99
4.4.5.3 Justificaciones de la rama de actividades.....	100
4.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	100
4.5.1 Dirección estratégica.....	100
4.5.1.1 Misión. ....	100
4.5.1.2 Visión. ....	100
4.5.2 Objetivo de la empresa.....	101
4.5.2.1 Objetivo general. ....	101
4.5.2.2 Objetivos Específicos.....	101
4.5.3 Valores. ....	101
4.5.4 Responsabilidad social.....	102

4.6 ORGANIGRAMA. ....	102
4.6.1 Presentación del organigrama. ....	103
4.6.2 Descripción de las jerarquías ....	104
4.7 ESTUDIO FINANCIERO. ....	107
4.7.1 Inversión.....	107
4.7.2 Inversión inicial.....	108
4.7.3 Inversión total de activos fijos. ....	109
4.8 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	109
4.8.1 Activos fijos. ....	110
4.8.2 Distribución de los activos fijos.....	110
4.8.2.1 Terreno y Edificio. ....	110
4.8.2.2 Maquinaria y Equipo.....	111
4.8.2.3 Materiales y Accesorios. ....	111
4.8.2.4 Muebles de Oficina. ....	112
4.8.2.5 Equipos de Oficina.....	113
4.8.2.6 Equipos de computación. ....	114
4.8.2.7 Suministros de Oficina.....	114
4.8.3 Capital de trabajo. ....	115
4.8.3.1 Depreciaciones. ....	115
4.8.3.2 Amortización de Deuda.....	116
4.9 INGRESOS. ....	118
4.9.1 Ingresos proyectados.....	118
4.10 PRESUPUESTOS. ....	119
4.10.1 Presupuesto de gastos.....	119
4.10.2 Presupuesto de gastos administrativos. ....	119
4.10.3 Presupuesto de gastos de ventas.....	120
4.10.4 Presupuesto de gastos de constitución ....	120
4.10.5 Presupuesto de costos.....	121
4.10.5.1 Presupuesto de costos fijos.....	122
4.10.5.2 Mano de obra directa.....	122
4.10.5.3 Materiales indirectos. ....	122

4.10.6 Presupuesto de costos variables. ....	123
4.11 ELEMENTOS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO. .....	123
4.12 PRESUPUESTO DE COMPRAS.....	124
4.12.1 Inventario. ....	124
4.13 VENTAS PROYECTADAS.....	124
4.14 ESTADOS FINANCIEROS. ....	125
4.14.1 Balance inicial.....	125
4.14.2 Estado de situación financiera Proyectada.....	127
4.14.3 Estado de resultado integral .....	128
4.14.4 Indicadores financieros. ....	129
4.14.4.1 Rentabilidad sobre las ventas. ....	129
4.14.4.2 Rentabilidad sobre los activos totales. ....	130
4.14.4.3 Rotación de los activos totales. ....	130
4.14.4.4 Solvencia de liquidez. ....	130
4.14.4.5 Rendimiento sobre el capital.....	130
4.15 FLUJO DE EFECTIVO .....	131
4.16 DECISIÓN DE INVERTIR. ....	132
4.16.1 Análisis del VAN. ....	132
4.16.2 Decisiones del TIR.....	133
4.16.3 Periodo de retorno de la inversión .....	133
4.16.4 Punto de equilibrio .....	134
4.17 ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD. ....	135
4.18 ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO.....	135
4.18.1 Análisis socio-económico del proyecto. ....	135
4.18.2 Impacto ambiental.....	136
4.19 PLAN DE ACCIÓN.....	138
<b>CONCLUSIONES</b> .....	139
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	140
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	141
<b>ANEXO</b> .....	143

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
GRÁFICO 1. Características demográficas.....	33
GRÁFICO 2. Determinación de la muestra.....	58
GRÁFICO 3. Conocimiento sobre los beneficios de la sábila.....	61
GRÁFICO 4. Adquisición de producto natural.....	62
GRÁFICO 5. Factores de compra.....	63
GRÁFICO 6. Consumo de shampoo.....	64
GRÁFICO 7. Marca de shampoo.....	65
GRÁFICO 8. Lugar donde adquiere shampoo.....	66
GRÁFICO 9. Precio del shampoo.....	67
GRÁFICO 10. Precio de compra.....	68
GRÁFICO 11. Presentación del shampoo.....	69
GRÁFICO 12. Consideración de productos naturales.....	70
GRÁFICO 13. Aplicar estándares de calidad.....	71
GRÁFICO 14. Existencia de una empresa de shampoo.....	72
GRÁFICO 15. Reducirá desempleo.....	73
GRÁFICO 16. Interés en cambiar el shampoo.....	74

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
CUADRO #1 Operacionalización de la variable independiente.....	11
CUADRO #2 Operacionalización de la variable dependiente.....	12
CUADRO #3 Organización territorial de la parroquia Posorja.....	30
CUADRO #4 Relación de género en las actividades productivas.....	34
CUADRO #5 Número de habitantes.....	56
CUADRO #6 Conocimiento sobre los beneficios de la sábila.....	61
CUADRO #7 Adquisición de producto natural.....	62
CUADRO #8 Factores de compra.....	63
CUADRO #9 Consumo de shampoo.....	64
CUADRO #10 Marca de shampoo.....	65
CUADRO #11 Lugar donde adquiere shampoo.....	66
CUADRO #12 Precio del shampoo.....	67
CUADRO #13 Precio de compra.....	68
CUADRO #14 Presentación del shampoo.....	69
CUADRO #15 Consideración de productos naturales.....	70
CUADRO #16 Aplicar estándares de calidad.....	71
CUADRO #17 Existencia de una empresa de shampoo.....	72
CUADRO #18 Reducirá desempleo.....	73
CUADRO #19 Interés en cambiar el shampoo.....	74
CUADRO #20 Demanda.....	91

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	<b>Pág.</b>
ILUSTRACIÓN 1. Descripción del producto.....	74
ILUSTRACIÓN 2. Etiqueta del shampoo.....	84
ILUSTRACIÓN 3. Localización del proyecto.....	93
ILUSTRACIÓN 4. Macro localización.....	94
ILUSTRACIÓN 5. Distribución de la planta.....	96
ILUSTRACIÓN 6. Proceso de Producción.....	98
ILUSTRACIÓN 7. Organigrama.....	103
ILUSTRACIÓN 8. Punto de equilibrio.....	134

## ÍNDICE DE TABLAS

### Pág.

TABLA 1.	Descripción del producto.....	74
TABLA 2.	Análisis de precio de la competencia.....	88
TABLA 3.	Demanda proyectada.....	90
TABLA 4.	Oferta Proyectada.....	92
TABLA 5.	Volumen de Producción.....	97
TABLA 6.	Inversión inicial.....	108
TABLA 7.	Activos Fijos totales.....	109
TABLA 8.	Financiamiento.....	110
TABLA 9.	Terreno y edificio.....	110
TABLA 10.	Maquinaria y Equipo.....	111
TABLA 11.	Materiales y Accesorios.....	112
TABLA 12.	Muebles de Oficina.....	113
TABLA 13.	Equipos de Oficina.....	113
TABLA 14.	Equipos de computación.....	114
TABLA 15.	Suministros de oficina.....	114
TABLA 16.	Capital de Trabajo.....	115
TABLA 17.	Depreciación.....	116
TABLA 18.	Amortización de deuda.....	117
TABLA 19.	Ingresos por ventas.....	118

TABLA 20.	Ingresos proyectados.....	118
TABLA 21.	Gastos administrativo.....	119
TABLA 22.	Gastos de ventas.....	120
TABLA 23.	Gastos de constitución.....	120
TABLA 24.	Costos fijos.....	121
TABLA 25.	Mano de obra directa.....	122
TABLA 26.	Materiales indirectos.....	122
TABLA 27.	Costos variables.....	123
TABLA 28.	Costos de producción.....	123
TABLA 29.	Inventario.....	124
TABLA 30.	Ventas proyectadas .....	124
TABLA 31.	Estado de situación inicial.....	126
TABLA 32.	Estado de situación proyectado.....	127
TABLA 33.	Estado de resultado integral.....	128
TABLA 34.	Flujo de efectivo.....	131
TABLA 35.	Decisión de invertir VAN.....	132
TABLA 36.	Decisión de invertir TIR.....	133
TABLA 37.	Periodo de retorno de la inversión.....	133
TABLA 38.	Punto de equilibrio.....	134
TABLA 39.	Análisis de la sensibilidad.....	135
TABLA 40.	Justificación de causas ambientales.....	136
TABLA41.	Plan de acción.....	138

**ÍNDICE DE ANEXOS**

	<b>Pág.</b>
ANEXO #1. Carta aval.....	143
ANEXO #2. Matriz de encuesta.....	144
ANEXO #3. Matriz de Consistencia.....	145
ANEXO #4. Maquinarias y Equipos.....	146
ANEXO #5. Encuestas realizadas.....	149
ANEXO #6. Elaboración del shampoo.....	150
ANEXO#7. Socializando proyecto con el Presidente del G.A.D parroquial.....	151

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio de factibilidad consiste en determinar mediante un estudio de mercado, la factibilidad de la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila dentro de la parroquia Posorja ateniendo como propósito ofrecer un producto nuevo con características y propiedades únicas para satisfacer las necesidades que existen dentro de una brecha en el mercado de consumidores de shampoo a base de sábila.

Al ser agregada la cristal de la sábila en la elaboración de shampoo brindaría muchos beneficios para el cabello, ya que la sábila contiene un alto nivel de nutrientes como también vitaminas y minerales. Esta planta a pesar de tener un sin número de beneficios entre medicinales, cuidado de piel y cabello, hoy en día no se encuentra tan generalizada como shampoo.

Al analizar los diferentes productores y puntos de distribución de shampoo nos podemos encontrar con marcas reconocidas pero sin embargo no son elaboradas con plantas como la sábila. Mediante la observación, entrevistas, que se realizarán a los consumidores y distribuidores de shampoo se llegará a conocer cuáles son las expectativas, características y gusto que los impulsa a comprar dicho producto.

Para la elaboración del producto se contará con materia prima natural y estándares de calidad para brindar un producto con muchos beneficios para el cuidado del cabello, de acuerdo al volumen de producción que se logre captar se adquirirá maquinaria destinada para la implementación de la planta, capacitación para el personal de producción en cuanto a seguridad.

Al conocer que tipos de clientes están interesados en consumir un nuevo shampoo se aplicará estrategias de ventas, lanzando el producto con un precio al alcance delbolsillo. En sí, la propuesta se fundamenta en el análisis financiero visualizando resultados positivos en invertir y obtener rentabilidad.

## MARCO CONTEXTUAL

### **Tema**

INCIDENCIA DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA, EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO, A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015.

### **Planteamiento del problema.**

La Parroquia Posorja es una de las cinco poblaciones rurales ubicada a 120 km del cantón de Guayaquil conectada con el Océano Pacífico y el río Guayas, conformada de una zona árida climatológicamente, esta área comprende 24.136 habitantes aproximadamente, de los cuales el 50% se dedica a la comercialización y actividades a fines.

Esta parroquia está cerca de Villamil Playas y la ciudad de Guayaquil relacionadas comercialmente por tener una amplia demanda de servicios y de fuentes de trabajo con estos lugares. En el territorio parroquial se han consolidado dos poblaciones; la primera es la cabecera parroquial y la segunda Data de Posorja, con parte significativa que está concentrada en la cabecera parroquial densamente poblada.

Un sinnúmero de oficios tiene la parroquia Posorja pero la principal mira hacia el mar, formado por los pescadores y artilleros que están vinculados con él y quienes no, realizan actividades comerciales o artesanales. Unir lazos entre la Junta Parroquial y la población ayudara a mejorar la parroquia, con el objetivo principal de mantener informada a la comunidad de nuevas gestiones que se realizan dentro del marco de competencias de la Junta Parroquial para mejoras de la misma.

Mediante el estudio de factibilidad se proporcionara datos que se encuentran en el mercado para poder ingresar sin mayor problema, permitiendo de esta manera la conveniencia de producir las unidades para satisfacer la demanda. Hoy en día la sábila es una planta medicinal altamente conocida por sus efectos y propiedades ya que es beneficiosa no solo para el cuerpo humano sino para el cabello,

En nuestro país nos favorece el clima para el cultivo de la sábila que es la materia prima para en producto, es casi nula la siembra de esta planta en la localidad por la falta de información de las propiedades curativas además tampoco se promueve la industrialización lo que provoca la diferencia en precios en comparación con los productos tradicionales.

En la parroquia Posorja no es accesible encontrar comerciales que ofrezcan productos naturales tales como el shampoo de sábila ni productos derivados de esta planta, en perchas de farmacias y centros comerciales reconocidas en la parroquia es fácil encontrar shampoo de marcas como sedal, Har y sabital pero los precios de estos productos son inaccesibles para las personas de bajos recursos económicos.

En dichas farmacias como Cruz Azul además de promover la venta de fármacos, medicinas para las diferentes enfermedades que acechan hoy en día, ofertan también productos para el tratamiento del cabello, además en estos tiempos se elabora y ofertan productos naturales como los derivados de la sábila pero no son de fácil acceso adquirirlo en la parroquia para su consumo.

Se elabora el presente estudio de factibilidad cuya descripción es para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila el cual permitirá a los inversionistas tomar la decisión de invertir en este proyecto, que ayudara para el desarrollo empresarial de la parroquia viendo con mejoras en un futuro al generar fuentes de empleo e ingresos para el buen vivir de cada habitante.

Al no contar en la parroquia con plantas artesanales, recursos y capital humano con carencia en comercialización de productos derivados de la sábila, nos lleva a consumir dicho producto natural elaborado fuera del país, es decir de origen extranjero, el mismo que por costos de traslado e impuestos se adquieren a un precio muy elevado.

**Ubicación del problema.**

**Campo:** Financiera.

**Área:** Factibilidad económica.

**Aspecto:** Elaboración producto.

**Espacio:**(Proceso industrial, artesanal) Parroquia Posorja, cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.

**Delimitación.**

Los aspectos que se dan en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la Parroquia Posorja es:

**Claro.-**

La creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila a través de ser implantada, pensando en los habitantes de dicho sector y en el desarrollo del mismo, rescatando y manteniendo las costumbres en actividades cotidianas de la población para su desarrollo económico.

**Concreto.-**

La creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila será analizada cada cierto tiempo para conocer su desarrollo económico y social en aceptación, en caso de negativas tomar medidas y decisiones inmediatas, para fortalecer la empresa aplicando estrategias específicas.

**Novedoso.-**

La parroquia Posorja carece de innovación y desarrollo, por ser un pueblo alejado de la ciudad de Guayaquil, pero cuenta con una de las fábricas reconocida a nivel nacional como internacional, el potencial de desempleo cada año aumenta, por lo que se ve la necesidad de invertir, y contribuir al desarrollo del pueblo mediante la implementación de una empresa nueva.

**Relevante.-**

Con la creación de la empresa de elaboración de shampooa base de sábila, se llevara un control de relevancia, de cada uno de los procesos, y estos ayudaran a tomar la decisión de cambio, e inversión de más materia prima, dando como resultados la demanda de cada una de ellas, también nos enfocara al desarrollo de innovación, tanto para el producto, como para su comercialización.

**Factible.-**

En el proceso de este producto, se estudiara su factibilidad, ya que la empresa es de elaboración de shampooa base de sábila, también se estudiará el mercado, y nos enfocaremos en encontrar nuestros clientes potenciales, demostrando responsabilidad, honestidad, y valor, pero sobre todo estaremos enfocados en brindar lo mejor del producto, favoreciendo satisfactoriamente a la población de manera estable en su condiciones económicas.

**Variable.-**

Estos aspectos son de gran ayuda, ya que nos permite movilizarlos, y tomar medidas y soluciones inmediatas, es decir si el shampoo a base de sábila es vendido, se buscara nuevos mecanismos, y se aplicara estrategias de marketing, para lograr el objetivo de ventas, e introducir el producto a nuevos mercados,

logrando el objetivo de la empresa que será su desarrollo económico y su futuro empresarial, garantizando calidad e innovación.

### **Formulación del problema.**

Para la formulación se tomaron en consideración las variables de tema a investigar:

¿Qué incidencia tiene el estudio de la factibilidad económica financiera en la elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2015?

### **Sistematización.**

¿Qué beneficio dará a la sociedad la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja?

¿Qué estrategias de Comercialización y Marketing se utilizaron para obtener la aceptación y las ventas del shampoo en la parroquia Posorja?

¿Qué influencia tiene la falta de innovación y creación de nuevas empresas en la parroquia Posorja?

¿Cómo se encontrara estructurado el modelo de organización de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja?

¿Qué impacto tendrá la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la Parroquia Posorja?

¿Qué requerimientos legales, y estándares de calidad son necesarios para la elaboración del producto?

## **Justificación.**

**Rosales 2005**, señala “Es aquel que responde a la situación problemática planteada en la que a la vez se enmarca el problema específico que se requiere solucionar en el proyecto, es el escenario de las condiciones o el fin último que deberá guiar y justificar la existencia del proyecto ” **pág. 76.**

Como emprendedora y futura profesional en desarrollo empresarial se está buscando desarrollar el proyecto de estudio de factibilidad para la creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia por el incremento de la necesidad en cuanto al cuidado de su cabello.

Dentro de la formulación y evaluación del proyecto se realizaron diferentes estudios que proporcionaron soluciones a diversas necesidades humanas, el conocimiento de la factibilidad técnica y económica del proyecto permite emitir una valoración sobre la conveniencia o no de su adopción y así poder seleccionar la alternativa de solución óptima.

Esto motivó a realizar la investigación ya que el estudio de mercado ayudo a determinar el consumo de producto natural y la posibilidad de elaborarlo para comercializarlo al alcance de los bolsillos de la población mediante estrategias de comercialización que lleguen a las expectativas de los clientes cumpliendo sus necesidades.

La existencia de una industria procesadora de cristal de sábila y de cultivos de dicha planta provoca importar producto natural con un valor agregado, mediante el estudio de factibilidad determinare si la población tiene conocimiento sobre los beneficios y propiedades de la sábila como también de sus derivados.

Dicha información inciden en el consumo y en analizar estrategias para que luego el producto sea lanzado en el mercado con normas y estándares de calidad en el

proceso de producción para la comercialización del shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja.

Mediante un estudio de campo se conoce que actualmente existe shampoo de sábila de 350ml a precio de 10 a 12 dólares mientras que el shampoo tradicional como Har de 230ml está a 3 dólares, indica que los productos derivados de sábila son caros que un tradicional en el mercado, esto se debe a que los comercializan en el país son de origen extranjero.

En la recopilación de la información para el estudio de factibilidad se utilizó el método inductivo para mediante las encuestas conocer de manera porcentual el nivel de consumo de shampoo natural y tradicional, establecer clientes potenciales para mi producto través de la tabulación y análisis de la información recopilada en las encuestas, mediante estos datos se establecerá la hipótesis para la solución del problema.

Para el presente estudio de factibilidad se pretende realizar análisis e interpretación en relación de los diferentes resultados de la recopilación que se realizara a través de una encuesta personalizada, de manera porcentual se determinó si existe la posibilidad de comercializar mediante influencia en los microempresarios para su inversión en este tipo de empresa, para incrementar su rentabilidad y mantener su liquidez.

Los instrumentos serán: la observación con este método se analizó si existe cerca de la población alguna empresa que facilite el adquirir la materia prima, la entrevista realizadas a persona que conocen sobre la mezcla de ingredientes para la elaboración del producto, las matrices del cuestionarios que se establecerán para la encuesta que me permitirán obtener información sobre el tema.

Con la elaboración de shampoo a base de sábila se dispone en el mercado una alternativa nueva para los consumidores al salir de la rutina en cuidado personal

del cabello además de disfrutar las bondades de un shampoo natural con vitaminas para el cabello.

## **Objetivos.**

### **Objetivo general.**

Determinar la factibilidad económica financiera a través del análisis e interpretación de los resultados del mercadeo para satisfacer la demanda mediante la creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, 2015.

### **Objetivo específico.**

- ✚ Evaluar el marco teórico referente a la sábila y sus usos específicos para la elaboración del shampoo.
- ✚ Definir estudio de mercado para la producción y comercialización de shampoo a base de sábila.
- ✚ Plantear un estudio técnico de proceso de elaboración y comercialización de shampoo a base de sábila.
- ✚ Diseñar la estructura organizativa y funcional de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila.
- ✚ Estructurar un estudio económico financiero que favorezca la implementación de la empresa de shampoo.
- ✚ Implementar el estudio de impacto de la elaboración del shampoo.

## **Hipótesis.**

¿La factibilidad económica financiera incidirá positivamente en la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2015?

## **Operacionalización de las variables.**

**Tamayo M** 2004, señala “El término variable, es un significado más general, se utiliza para designar cualquier característica de la realidad que pueda ser determinada por observación y que pueda mostrar diferentes valores de una unidad de observación a otra” **pág. 163.**

### **Variable Independiente.**

#### **Factibilidad Económica.**

Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica, demostrando que el proyecto es factible económicamente.

### **Variable dependiente.**

#### **Creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja.**

Son construcciones que permiten reunir los productos de grupo de personas para mejores condiciones posibles. También se la define como acumulación de gran cantidad de insumos necesarios para distribuirlos a lugares determinados con valor agregado.

CUADRO # 1 Operacionalización de la variable independiente

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
La factibilidad económica financiera incidirá positivamente en la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2015.	La factibilidad económica financiera	Demuestra de manera analíticatodos los aspectos desarrollados en los estados financieros. Detallando una lista de ingresos y egresos de fondos que se espera de las operaciones del proyecto y presentándolos de manera ordenada, demostrando que el proyecto es factible económicamente.	❖ Estudio legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estatutos</li> <li>• Tramites</li> </ul>	*¿Qué estrategias se aplicara en los procesos de producción?	*Observación  *Entrevistas  *Encuestas
			❖ Estudio mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Población</li> </ul>	*¿Qué métodos se utilizaría para la conservación del personal dentro de la empresa?	
			❖ Estudio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño</li> <li>• Localización</li> <li>• Procesos productivos</li> </ul>	*¿Cómo influye la factibilidad económica financiera en el desarrollo del proyecto?	
			❖ Estudio organizativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura orgánica</li> </ul>		
			❖ Estudio financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estados financieros</li> <li>• Ingresos y egresos</li> </ul>		
			❖ Estudio socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de vida</li> <li>• Clase social</li> </ul>		

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera

CUADRO # 2 Operacionalización de las variable dependiente

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
La factibilidad económica financiera incidirá positivamente en la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2015.	Creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja.	Forma organizativa que la comunidad adopta internamente para hacer que sus recursos, naturales y económicos sean administrados de una manera eficaz y eficiente estableciendo políticas comerciales que ayuden a mejorar el servicio que se brinda, realizando en análisis minucioso del entorno y de los factores internos y externos buscando el desarrollo de la población en general.	❖ Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección del personal</li> <li>• función departamental</li> </ul>	<p>*¿Usted cree que con la creación de empresa se reducirá el desempleo en la parroquia Posorja?</p> <p>*¿Con la creación de la creación de empresa se fomentara la inversión en la parroquia Posorja?</p> <p>*¿Qué impacto ambiental causara la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila?</p> <p>*¿Cuáles creen que serían las fortalezas debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa en la parroquia Posorja?</p>	* Encuestas
			❖ Recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos productivos</li> <li>• Nivel de consumo</li> </ul>		
			❖ Recursos económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad productiva</li> </ul>		
			❖ Políticas comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado</li> <li>• Técnicas de ventas</li> <li>• Publicidad</li> </ul>		
			❖ Análisis del entorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercado</li> <li>• Políticas de mercado</li> </ul>		
			❖ Análisis FODA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores internos</li> <li>• Factores externos</li> </ul>		

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

La razón de este proyecto es generar fuentes de empleo y dar a conocer este producto, compartir con otros actores sociales las experiencias y logros que se pueden obtener; y las adversidades que se presentaran en el desarrollo de estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de shampoo de sábila.

El activar el proceso de elaboración de shampoo hecho de una manera diferente que lo puedan adquirir tanto hombres como mujeres ayuda a la necesidad de cuidar la caída del cabello en los pobladores, así, como también el incremento de la caspa, mal olor del pelo, resequedad del cuero cabelludo.

El producto lo elaborarían parte de los habitantes de la parroquia Posorja que hayan sido capacitadas para elaborar este tipo de producto, a través de mis conocimientos se buscara estrategias de comercialización y marketing para el lanzamiento del producto , buscando la manera de adecuar infraestructura y apoyo en la administración.

El mercado dedicado a la cosmética de shampoos nivel nacional, está liderado por distribuidores de productos importados con precios muy elevados dirigidos para una sola clase social, de la cual nos distinguimos ofreciendo un producto para el alcance del bolsillo de los consumidores.

Hoy en día existe una alta preocupación en el cuidado del medio ambiente y de la salud, por lo que al elaborar el producto se mantendrá un porcentaje de desecho al adquirir la materia prima lista para utilizar y de esa manera potencializar el consumo de productos naturales cuidando el cabello de los consumidores.

### **1.1.1 Inversión pública y privada.**

Se define a la inversión como un gasto monetario en adquisición de capital fijo como capital circulante, o el flujo de producción destinado a aumentar el capital fijo del volumen de producción.

Los ingresos que se generan hacia la empresa es una determinante de la cual ayudan a vender adicionalmente, obteniéndolo como uno de los determinantes más importantes en el nivel global de la producción.

Además la inversión se la considera una apuesta para el futuro, al ser la inversión mayor que los costos por eso se tiene en cuenta lo que en realidad se va a invertir.

### **1.1.2 Objetivos y beneficios.**

### **1.1.3 Importancia de la inversión pública y privada.**

La acumulación de capital humano, tanto en cantidad como en calidad, constituye uno de los factores más relevantes que determinen el grado de desarrollo de una empresa.

Este capital incluye los estándares de educación y salud, así como la infraestructura idónea que permite estimular la actividad productiva.

### **1.1.4 Comparación entre inversión pública y privada**

#### **Inversión privada.-**

Se la considera cuando una persona natural o jurídica, utiliza recursos propios en una actividad económica con el fin de satisfacer las necesidades ofreciendo algo en común con la finalidad de obtener a corto tiempo el retorno de su inversión.

## **Inversión pública.-**

Se considera al utilizar los impuestos recaudados por parte de entidades del gobierno, reinvirtiéndolo en obras para beneficio de la comunidad tales como, infraestructura, servicios básicos, proyectos de desarrollo.

Ambas inversiones son similares en la búsqueda de ejecutar proyectos rentables y la obtención de beneficios, pero en la privada los beneficios son económicos mientras que en la pública los beneficios son sociales y en especies, como la subvención de los servicios públicos, la inflación de créditos, el acceso a la educación.

Por ello, los resultados de la inversión son más fáciles de medir y de hacer seguimiento que cuando se relacionan con indicadores de satisfacción y bienestar.

## **1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

(Valera, 2011); “El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se emprende será factible y cuáles serán las estrategias y herramientas que se deben desarrollar e implementar para que esta sea exitosa”.

### **1.2.1 Definición del estudio de factibilidad.**

(Mendoza, 2010), Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión solo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Al iniciar el proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, se debe tener en cuenta que cualquier proyecto ya sea individual o grupal se la considera como una empresa.

Mediante la comprensión de incluir esto en el concepto del proyecto es de vital importancia para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de captar cambios culturales y de mentalidad en cada uno de los posibles compradores.

Es por esto que se incluye: conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

### **1.2.2 Objetivo del estudio de factibilidad.**

Según (Mendoza, 2010) se consideran los siguientes objetivos.

- ✚ Auxiliar a la empresa a lograr sus objetivos.
- ✚ Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas económicas y operativas.
- ✚ Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- ✚ Conocer si las personas comprarán el producto.

### **1.2.3 Etapas del estudio de factibilidad.**

(Mendoza, 2010), El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro etapas:

- ✚ La idea.
- ✚ La pre-inversión.
- ✚ La inversión.

✚ La operación.

**La idea.-** En base a las diferentes formas de resolver un problema y aprovechar una oportunidad de negocio constituirá la idea del proyecto para que una organización busque forma establecida la identificación del problema que puedan resolverse.

**La pre-inversión.-** Mediante esta etapa la idea de proyecto se transforma en un estudio técnico-económico que ayuda a evaluar y decidir la ejecución del proyecto.

**La inversión.-** Se inicia con el establecimiento de la organización que se encarga de realizar el proyecto, la cual puede desarrollar la ejecución de diseño, adquisición de materiales y poner en marcha maquinaria para su producción.

**La operación.-** Considera todos los recursos que intervienen en las actividades, infiere el talento humano que participan durante los procesos de operación del proyecto. En este ciclo se determinan todas las actividades que se llevarán a cabo para lograr los objetivos propuestos.

- ✚ Ejecución con responsabilidad.
- ✚ Manejo responsable de recursos.
- ✚ Precisión en todos los procesos.
- ✚ Capacidad en los procesamientos de labores.

Se implementara manual de instrucciones y seguridad para precautelar el bienestar en salud de cada uno de los operarios y trabajadores de las empresas, para prestar un mejor rendimiento de sus actividades.

#### **1.2.4 Componentes del Estudio de Factibilidad.**

Está conformado por los siguientes:

- ✚ Estudio Legal.
- ✚ Estudio de mercado.
- ✚ Estudio técnico.
- ✚ Estructura organizativa.
- ✚ Estudio financiero.
- ✚ Estudio Socio-Económico.
- ✚ Estudio de impacto ambiental.

#### **1.2.4.1 Estudio legal.**

El estudio legal es un estudio de viabilidad legal que debe informar si la legalidad vigente permite o más bien impide la realización del proyecto empresarial. Este estudio en lo posible debe ser efectuado para estudiar las normas regulatorias existentes relacionadas con la naturaleza y actividad económica del proyecto, considerando la constitución y formalización de la empresa analizando los aspectos legales que condicionan la operatividad y el manejo económico del proyecto.

- ✚ Sociedad colectiva.
- ✚ Sociedad de responsabilidad limitada.
- ✚ Sociedad anónima.
- ✚ Sociedad en comandita.

##### **1.2.4.1.1 Clasificación de las sociedades.**

###### **✚ Sociedad colectiva.**

La responsabilidad de las deudas de la sociedad es limitada, los socios deben responder por el pago de las mismas, debe constar con 2 socios mínimo sin límite.

###### **✚ Sociedad de responsabilidad limitada.**

La responsabilidad está limitada al capital aportado, en caso de deudas no se responde con el patrimonio personal de los socios, 2 socios mínimo a 25 socios máximo.

#### **Sociedad anónima.**

Los titulares de la sociedad lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones, 5 accionistas sin límite.

#### **Sociedad comandita.**

Constituida por socios colectivos, que responden ilimitadamente por las deudas sociales y participan en la gestión y socios en comandita, que no participan en la gestión y cuya responsabilidad es limitada 1 gestor y un comandita, sin limite

### **1.2.4.2 Estudio de Mercado.**

**(Urbina B. , 2000).** Señala: “El estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda se puede obtener de informaciones secundarias de algunos productos.” **Pág. 7**

Mediante la determinación de la demanda se podrá calcular cual es la brecha a cubrir en el mercado nacional en cuanto a shampoo natural con un volumen de producción, ofertando de manera estratégica y poder llegar a los futuros consumidores de shampoo.

De esta manera se podrá dar una visión en proyecciones de los estados financieros cuantificando las ganancias.

#### **1.2.4.2.1 Análisis del mercado.**

El análisis del estudio de mercado nos servirá como paso inicial, para dar a conocer el tamaño indicado del proyecto a analizar cómo es la elaboración de

shampoo, con los datos correspondientes para las ampliaciones siguientes que darán como consecuencia el crecimiento a futuro del proyecto.

De esta manera se podrá tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el producto que se piensa fabricar y comercializar, dentro de un espacio definido y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

De tal manera reflejará gustos y preferencias que actualmente tienen los consumidores al comprar y que tipos de clientes son interesados lo cual nos servirá para la producción de la empresa, y nos proporcionara información acerca del precio apropiado para lanzar el producto y competir en el mercado o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

#### **Análisis del consumidor.**

Con el estudio del comportamiento del consumidor se analizan los factores internos, como la personalidad, la percepción; y factores externos, como la cultura, la familia, los grupos y clase social que influyen tanto en todas las etapas de proceso de compra del consumidor.

#### **Análisis de la competencia.**

Identificando el área geográfica a cubrir y la principal estrategia que se utilizara para ganar mercado, ya que con esta información se podrá determinar con mayor facilidad las estrategias de posicionamiento que deberá seguir la empresa para entrar y desarrollarse en el mercado.

#### **Análisis de comercialización.**

Parte esencial para el funcionamiento de una empresa. Se puede estar produciendo uno de los mejores productos en su género y al mejor precio; pero si no se tienen una estrategia principal para que se llegue al cliente en forma eficiente, esa empresa ira a la quiebra

#### **1.2.4.2.2 Demanda.**

**(Urbina B. , 2000).** Señala, “La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” **pág. 15.**

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las necesidades que se tiene que cubrir mediante beneficios con el producto en el mercado, para determinar una estrategia clave para la aceptación del producto y satisfacer dicha demanda.

#### **1.2.4.2.3 Oferta.**

**(Urbina B. , 2000).** “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” **pág. 41**

Se considera oferta a la cantidad de producto que por elaboración nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios existentes. En los proyectos de inversión se debe indicar con quien se va a competir, cual es la capacidad de producción, a qué precio venden.

En el cálculo de la oferta se ha considerado la población de estudio y la oferta determinada en el análisis de mercado, considerando un porcentaje de personas que normalmente compran producto para el cuidado de su cabello por catálogo, lo cual representa la oferta actual cubierta por el mercado.

#### **1.2.5 Estudio técnico.**

**(Urbina B. , 2000).** Señala que “el estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización optima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” **pág. 7.**

Consiste en el diseño de la planta, la distribución de cada una de las oficinas y análisis de las diferentes propuestas o ideas para elaborar el producto y producir.

La maquinaria que será destinada para la elaboración del producto obstará para brindar un mejor desempeño en la labor de cada uno de los operarios debidamente capacitados en función de su equipo de trabajo y seguridad laboral.

Determinando la inversión inicial para la puesta en marcha de la empresa como también determinar los costos de operación el análisis del estudio económico-financiero.

El estudio técnico incluye:

- ✚ Tamaño óptimo del proyecto.
- ✚ Localización óptima del proyecto.
- ✚ Ingeniería del proyecto.

### **Tamaño óptimo del proyecto.**

Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptima cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Es necesario tener conocimiento sobre la precisión del tiempo y movimientos de proceso para el diseño e ingeniería para determinar el tamaño óptimo de la planta.

### **Localización.**

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o a obtener el costo unitario mínimo. Mediante la localización se

determina el terrero para diseñar la estructura de la empresa y poder obtener beneficios mutuos.

Se divide en:

- ✚ Macro-localización.
- ✚ Micro-localización.

**Macro-localización.-** Se refiere a los factores geográficos relacionados con las condiciones naturales más adecuadas para la implementación del proyecto, como el clima, los niveles de contaminación y la vías a las diferentes zona.

**Micro-localización.-** Se refiere a los factores sociales que se relacionan con la adaptación del proyecto con la comunidad dependiendo de los servicios sociales con lo que cuentan.

### **Ingeniería del proyecto.**

(Mendoza, 2010).El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es diseñar modelos que ayuden a evitar inconvenientes en la instalación y puesta en marcha de la planta procesadora. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

La ingeniería comprende las siguientes etapas:

- ✚ Tecnología.
- ✚ Equipos.
- ✚ Obras de ingeniería.
- ✚ Análisis de insumo.
- ✚ Servicios públicos.
- ✚ Mano de obra.

**Tecnología.-** Se contará con la tecnología necesaria en la maquinaria adquirida para regular cada uno de los procesos de elaboración del producto y de esta manera brindar un producto de calidad, la tecnología es parte de uno de los costos de inversión inicial.

**Equipos.-** Mediante la capacidad de la planta se determinarán los materiales y maquinarias necesarias para la elaboración del producto. En la propuesta se detalla la inversión inicial que comprende el equipamiento de acuerdo al tipo de maquinaria a adquirir, manera de la cual se va a adquirir.

**Obra de ingeniería.-** Con el diseño de la planta se determinan las funciones y características de cada una de las oficinas para analizar los costos correspondientes, el tamaño del proyecto determina el costo de obra requerida.

**Análisis de insumo.-** Se deben describir los principales insumos, en este caso es la materia prima (cristal de sábila) será adquirida de manera nacional por este concepto es de vital importancia para la elaboración del producto que constituyen una parte principal de los costos de producción.

**Servicios públicos.-** Los servicios necesarios como la electricidad, agua, teléfono e internet, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos. Es necesario detallar el valor de consumo por mes para determinar costos anuales por este servicio.

**Mano de obra.-** Cuando se haya determinado la producción se define el personal requerido previamente entrevistado para la evaluación de la demanda y oferta en mano de obra, determinando las necesidades de capacitación a los diferentes niveles o etapas.

### **1.2.6 Estructura Organizativa.**

Para la creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila se ha determinado al personal necesario responsable de la parte operativa y administrativa obteniendo una positiva gestión de trabajo.

En el diseño del organigrama se designaran los diferentes puestos de trabajo de acuerdo a la capacidad ejecutora se realizaran los manuales de procedimiento para cada uno de los departamentos de la empresa que tengan que ver con la parte de producción.

- ✚ Organigrama.
- ✚ Planeación estratégica.
- ✚ Recursos humanos.
- ✚ Marco legal.

### **1.2.7 Estudio económico-financiero.**

Para el análisis económico-financiero de un proyecto previo a la elaboración de flujos de beneficios y costos se podrá determinar si dicho proyecto conviene realizar, si es rentable o no para convertirse en oportuno y a su vez ejecutarlo con las decisiones que se hayan tomado, obteniendo liquidez.

Para desarrollar las diferentes obligaciones operacionales como términos de cantidad de materia prima necesaria, desechos del proceso y mano de obra necesaria, con una estructura financiera que refleje el futuro en un balance proyectado.

### **Estado de resultado integral.**

El estado de resultado integral total antes llamado estado de resultado es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se ha ganado el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

- ✚ Suministrar información.
- ✚ Muestra los resultados de la gestión.

- Describe y explica también las características principales del rendimiento financiero.
- Evaluar la rentabilidad de la empresa.

### 1.2.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor de los flujos de efectivo esperados menos la inversión inicial, porque se calcula de la suma de los flujos menos el costo de capital, extrayendo el costo inicial del proyecto. Si da positivo quiere decir que el proyecto es rentable es aceptable al contrario que si es negativo debe rechazarse.

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Dónde:

**I** = Inversion.

**Q<sub>n</sub>**=Flujo de caja del año.

**r** = Tasa de interes.

**N** = Numero de años de la inversión

### 1.2.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

**Fontaine E (2008)**. Indica es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos, hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero. **Pág. 100**

La Tasa Interna de Retorno consiste en evaluar el proyecto en función de una tasa de rendimiento o interés más alta que los inversionistas pagarían sin tener que perder su inversión, la tasa de descuento hace que el valor presente neto de un

flujo de caja será igual a cero.

Fórmula para el cálculo del TIR

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1 + i)^t} = 0$$

Dónde:

**t**= Tiempo del flujo de caja.

**i**= Tasa de descuento.

**R<sub>t</sub>**= Flujo neto de efectivo.

### **1.2.7.3 Periodo de recuperación.**

Es un índice que ayuda a medir el número de años que transcurrirá de viabilidad del proyecto desde la puesta en marcha de la inversión, en recuperación del capital invertido mediante las utilidades netas del ejercicio, considerando demás depreciaciones, amortización y demás gastos financieros.

Es decir mediante el periodo de recuperación se podrá determinar en qué tiempo se recuperara la inversión realizada para la empresa midiendo la liquidez como también análisis casos que se pueden dar en el transcurso de los años, si se obtiene en el saldo un valor positivo quiere decir que la producción va por buen camino.

### **Razón beneficio costo.**

Es utilizada para determinar la comparación de los costos entre la operación o actividad de un periodo de tiempo, ayudando a la empresa a reflejar el equilibrio que tiene la empresa en cuanto a beneficios y logros alcanzados, además muestra

las utilidades deseadas ya sea en términos monetarios sustituyendo al desembolso inicial.

#### **1.2.7.4 Capital de trabajo.**

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable, esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

#### **1.2.8 Estudio Socio-Económico.**

Consiste en la investigación de las diferentes clases sociales que existe en el entorno donde se va a desarrollar el proyecto, y de esta manera obtener información sobre el impacto que pueda causar hacia los habitantes al momento de lanzar el producto.

Al identificar el grupo de clase social para el cual va a ser dirigido el producto se detallara los beneficios y valor de acuerdo a los costos, implicando en el proyecto la variedad de insumos y servicios básicos que se necesiten.

#### **1.2.9 Estudio Ambiental.**

Para disminuir el impacto ambiental dentro de la creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila se han tomado en consideración como principal dos ítems:

- ✚ Análisis del impacto del proyecto sobre el medio ambiente, con el fin de minimizar deterioros causados por el proyecto.
- ✚ Análisis del efecto del entorno sobre el proyecto.

Mediante estos ítems se busca evitar el impacto ambiental que se pueda causar en el entorno al momento de la elaboración del producto, es por esto que se adquiere materia prima natural sin residuos.

### **1.3 EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA.**

#### **1.3.1 Reseña histórica.**

La sábila o aloe vera como también se la llama es una planta medicinal utilizada desde hace miles de años por chinos, árabes y egipcios, crece en cualquier época del año, proviene de nombre científico Aloe Vulgaris Lam, la palabra Aloe deriva del árabe alloeh o del hebreo hala que significa sustancia brillante o amarga.

Esta planta es de forma triangular con hojas que crecen muy juntas y largas con pequeñas espinas en los bordes, tiene una longitud de 25 cm a 50 cm y de 5 a 10 cm de ancho, con muchas propiedades en especial para evitar caída del cabello.

La palabra shampoo se define como: un producto empleado para la detergencia del cuero cabelludo y cabellos o bien una preparación formulada principalmente a base de agentes tenso activos, acondicionadores y espumantes en conjunta o separadamente. uya acción primaria es limpiadora, eliminando del cuero cabelludo el exceso de grasa y partículas acumuladas.

A través de los años el uso de la sábila ha sido beneficiosa para quienes la han consumido como medicina natural, mediante estudios realizados se ha determinado que contiene vitaminas, enzimas, proteínas, estimulantes biológicos,

y que también al tomar jugo de sábila ayuda al organismo a dirigir completamente los alimentos.

Los productos empleados en la higiene del cuerpo han sido los mismos que se han descrito a través de la historia y sólo en este siglo se ha desarrollado una avanzada tecnología en la limpieza en específico del cabello y cuero cabelludo.

#### **1.4 ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.**

La parroquia Posorja cuenta actualmente con 24.136 habitantes el territorio parroquial ha sido modificado significativamente debido a las diversas actividades mayormente concentradas en la cabecera parroquial.

Está conformada mayoritariamente por grupos de edad productiva entre 20 y 60 años de edad, así como una importante representación de los grupos menores de edad, este gran grupo de menores de 20 años de edad implicara en el futuro una demanda sostenida de trabajo.

##### **1.4.1 Límites.**

**Norte:** Parroquia. El Morro.

**Sur:** Océano Pacífico.

**Este:** Océano Pacífico.

**Oeste:** Cantón General Villamil Playas.

CUADRO #3 Organización territorial de la parroquia Posorja

<b>Parroquia</b>	<b>Cabecera Cantonal</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Superficie (Km2)</b>	<b>Área (Km2)</b>	<b>Densidad</b>
Posorja	Guayaquil	24.136	107	73.18	329.82

**Fuente:** [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

## **1.5 PLAN ANUAL DE DESARROLLO.**

En la parroquia Posorja para la estructuración del plan de desarrollo y ordenamientos (2012-2013) se han tomado como referencia los lineamientos para la planificación del desarrollo y el ordenamiento territorial (SENPLADES et. Al, 2010), el Plan Nacional Del Buen Vivir, así como los importantes aportes de los integrantes del gobierno parroquial.

Se prevee a través de la implementación de los proyectos planteados el desarrollo sustentable logrando superar debilidades y generar las mejores condiciones para alcanzar el Buen Vivir:(Plan de ordenamiento territorial)

### **Proyectos ecológico ambiental:**

- 1.- Diseño y aplicación de un Plan de Gestión Ambiental parroquial.
- 2.- Reforestación con vegetación nativa en áreas consideradas críticas.
- 3.- Reuso y acopio de los desechos en escuelas y colegios.
- 4.- Conductores y pasajeros eco responsables.
- 5.- Micro huertos estudiantiles y familiares.

### **Proyectos Económico:**

- 1.- Centro de procesamiento primario de camarón.
- 2.- Estudio sobre la demanda de trabajadores para la construcción y operación de los proyectos puerto de aguas profundas y astillero naval.
- 3.- Capacitación a líderes barriales y de los gremios de la parroquia en la conformación y la gestión de microempresarios.
- 4.- Experiencias piloto de diseño y funcionamiento de microempresarias.

### **Proyectos de asentamientos humanos:**

- 1.-Incrementar la infraestructura de seguridad y el personal asignado de la policía nacional.
- 2.- Construcción de un nuevo reservorio en Posorja, para cubrir la demanda del puerto de contenedores.
- 3.-Ampliar y mejorar la infraestructura recreativa y de servicios de la parroquia.
- 4.-Mejorar las condiciones físicas de las viviendas y promover programas de viviendas sociales.

### **Proyectos socio cultural:**

- 1.-Mejoramiento de la infraestructura y equipamiento en las unidades educativas.
- 2.- Mejoramiento de la infraestructura, equipamiento y cobertura de los servicios de salud.
- 3.- Construcción de centros de cómputo e internet al servicio de la comunidad en barrios seleccionados y capacitación básica.

### **Proyectos de Movilidad y Conectividad.**

- 1.-Mejorar las condiciones físicas de la red vial primaria existente y potencializar la conectividad al interno y exterior de la parroquia.
- 2.- Crear y mejorar infraestructura para el servicio de transportación pública y turística.
- 3.-Mejorar la señalización relacionada con el tránsito vehicular.
- 4.- Adoquinamiento y asfaltado de las diferentes calles de la Parroquia Posorja.

## 1.6 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

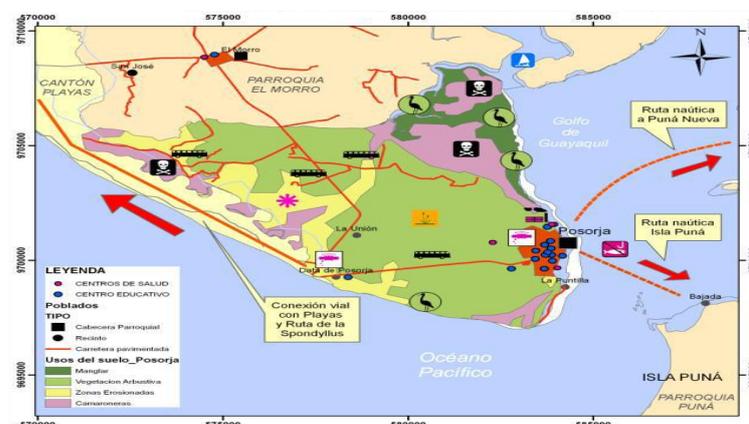
La parroquia Posorja pertenece a un área de 73.18Km<sup>2</sup> y con un máximo de habitantes 24.136 de los cuales 11.867 mujeres y 12.269 son hombres, es una de las tantas parroquias rurales con las que cuenta el cantón Guayaquil.

La distribución de la población por grandes grupos de edad en el área de desarrollo de Posorja del cantón Guayaquil, muestra que la población de 0 a 14 años de edad representa el 37.5%.

Las personas que tienen edades entre 15 a 64 años de edad y que representan a las personas en edades productivas, su peso relativo es de 58.4%; mientras que el grupo de 65 y más años de edad contiene el 4.1% de la población.

La estructura por grandes grupos de edad demuestra que la población de Posorja es todavía relativamente joven, donde casi 4 de cada 10 habitantes tiene menos de 15 años de edad. Expresada su estructura en una pirámide poblacional de edades de base ancha con contracción en el grupo de 0 a 4 años de edad, donde se puede observar que el 37.5% de la población está conformada por jóvenes menores de 14 años de edad, mientras que el 4.1% son mayores de 65 años.

GRÁFICO #1 Características demográficas



Fuente: Google Mapas

Elaborado por: Andrea Baque Vera

### 1.6.1 Organización económica.

La estructura de la población económicamente activa (PEA) de Posorja con respecto a su especialización económica, concreta a la mayor parte de su población en la industria manufacturera con un 33,4% de la PEA. La segunda rama de actividad en importancia, corresponde al sector primario de la economía como es la pesca con un 22.8% de la PEA. La tercera rama de la actividad y afectos personales al que se dedica el 20.2 % de la PEA.

Por otro lado las mujeres se dedican en mayor parte del tiempo a actividades relacionadas con industrias y el comercio.

### 1.6.2 Relación de género en las actividades productiva.

CUADRO #4 Relación de género en actividades productivas

Actividad	Porcentaje
<b>Pesca</b>	<b>28.5 %</b>
Hombres (90%)	3.857
Mujeres (10%)	429
<b>Agricultura</b>	<b>10.44%</b>
Hombres (15%)	235
Mujeres (85%)	1.334
<b>Comercio</b>	<b>14.40%</b>
Hombres (20%)	433
Mujeres (80%)	1.732
<b>Industria manufacturera</b>	<b>26.4%</b>
Hombres (25%)	992
Mujeres (75%)	2.977
<b>Acuicultura</b>	<b>20,26%</b>
Hombres (80%)	2.437
Mujeres (20%)	609
<b>Total</b>	<b>15.037</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

En la parroquia Posorja la pesca artesanal e industrial proveen de numerosas fuentes de trabajo de manera directa e indirecta, que ayuda en gran porcentaje a la economía de la parroquia.

Los indicadores sobre la participación del género femenino y masculino en las actividades económicas de la parroquia Posorja es en general la población masculina que participa el 71% y las mujeres el 29% del total de la población en las actividades económicas.

Predomina la presencia masculina en la actividad pesquera, representado por el 90% del total de la población. En la actividad agrícola que se cuenta en la parroquia existe una participación escasa de hombres, mientras que en el comercio al por mayor y menor tiene casi una igualdad en la participación de los géneros que es representado por el 36% del total de la población y el 26% restante de personas se encuentra trabajando en industrias que están establecidas en la parroquia.

## **1.7 DESARROLLO DEL ÁREA DE ESTUDIO**

### **1.7.1 Actividades tradicionales**

#### **Pesca.-**

La mayoría de los habitantes se dedican a la pesca en barcos y botes pequeños elaborados con sus propias manos de acuerdo a la condiciones en la que esta la parroquia.

La pesca artesanal, cuya característica básica es la operación manual de las redes, es una actividad ancestral que se ha venido manteniendo en el tiempo con el fin de extraer peces, moluscos y crustáceos que tradicionalmente son destinados para

el consumo humano de manera directa dentro de la parroquia y como importante fuente de ingresos económicos obtenidos por su comercialización en la parroquia y sus alrededores.

Existen también tres industrias pesqueras Negocios Industriales Real S.A (NIRSA), cerca está la Empresa Pesquera Ecuatoriana S.A (EMPESEC), al norte está ubicada SALICA del Ecuador, la más grande del país.

### **Acuícola.-**

Según datos referenciales de la subsecretaria de Acuicultura del MAGAP, en la parroquia existen alrededor de 15 camaroneras regularizadas con una superficie total de 505,67.

Con el problema de que no se encontraron datos económicos sobre los ingresos generados por los tanques camaroneros en producción además por la determinación de los status de los procesos de regularización de los posesionarios de piscinas camaroneras en áreas concesionadas por el estado ecuatoriano.

### **Agricultura.-**

En la parroquia, los cultivos agrícolas eran de mayor cosecha por las fuertes lluvias de las épocas, pero en la actualidad son de ciclo corto debido a la falta de aguas lluvias y sistema de riego que se han limitado, entre los productos que se cultivan están el maíz y frutas tropicales como sandía y melón los cuales son comercializados dentro de la parroquia y sus alrededores para sustento de la población

Existen agricultores asociados que según la Subsecretaria de Tierras del Ministerio de Agricultura Ganadería aproximadamente utilizan 4.6779, 55 hectáreas.

## **Comercio.-**

La actividad comercial en la parroquia principalmente en el centro que se encuentra concentrada por el mayor número de sus habitantes con sus negocios de locales comerciales que expenden desde accesorios para celulares hasta locales que ofertan artefactos electrodomésticos, además en el malecón existen negocios como venta de comida preparadas, panadería, despensa, farmacias, ferretería entre otros.

### **1.7.2 Procedencia de la materia prima**

En la parroquia Posorja no existe actualmente personas que se dediquen a cosechar plantas de sábila, para la elaboración del shampoo se adquirirá la materia prima principal que es el cristal de la sábila desde una finca ubicada en la Península de Santa Elena, en una zona montañosa de colonche existe una corporación dedicada al cultivo y exportación de cristales de sábila.

Colonche line cultiva la sábila en tierras vírgenes sin ningún fertilizante para garantizar un crecimiento no acelerado de dicha planta exclusivamente de cultivos orgánicos que son debidamente inspeccionados y certificados, por eso se adquirirá mediante kilogramos envasados de esta corporación la materia prima para garantizar la calidad del producto elaborándolo con materia prima natural.

Desde la ciudad de Guayaquil se adquirirá los ingredientes tales como: texapón, copelan, capsulas vitamínicas, que son parte de la elaboración del producto, de laboratorios específicos que cuentan con registro sanitario debidamente certificados, así como también se adquirirán las botellas específicas para el envasado del producto para su producción.

### **1.7.3 Formas de organización colectiva.**

Dentro de las formas de organización colectiva para una empresa existen muchas pero las más comunes hoy en días son individuales o familiares, en este caso se

aportara una parte de capital, contratando otros factores adicionales buscando financiamiento de las diferentes instituciones bancarias que existen en la parroquia y sus alrededores para la respectiva adecuación del interior de la empresa.

Mediante esto se obtendría el excedente o beneficio de acuerdo a las producciones que se vayan realizando a lo largo del desarrollo de las actividades en la empresa.

Como empresa limitada permitirá una acumulación capitalista por los conocimientos empresariales que se tiene y obtener capacidad de crédito para seguir creciendo.

#### **1.7.4 Volumen de residuos.**

En este caso la materia prima (Cristal de sábila), se la adquirirá desde la Península de Santa Elena, el cual vendrá debidamente empaquetado y listo para ser utilizada en el proceso de elaboración del shampoo.

El manejo de los residuos dentro de la planta de proceso implica la planificación y cobertura de las actividades relacionadas desde la generación hasta la disposición final, incluyendo aspectos de movimiento de la materia prima, almacenamiento, recolección, transporte y tratamiento para evitar y minimizar la generación de residuos.

El área de proceso de elaboración del producto estará debidamente acondicionada para no causar algún tipo de olor al momento de manipular los diferentes ingredientes durante el proceso.

##### **1.7.4.1 Tipos de residuos.**

Los tipos de residuos que se puede captar en la elaboración del shampoo son:

### **Empaque de la materia prima.**

Envolturas de la materia prima para su protección durante el traslado.

### **Envases de laboratorios.**

Se adquieren al momento de la compra de los ingredientes restantes para la elaboración del shampoo.

### **Residuos reciclables.**

Contar con diferentes tipos de tanques para separar los diferentes residuos tales como: plástico, vidrio, cartón.

## **1.8 RECURSOS**

### **1.8.1 Recursos del área en estudio.**

Los recursos que se utilizarán en la empresa de elaboración de shampoo son:

-  Recursos Naturales.
-  Recursos Técnicos.
-  Recursos financieros.

#### **1.8.1.1 Clasificación de los recursos del área de estudio.**

##### **Recursos Naturales.**

Debido a que se posee tierra fértil en el Ecuador las condiciones para la cosecha de sábila no depende del clima ya que la siembra de la sábila se realiza en campo mediante trasplantes, y la amplitud de adaptación a diferentes climas y suelos.

##### **Recursos Técnicos.**

Para la elaboración de shampoo a base de sábila se contarán con los siguientes recursos:

- ✚ Materia Prima.
- ✚ Mano de Obra.
- ✚ Maquinarias.
- ✚ Tamaño de la empresa.

### **Recursos Financieros.**

Mediante préstamos realizados a las diferentes instituciones financieras a cinco años.

### **1.8.2 Industria del área de estudio.**

En los últimos años el mercado de shampoo se ha empleado y diversificado, ofreciendo a sus consumidores diferentes alternativas de aromas, tamaños y precios, es así que hace años atrás se limitaba a que los shampoo naturales eran solo basados a color y forma de envase, ahora podemos observar una gran variedad de opciones para el cuidado del cabello y que las mujeres opten por el gusto que más se ajuste a sus necesidades y que cumpla sus expectativas.

Es así que sedal para mantenerse líder en el mercado pasa dándole valor agregado a su producto, lanzando al mercado una gran variedad de tipos de elementos que ayudan a mantener el cabello sano como tratamiento capilar ofreciendo soluciones innovadores y de calidad que se adaptan a las necesidades de sus clientes la mayoría lo adquiere en supermercados.

El shampoo, mejora e incrementa la publicidad dentro de los supermercados ya que siendo esta tan reducida en ocasiones no es vista por los clientes pues, como ya se dijo, estas personas realizan la compra de manera muy rápida. Si bien este parece ser un factor poco importante debido a que los clientes suelen comprar el mismo tipo y marca de shampoo.

Como se mencionó en aquellas ocasiones en las que no encuentran el shampoo que normalmente usan compran otras marcas por lo que con una buena publicidad se incrementa la posibilidad de que estas personas seleccionen a Sabital.

Head &Shoulders es una marca que lidera en el mercado cubriendo un 63% del mismo, en la actualidad ha ido creciendo muy agresivamente incrementando su participación debido a la gran delicadeza que su producto presta al usar, cuidando los ojos y desoxidación del cabello este producto se encuentra posicionado para la clase media alta presentando un tratamiento anti-caspa.

### **1.8.3 Producto final.**

No se tiene competencia a nivel local con productos a base de sábila se identificó competencia en el mercado nacional, se podrá llevar a cabo una planificación eficaz de la mercadotecnia, es decir, establecer de manera constante la comparación de precios productos, promoción y plazas de distribución con nuestros competidores, identificar nuestras fortalezas y debilidades competitivas para establecer las medidas necesarias para atacar y defender el producto.

Para estimular a las clientas se utilizarán stands en los supermercados con impulsadoras que entregaran muestras gratis y en lugares de distracción más concurridos por mujeres con lo cual se estaría cubriendo la primera etapa del proceso de adopción del nuevo producto.

Cuando las mujeres realizan la compra de shampoo toman una serie de decisiones como un producto que ofrezca los mayores beneficios sin importar el precio del producto adoptando la marca ya sea que personas de confianza le haiga recomendado.

El shampoo a base de sábila de 250 ml está dirigido a todo tipo de persona que busca la diferencia en el cuidado de su cabello en control de caída, resequedad,

caspa, brillo y humectación, se pueden elaborar personas que tienen conocimientos de la elaboración de la misma ubicándose dentro de la parroquia Posorja.

## **1.9 LEGISLACIÓN**

### **1.9.1 Constitución de La República del Ecuador.**

#### **Sección Novena.**

#### **Personas usuarias y consumidoras.**

**Art. 52.-** “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”.

“La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor”.

#### **Fortalecer la economía popular y solidaria en las pequeñas y medianas empresas en la estructura productiva.**

Mediante este artículo se da a conocer lo acordado por la asamblea nacional aprobado en el 2008.

**Art. 10.-** “Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadena productiva vinculadas directa e indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos”.

### **1.9.2 Plan nacional del buen vivir.**

**(Naturaleza y ambiente). Artículo. 396.-** “El estado adoptara las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de deuda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptara medidas protectoras eficaces y oportunas”.

“La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicara también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas”.

#### **Análisis:**

El artículo 396 de la constitución de la República del Ecuador afirma que se darán medidas oportunas a quien cause y generar algún tipo de daño ambiental. La empresa “**Natural Sábila**” no cumplirá con este artículo ya que se caracteriza por ser una empresa que elabore producto con materia prima natural amigable con el medio ambiente, por este motivo es que no causa ningún tipo de daño a la naturaleza sino que al contrario contribuirá con ella.

**(Biodiversidad) Art. 401:** “Se declara al Ecuador libre de cultivo y semillas transgénicas. Excepcionalmente, y solo en caso de interés nacional debidamente fundamentado por la Presidencia de la República y aprobado por la Asamblea Nacional, se podrán introducir semillas y cultivos genéticamente modificados”.

“El Estado regula bajo estrictas normas de bioseguridad, el uso y el desarrollo de la biotecnología moderna y sus productos, así como su experimentación, uso y comercialización. Se prohíbe la aplicación de biotecnologías riesgosas o experimentales”.

**Análisis:**

Este artículo indica que dentro del país no se podrá utilizar semillas transgénicas, de manera contraria solo si estas son aprobadas por el presidente, pueden causar diferentes impactos en el medio ambiente.

La empresa “**Natural Sábila**” que se dedicara a la elaboración de shampoo a base de sábila, no se encuentra en riesgo de incumplir con este artículo especificado, ya que la materia prima que se utiliza en el proceso es natural (**Cristal de sábila**) el sembrío de sábila no utiliza fertilizantes y son tratadas para evitar que se contamine la producción de las plantaciones de dicha planta, para no alterar su por eso natural.

**1.9.3 Normativa regulatoria.**

(**Capítulo II Evaluacion Ambiental**). **Art. 25.**-“La Contraloría General del Estado podrá, en cualquier momento, auditar los procedimientos de realización y aprobación de los estudios y evaluaciones de impacto ambiental, determinando la validez y eficacia de éstos, de acuerdo con la Ley y su Reglamento Especial.

También lo hará respecto de la eficiencia, efectividad y economía de los planes de prevención, control y mitigación de impactos negativos de los proyectos, obras o actividades. Igualmente podrá contratar a personas naturales o jurídicas privadas para realizar los procesos de auditoría de estudios de impacto ambiental”.

(**Capítulo II Evaluacion Ambiental**). **Art. 26.**- “En las contrataciones que, conforme a esta Ley deban contar con estudios de impacto ambiental, los documentos precontractuales contendrán las especificaciones, parámetros, variables y características de esos estudios y establecerán la obligación de los contratistas de prevenir o mitigar los impactos ambientales”.

**(Capítulo II Evaluación Ambiental). Art. 27.-** “La Contraloría General del Estado vigilará el cumplimiento de los sistemas de control aplicados a través de los reglamentos, métodos e instructivos impartidos por las distintas instituciones del Estado, para hacer efectiva la auditoría ambiental”.

#### **1.9.4 Ley de causas ambientales.**

Para mantener la integridad de la empresa en los temas de impacto ambiental el proyecto estará sustentado por los artículos de la Ley de Gestión Ambiental.

**(Capítulo II Evaluación Ambiental).Art. 19.-** “Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio”.

**(Capítulo II Evaluación Ambiental)Art. 20.-**Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

**(Capítulo II Evaluación Ambiental)Art. 21.-** Los Sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos.

El Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente. Para poder medir los problemas de contaminación e impacto ambiental se tomarán en cuenta los elementos del entorno.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

**Méndez Carlos (2005)**, indica que; “La metodología utilizada se enmarca en el modelo propuesto por la línea de investigación y se aplica de manera particular en cada organización. Vale la pena destacar que esta se ha ido ajustando en un mejoramiento continuo, lo que en el tiempo ayudara a una mayor confiabilidad y aproximación en su objeto de estudio”. **pág.22**

Con este modelo arribara a la conclusión cierta acerca de los episodios de valiéndose de la observación y el trabajo practico para enfocarse a la realidad de la población, es importante la utilización de este método, se dedica a generar estrategias válida para incrementar dicho conocimientos.

En la presente investigación se planteó realizar de manera exploratoria o cualitativa, permitió identificar el problema de origen de los cuales fueron los factores que afectan el desarrollo de la parroquia Posorja, de igual forma por el conocimiento es explicativa al dar el resultado del porque de la investigación y de esta manera relacionarlas con las variables con el objetivo de conocer la estructura y factores que intervienen en el proceso ,también se puede decir que es descriptiva o cuantitativa por que se permite analizar e interpretar los diferentes elementos del problema.

Además, es necesario el estudio de algunos aspectos y variables del medio o entorno que tengan influencia sobre mi objeto de investigación como es el estudio de factibilidad, en un momento y lugar determinado por el tiempo determina para la realización del proyecto que me permitirá estudiar la realidad que dentro de este se presenten en cuanto a las posibles acciones realizadas por los consumidores dentro de un mercado meta.

## 2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

**Gómez Marcelo (2006)**, expresa: “Que el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee, es decir el plan de acción a seguir en el trabajo de campo”. **pàg.85.**

Con el conocimiento claro de esta definición me permitirá plantear el diseño para el desarrollo del procesamiento de mi proyecto de estudio de factibilidad para la creación de empresas de elaboración de shampoo a base de sábila y así tener éxito.

Se analizará acontecimientos ya existentes no se harán cambios de variables, solo se identificarán las necesidades y los problemas que en este proyecto basándose en información presente, mediante métodos de investigación.

Como lo son la encuesta, cuestionarios, entrevistas y observación, ya que el tema a investigar es el Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de shampoo a base de sábila, identificando todas las características referentes al mercado, como sus necesidades, costumbres, estado socioeconómico y cultural.

Se comprobará la hipótesis planteada, que la empresa dedicada a la elaboración de shampoo a base de sábila es un medio de desarrollo económico de mejora y aumento de nivel de actividad industrial y empleo.

## 2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

**Hurtado de B. (2000)**, sostiene en base a la modalidad, “Se introducen dos grandes fases de estudio: en la primera de ellas inicialmente se desarrolla un diagnóstico de la situación existente en la realidad, objeto de estudio, en cuanto a clima de entorno, a través de la redacción de información recolectada directamente de los sujetos de estudio.” **pág. 84.**

La modalidad del presente trabajo de investigación consiste en el diagnóstico de la situación en la que se encuentra el entorno externo de posibles consumidores de productos nuevos, es por eso que se encuentran dentro de los encuestados los datos.

El método que se utilizara para llevar a cabo este proyecto son cuantitativos del cual se aplicara las técnicas como: estadísticas, encuestas, inventarios e informes de estudios realizados en el área.

## **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

(Ernesto, 2005) Refiere, “Cuando se va a resolver un problema en forma científica es conveniente tener conocimiento de los tipos de investigación que se pueden seguir”. **pàg.23**

Los diferentes tipos de investigación me permiten medir la información recolectada para luego ser analizadas e interpretadas sistemáticamente de acuerdo a las características del fenómeno estudiado con base en la realidad del escenario planteado.

Consiguiendo de tal manera una información verídica para desarrollar de mejor manera los resultados positivos que se quiere obtener.

### **2.3.1 Por el Propósito.**

Esta comprende la investigación aplicada, con la finalidad primordial de la resolución de problemas prácticos inmediatos y puede ser básica y aplicada.

La investigación básica también llamada Teórica, pura o dogmática se caracteriza porque parte del marco teórico permanece en ella, y su finalidad es formular nuevas teorías o bien modificar teorías existentes.

Se considera además que al tener los objetivos planificados en esa misma medida se podrían seleccionar las estrategias validas para poder los, durante todo el desarrollo de la investigación en cada una de las fases.

### **2.3.2 Por el Nivel.**

Para tener un impacto del comportamiento de los involucrados se transcriben los datos teniendo como resultado una investigación descriptiva que consiste en tener conocimiento de las principales situaciones, actitudes y costumbres culturales que predominan a través de una descripción exacta en actividades y procesos.

La recolección de datos no limita la meta, tanto así que la identificación entre dos o más variables, para el proyecto de estudio de factibilidad de la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila.

En la investigación no se tabula datos, sino que se recogen basados en la hipótesis a su vez exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa para poder ser analizada y obtener resultados claros, para que contribuyan de manera positiva con el proyecto.

### **2.3.3 Por el Lugar.**

El proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, se la considera de campo porque los datos o información acerca de las tendencias de consumo de este tipo de productos como es el shampoo serán recolectadas directamente de los posibles clientes.

#### **2.3.3.1 Investigación de campo.**

Para este tipo de investigación se cito al siguiente autor dejando en claro el concepto;

**(Marquez M. , 2000).** Señala; “La investigación de campo es aquella que se realiza en el propio lugar en donde se desarrollan los acontecimientos”. **pàg.41**

Mediante esta la investigación se obtiene los datos de interés reales de forma directa, con el propósito de describirlos y ser interpretados para entender los factores que contribuyen explicando las causas y efecto que tendrá la implementación de dicho proyecto, haciendo uso de los métodos para romper paradigmas.

### **2.3.3.2 Investigación Bibliográfica.**

**(Guevara, 2008).** Lo define: “Consiste primordialmente en la presentación selectiva de los expertos ya han dicho o escrito sobre un tema determinado. Su preparación requiere que este reúna, interprete, evalúe y reporte datos e ideas en forma imparcial honesta y clara”. **pàg.36**

El concepto implica que la investigación bibliográfica es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información lo que da como resultado diferentes tipos de trabajo.

## **2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

**(Bernal, 2008).** Lo define como: “El método científico se entiende como el conjunto de postulados, reglas y normas para el estudio y la solución de los problemas de investigación. Por otro lado el método tiene que ver con la metodología entendida como el conjunto de aspectos operativos del proceso investigativo”. **pág. 55.**

En el presente estudio está dirigido a modelar el objetivo mediante la determinación de los componentes además se utilizara el método inductivo puesto

que partirá de la observación hasta llegar a la generalización, para conseguir los objetivos propuestos en la investigación se necesitara recolectar información de fuentes primarias mediante encuestas, de esta manera se realizara las encuestas a la población.

Además se buscara recolectar información de fuentes secundarias para colaborar los resultados que arrojaran las encuestas.

#### **2.4.1 Método analítico.**

(**Stanley C.** ). Señala “Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objetivo de estudiarlas y examinarlas por separados, para ver por ejemplo las relaciones entre las mismas. Estas operaciones no existen independientes un de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez la síntesis se produce.”

Porque vamos analizar y detallar el grado de factibilidad que existe para crear una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja mediante el análisis de la información de tablas estadísticas y de gráficos.

#### **2.4.2 Método inductivo.**

(**Bernal, 2008**). Lo define como: “El método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como validos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general.”. **pág.59.**

Para este método es necesario un estudio individual de las funciones que se realiza a cada cliente real y potencial, su comportamiento, y la competencia directa e indirecta. Además fuentes secundarias de este estudio provendrán de la información recopilada de proyectos anteriores y consultas a páginas Web.

Con este método podremos recopilar y presentar sistemáticamente los datos que obtengamos de las encuestas realizadas a personas tomadas para el proyecto, las cuales deben de caracterizarse por el consumo de shampoo para el cuidado del cabello.

### **2.4.3 Método histórico lógico.**

(Stanley C. ). Señala que; “Consiste en inferir de la semejanza de algunas características entre dos objetos, la probabilidad de que las características restantes sean también semejantes y están vinculados al conocimiento de las distintas etapas de los objetivos en su sucesión cronológica”

El método histórico-lógico está relacionado con los acontecimientos reales en la trayectoria del proceso para cursar de una etapa o período. Lo lógico se ocupa de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo del fenómeno, estudia su esencia.

Lo lógico y lo histórico mutuamente se vinculan para poder descubrir las leyes fundamentales de los fenómenos, el método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico, de manera que no constituya solo con un razonamiento especulativo. De igual modo lo histórico no debe limitarse sólo a la simple descripción de los hechos, sino también debe descubrir la lógica objetiva del desarrollo histórico del objeto de investigación.

## **2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

(Abril & Abril, 2006). Indica que: “Las técnicas constituyen un conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Las técnicas para la información recolectada dentro de la provincia de Santa Elena fueron la encuesta y la entrevista”. **Pág. 60.**

Es de vital importancia para mi tipo de investigación y las principales que se utilizaran son la observación, entrevista y encuesta con sus respectivos instrumentos.

### **2.5.1 Observación**

**(Bravo, 2007)**, define “La inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”**Pág. 67.**

Con este método se realizara un estudio de si existen empresas dedicada a la elaboración shampoo a base de sábila dentro de la parroquia Posorja y que ventajas y desventajas habría si existiera.

El procedimiento estadístico de la información que se va a utilizar es por medio del programa de Excel donde se creara una base de datos, en la cual será procesada y analizada para obtener el conteo y los resultados de la encuesta el cual me permitirá realizar de manera más fácil la representación gráfica por medio de pasteles, barras o líneas.

### **2.5.2 La Entrevista.**

**(Elena, 2009)**, lo define:“Son encuentros con personas para recoger información relativa a sus comportamientos, opiniones y actitudes”**Pàg.59.**

Consiste en la comunicación establecida con la comunidad que se determina para la encuesta con el fin de obtener respuesta verbal a las interrogantes que se plantearan en ese momento.

### **2.5.3 La Encuesta.**

(Elena, 2009). Indica que: “Es un conjunto articulado y coherente de preguntas que se formulan a las personas sobre la base de un cuestionario. Se puede utilizar por correo, frente a frente, en la calle en establecimientos comerciales o en el domicilio de las personas, y también a través del teléfono”. **Pág.59.**

Esta técnica se aplicara a través de las preguntas bien estructuradas la cual servirán para recolectar datos referentes a preferencias, costumbres, nivel de ingreso, exigencias y demás elementos que se relacionan con el posible cliente y el producto.

## **2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**Solana (1991)**, sostiene “Que se divide las fuentes de información de acuerdo a la relación directa con el tema investigado siendo, según su concepto, primarias aquellas donde se contiene la información.”

Estos instrumentos son necesarios para recopilar información dentro de la población y sus alrededores por medio de cámara fotográfica, fichas y filmadoras para dar credibilidad al proyecto, deben ser validos y confiables, de lo contrario no se podrá basar en los resultados exactos para determinar cómo es la producción del producto y consumo masivo en cuanto a beneficios y calidad.

### **2.6.1 Registro de observación.**

**Bernal (2010)**. Señala “Son aquellos tipos de registros de información obtenida mediante la observación, los más utilizados en el medio serian, lista de control, escalas de evaluación, tarjetas de puntuación”

Mediante este instrumento se obtendrá una lista de características de los diferentes lugares si existirá competencia para el producto, también los beneficios que buscan los clientes al momento de consumir un shampoo, las fotografías captadas determinaran el lugar de ubicación de la planta de elaboración del producto.

### **2.6.2 Guión de entrevista.**

**Bernal (2010)**, lo define como, “El empleo de la guía suele asociarse a enfoques y diseño de investigación cuantitativa esta es una técnica de recogida de datos puede prestar un importante servicio en la investigación”.

Se realizaran a personas profesionales en el ámbito de elaboración de shampoo obteniendo información verídica sobre ingredientes y envases a utilizar para laventa. Mediante la charla con los profesionales en este caso sería la doctora encargada de impartir un modulo de producto químicos de la cual se tomo la idea.

### **2.6.3 El cuestionario.**

El cuestionario estará conformado por preguntas categorizadas dado que ofrecerá riqueza técnica más amplia para la investigación. Estas preguntas están estructuradas y enfocadas, que se contestaran generalmente con lápiz por ser el instrumento más utilizado, se podrá recolectar información sobre una o más variables para estandarizar y facilitar su aplicación en cuadros detallados.

Debe redactarse una presentación inicial que justifique la importancia de obtener la información requería también es indispensable garantizar la privacidad de los datos suministrados de manera estadística para tener una noción clara de lo que se quiere determinar en cada una de las preguntas del cuestionario.

## 2.7 POBLACIÓN

(Paredes, 2011), Define que, “La población o universo es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de investigación”. **pág.33**

CUADRO # 5 Número de habitantes

Total de habitantes	Total de hogares	Promedio de personas x hogar
24.136	6.363	4,50

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera

En la parroquia Posorja, Provincia del Guayas, mediante un sondeo se determinó que no existe ninguna empresa que se dedique a la elaboración de shampoo a base de sábila, pese a que hoy en día no sólo se comercializa este producto en centros naturistas sino que también la realizan las diferentes farmacias pero al por menor.

Si se logra vender a precios mucho más económicos o por lo menos al precio de los productos tradicionales existentes en el mercado estaría dirigido para el estrato social económico medio y bajo.

Con datos obtenidos del INEC se determinó el total de la población de la parroquia Posorja 24.136 de esta se estratifico por medio de familias que componen la parroquia determinando 6.363 donde se puedan comercializar el producto en la población y sus alrededores.

## 2.8 MUESTRA

(Paredes, 2011). La define: “La muestra descansa en que una parte de la población representa al todo y por lo tanto refleja en cierta medida las características que definen la población de la cual fue extraída. Pág.34.

De acuerdo a la estratificación de la población en número de familias se determinó la cantidad de 6.363.

Para el cálculo del tamaño de muestra se utilizara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

Donde:

**N** = universo (6.363).

**p** = posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis.

**q** = posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis.

**n** = tamaño de muestra.

**K** = 2.

**e** = error admisible.

$$n = \frac{6.363 (0,5)(0,5)}{(6.363 - 1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1591}{(6362)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{1591}{4,2263}$$

$$n = 376$$

GRÁFICO #2. Determinación de la Muestra

N:

k:

e: %

p:

q:

n:  es el tamaño de la muestra

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

Se deberá realizar 376 encuestas para determinar y analizar el nivel de confianza que se obtendrá para la adquisiciones del producto dentro del mercado meta .Entre ellos se tomó en cuenta la población y diferentes comerciales de la parroquia Posorja.

## 2. 9 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Es cada una de los pasos que se deben tomar en cuenta para la realización del proyecto teniendo un informe claro y conciso en la presentación del estudio de factibilidad para la elaboración de shampoo a base de sábila.

Además reflejan en los ítems las actividades detalladas que se realizarán en el transcurso de la investigación de campo, como datos que se tomarán para análisis mediante las entrevistas y encuestas interpretándolas de acuerdo a sus porcentajes correspondientes.

1. Recolección de los datos de la investigación.
2. Revisión bibliográfica para la creación de empresas.
3. Selección del tema.
4. Planteamiento del problema.
5. Justificación del tema.

6. Determinación de objetivos.
7. Elaboración del cuadro de Operacionalización de las variables.
8. Revisión bibliográfica.
9. Analizar e interpretar los datos obtenidos.
10. Análisis de las condiciones de la competición.
11. Ejecución de encuestas y entrevistas a mujeres de la población y sus alrededores.
12. Aplicación de fichas de observación para medir el desenvolvimiento laboral.
13. Formulación de la propuesta.
14. Redacción de capítulo I, II, III, IV.
15. Preparación y redacción del informe final.

## **2.10 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Al terminar la recolección de datos a través de los cuestionarios, comienza un procedimiento esencial para toda investigación, referida a la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación.

1. Clasificación de la información por clientes internos y externos.
2. Tabulación de los datos obtenidos.
3. Análisis de los datos.
4. Elaboración de la propuesta de diseño.
5. Correcciones sobre la propuesta planteada.
6. Presentación del borrador al profesor y/o tutor.
7. Corrección de lenguajes realizados por el gramatologo.
8. Presentación del proyecto de tesis al especialista del tema.
9. Elaboración del informe final.
10. Presentación de la tesis de grado al consejo académico.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **3.1 Análisis de los resultados de la entrevistas.**

Mediante la distribución de pequeña cantidad de shampoo “**Natural Sábila**” a dueños de despensas, tiendas y consumidoras respondieron las siguientes preguntas:

##### **1.- ¿Que les pareció el aroma?**

Muy suave y agradable para que permanezca en el cabello.

##### **2.-¿Que atributos buscan en un shampoo?**

Que combatan la caída del pelo, le den volumen y brillo.

##### **¿Por que usan esa marca de shampoo?**

Tiene bonita presentación y es el más vendido.

##### **¿En qué medio de comunicación aprecia con frecuencia la publicidad sobre shampoo?**

En la televisión y vallas publicitarias.

##### **¿Consideran el precio un factor importante?**

Sí, pero cuando se trata de calidad y beneficios no importa el precio.

##### **¿Dónde acostumbra a comprar el shampoo actualmente?**

En el supermercado porque se puede apreciar mejor las marcas y precios.

##### **¿Compraría un shampoo de un menor precio que el shampoo que consume?**

Si tiene buenos beneficios para mi cabello.

### 3.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Se realizó encuesta personalizada a los diferentes propietarios de tiendas y centro comerciales como también a los habitantes de la parroquia y sus alrededores.

Los gráficos a continuación muestran los resultados de las tabulaciones, donde se indican las diferentes respuestas y opiniones entre los encuestados.

1.- ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios que brinda la sábila para el cuidado del cabello?

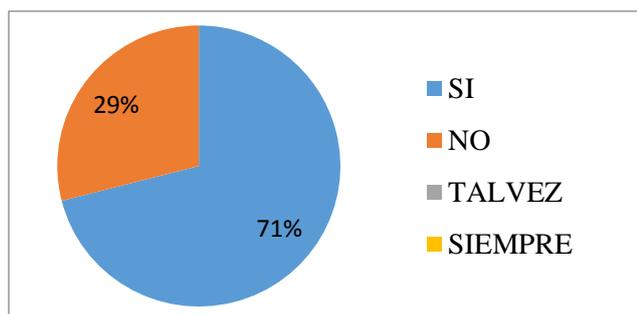
CUADRO #6 Conocimiento sobre los beneficios de la sábila

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
<b>1</b>	Si	267	71%
	No	109	29%
	Talvez	0	0%
	Siempre	0	0%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Beneficios de la sábila.

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

GRÁFICO 3. Conocimiento sobre los beneficios de la sábila



Fuente: Beneficios de la sábila.

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

#### Análisis:

De acuerdo a los resultados, se obtuvo como finalidad el nivel de conocimiento el cual constan las personas sobre los beneficios que brinda la sábila para el cuidado del cabello, la mayor parte de encuestados acepto tener conocimiento mientras que hubo personas que no conocía los beneficios, a manera que se iba entrevistando se les brindaba información sobre el producto.

2.- ¿Es de fácil acceso adquirir shampoo natural dentro de la parroquia Posorja?

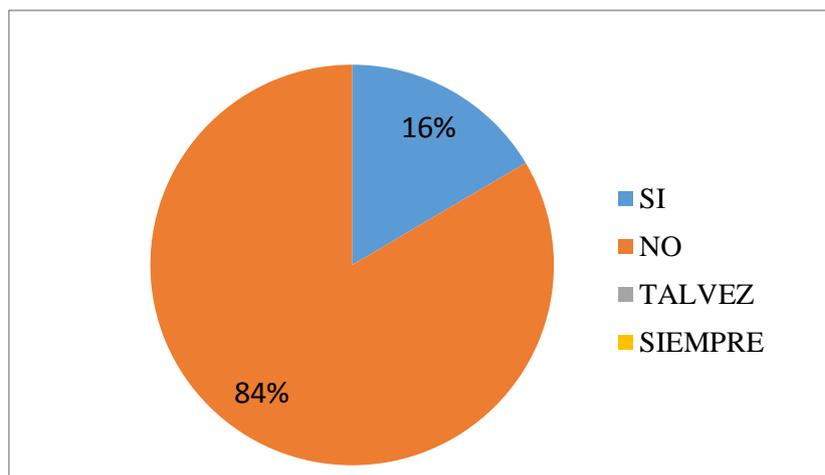
CUADRO #7 Adquisición de producto natural

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
2	Si	62	16%
	No	314	84%
	Talvez	-	0%
	Siempre	-	0%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Adquisición de producto natural.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 4. Adquisición de producto natural



Fuente: Adquisición de producto natural.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

En la parroquia para los consumidores de shampoo no es fácil adquirir un producto natural, ya que un pequeño porcentaje asegura que adquieren shampoo de sábila por medio de catálogos que ofrecen productos naturales y la mayoría de encuestados dicen no consumir productos naturales para el cuidado del cabello.

### 3.- ¿Qué factores considera al momento de realizar la compra de un shampoo?

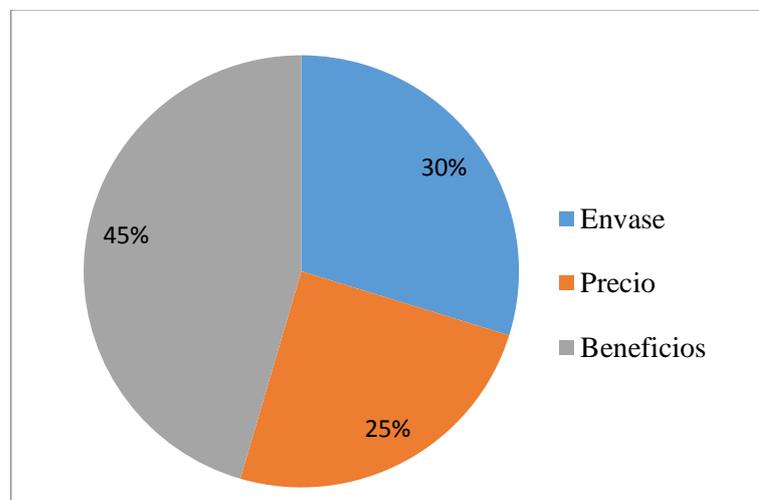
CUADRO #8 Factores de compra

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
<b>3</b>	Envase	112	30%
	Precio	93	25%
	Beneficios	171	45%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Factores de compra.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 5. Factores de compra



Fuente: Factores de compra.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

#### Análisis:

En cuanto a factores de compra de shampoo, los encuestados consideran como factor muy importante a los beneficios que estos brindan para el cuidado del cabello y una vez utilizado puede comprobar los resultados es por eso que el nuevo shampoo tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los consumidores.

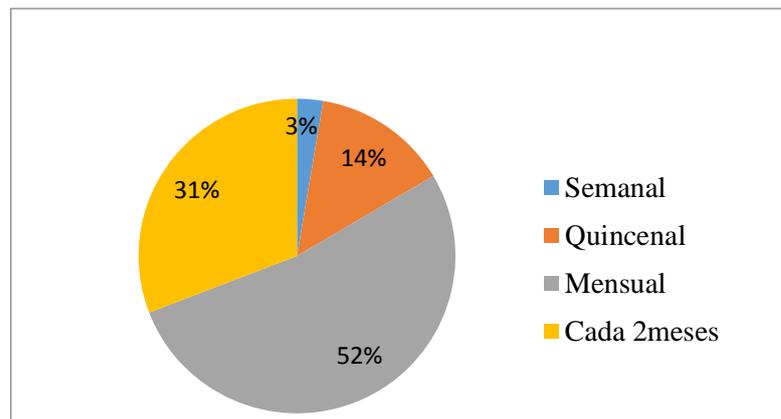
4- ¿Con que frecuencia compra y utiliza habitualmente el shampoo?

CUADRO #9 Consumo de shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
4	Semanal	10	3%
	Quincenal	52	14%
	Mensual	198	53%
	Cada 2meses	116	31%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consumo de shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO6. Consumo de shampoo



Fuente: Consumo de shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

Mediante la tabulación de datos se determinó el consumo mensual en shampoo por parte de las personas encuestadas, las personas que consumen individualmente su shampoo lo adquieren de manera semanal, mientras que un menor porcentaje de los encuestados realizan su consumo quincenal y otros lo realizan cada 2 meses por que lo adquieren en catálogos.

5.- ¿Qué marcas de shampoo como los mencionados suele comprar con mayor frecuencia?

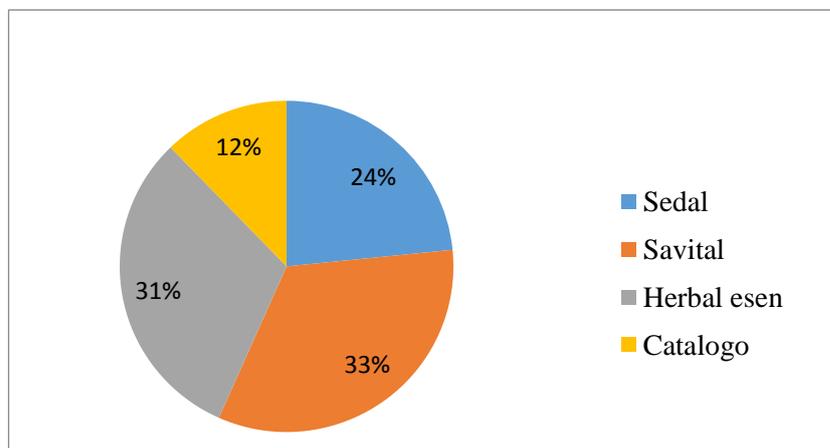
CUADRO #10 Marcas de shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
5	Sedal	48	13%
	Savital	125	33%
	Herbal esences	116	31%
	Catalogo	87	23%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Marcas de shampoo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 7. Marcas de shampoo



Fuente: Marcas de shampoo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

### Análisis:

Existe una serie de marcas en el mercado, las mismas que han sido mencionadas por el encuestado. Entre las marcas más reconocidas en el mercado local se puede destacar a Savital por su presentación en Sachet, seguido de la marca herbal essences por su beneficio para combatir la caspa, además de Sedal por su línea de producto para el cabello y por ultimo en menor porcentaje esta la compra de shampoo por catálogo en difícil adquisición.

## 6.- ¿Dónde adquiere usted su shampoo?

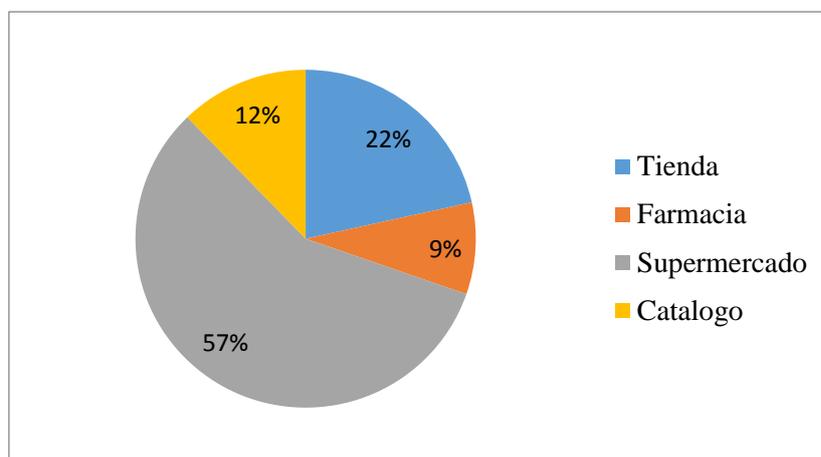
CUADRO #11 Lugar donde adquiere el shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
6	Tienda	81	22%
	Farmacia	33	9%
	Supermercado	216	57%
	Catalogo	46	12%
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Fuente: Adquisición de shampoo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO8. Lugar donde adquiere el shampoo



Fuente: Adquisición de shampoo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

### Análisis:

En cuanto a los lugares de adquisición del producto, los datos reflejaron un porcentaje elevado a la preferencia que han ganado los supermercados, ya que los consumidores opinaron que es importante que el producto se encuentre en estos lugares de mayor concurrencia, luego en las tiendas, seguido de las cadenas de farmacia, otra opción fue mediante la venta a través de catálogos como Avon o Cyzone.

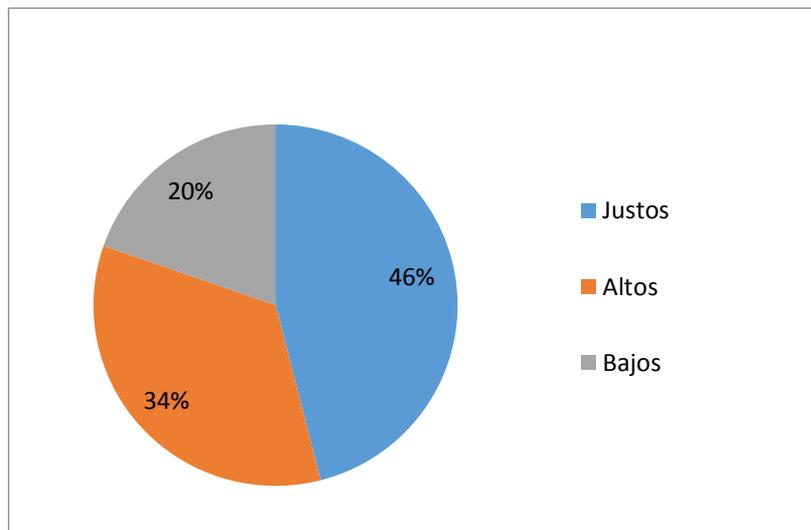
7.- ¿Cómo usted considera el precio de shampoo que ofrecen actualmente en el mercado?

CUADRO #12 Precio del Shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
7	Justo	173	46%
	Alto	129	34%
	Bajo	74	20%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Precio del shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 9. Precio de shampoo



Fuente: Precio de shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

Actualmente en el mercado ofrecen todo tipo de shampoo en diferentes marcas y precios, que en su mayoría están al alcance de los bolsillos de los consumidores, del cual para ellos sus precios son justos debido a los beneficios que tienen para el cuidado del cabello.

**8.- ¿A qué precio compra el shampoo actualmente?**

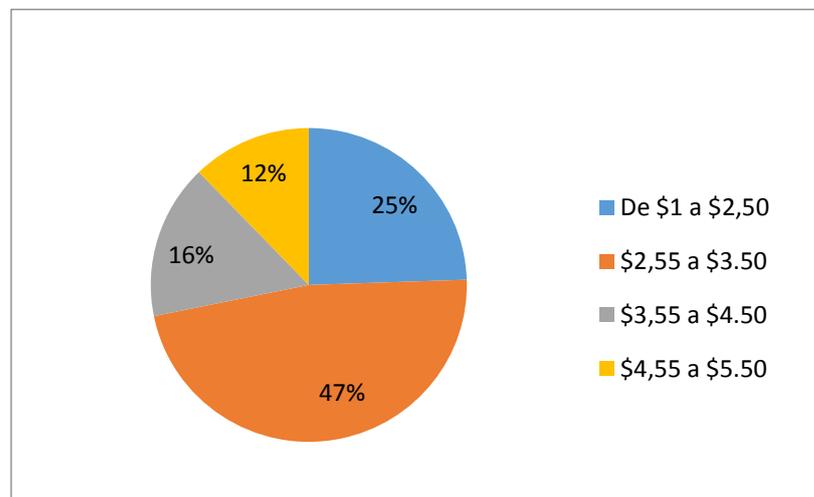
**CUADRO # 13** Precio de compra (shampoo 250 ml)

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
<b>8</b>	De \$1 a \$2,50	92	24%
	De \$2,55 a \$3.50	178	47%
	De \$3,55 a \$4.50	60	16%
	De \$4,55 a \$5.50	46	12%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Precio de compra.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**GRÁFICO 10.** Precio de compra



**Fuente:** Precio de compra.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

En relación al precio, estos varían de acuerdo a la cantidad y marca del producto, según los resultados obtenidos en la encuesta la mayoría de persona paga entre \$2,55 a \$3,50 por la compra de un shampoo de una marca determina por presentar su producto individual con ceraminas y queratina.

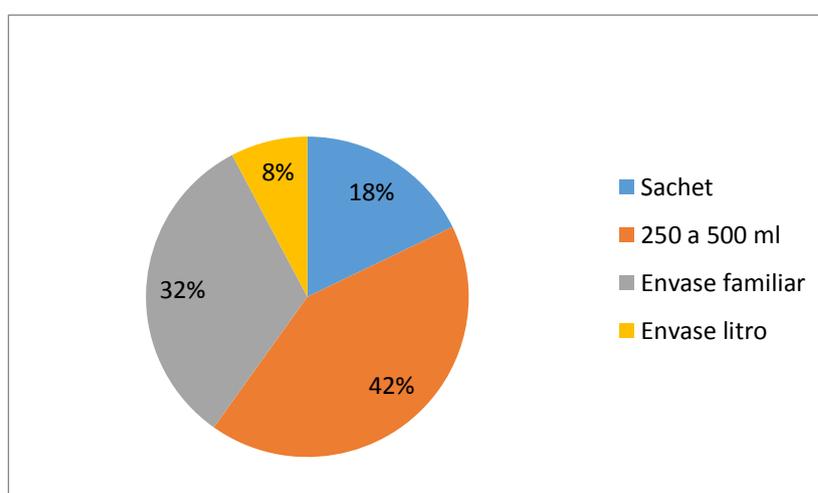
## 9.- ¿Qué presentación prefiere para la apreciación de un shampoo?

CUADRO #14 Presentación del shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
9	Sachet	67	18%
	250 a 500 ml	158	42%
	Envase familiar	122	32%
	Envase litro	29	8%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Presentación del shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 11. Presentación del shampoo



Fuente: Presentación del shampoo.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

### Análisis:

La presentación del shampoo para los encuestados, es de vital importancia ya que es uno de los factores para incentivar en la compra del producto, en este caso la cantidad mayor de compra de los productos es en envase de 250 a 500 ml por ser presentación individual, aunque también un porcentaje menor de los encuestados son quienes adquieren en presentación de envase familiar.

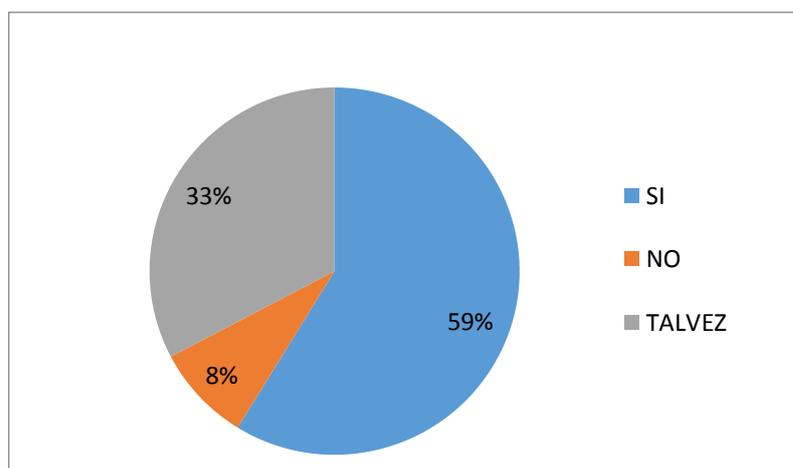
**10.- ¿Considera que los productos naturales son beneficiosos para la salud?**

CUADRO #15 Consideración de productos naturales

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
10	Si	221	59%
	No	32	8%
	Talvez	123	33%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consideración de productos naturales.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 12. Consideración de productos naturales



Fuente: Consideración de productos naturales.  
Elaborado por: Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

En cuanto a la consideración de productos naturales los encuestados prefieren utilizar este tipo de productos por qué no contiene mucho químicos, por el cual, un porcentaje mayor asegura que son beneficiosos para la salud pero sin embargo no son distribuidos en la parroquia regularmente, que un porcentaje menor piensa que no es beneficioso.

**11.- ¿Considera que en los procesos de producción de shampoo se debe aplicar estándares de calidad?**

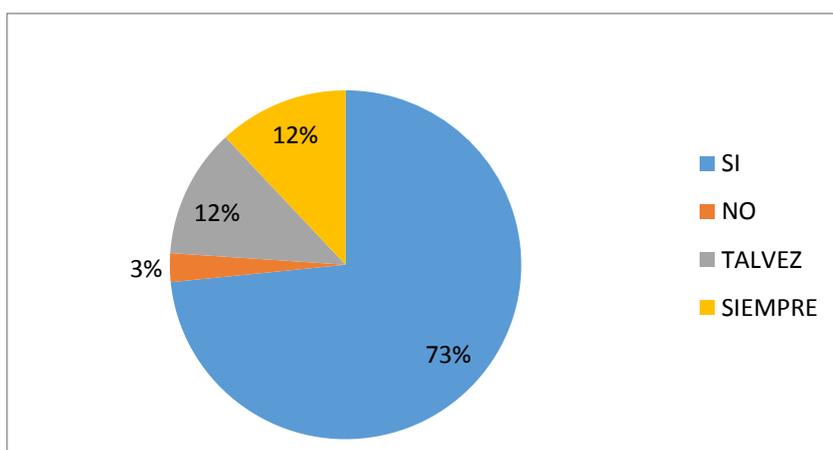
**CUADRO #16**Aplicar estándares de calidad

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
<b>11</b>	Si	276	73%
	No	10	3%
	Talvez	45	12%
	Siempre	45	12%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Aplicar estándares de calidad.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**GRÁFICO13.**Aplicar estándares de calidad



**Fuente:**Aplicar estándares de calidad.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados creen necesario que los productos deben ser garantizados y que cuenten con estándares de calidad para obtener mayor beneficios al utilizarlos, sin la necesidad de usar cualquier tipo de químico al momento de la elaboración.

**12.- ¿Está de acuerdo que exista una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja?**

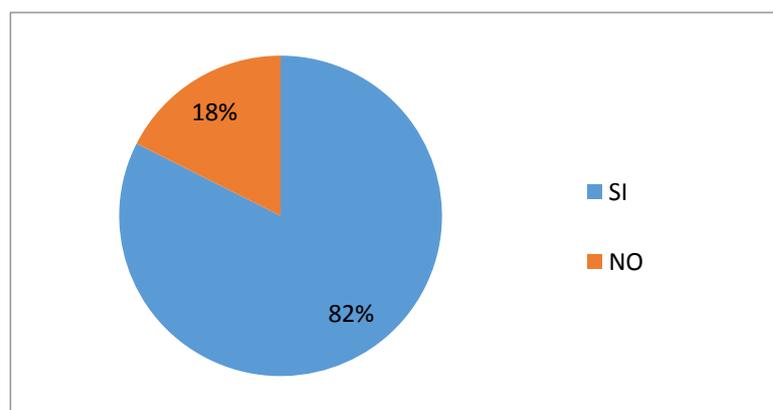
**CUADRO #17**Existencia de una empresa de shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
12	SI	310	82%
	NO	66	18%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Existencia de una empresa de shampoo.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**GRÁFICO 14.**Existencia de una empresa de shampoo



**Fuente:**Existencia de una empresa de shampoo.

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

**Análisis:**

Los encuestados están de acuerdo que exista dentro de la parroquia una empresa diferente, ya que fomentaría fuentes de empleo para los pobladores, es por eso que según los datos obtenidos de la encuestas el proyecto es aceptable para la población.

13.- ¿La creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila reducirá el desempleo de la parroquia?

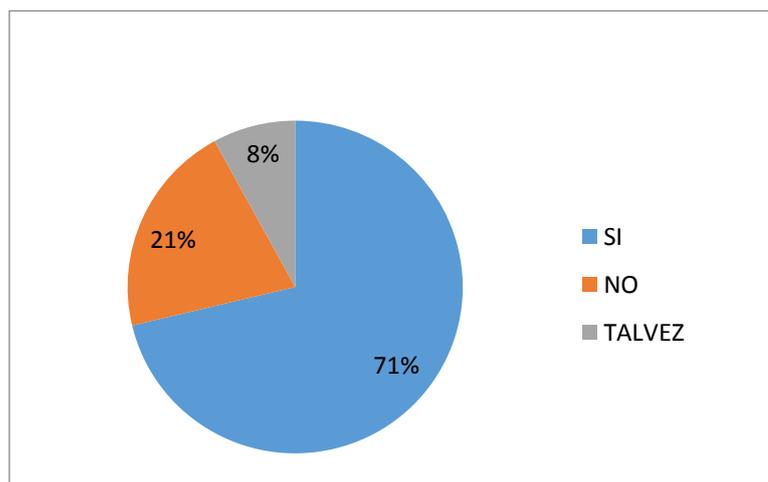
CUADRO #18Reducirá desempleo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
13	SI	268	71%
	NO	78	21%
	TALVEZ	30	8%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente:Reducirá desempleo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

GRÁFICO 15.Se reducirá desempleo



Fuente:Reducirá desempleo.

Elaborado por: Andrea BaqueVera.

### Análisis:

La mayoría de los encuestados, opinan que mediante la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, se reducida el desempleo, ya que es, una manera diferente de trabajo.

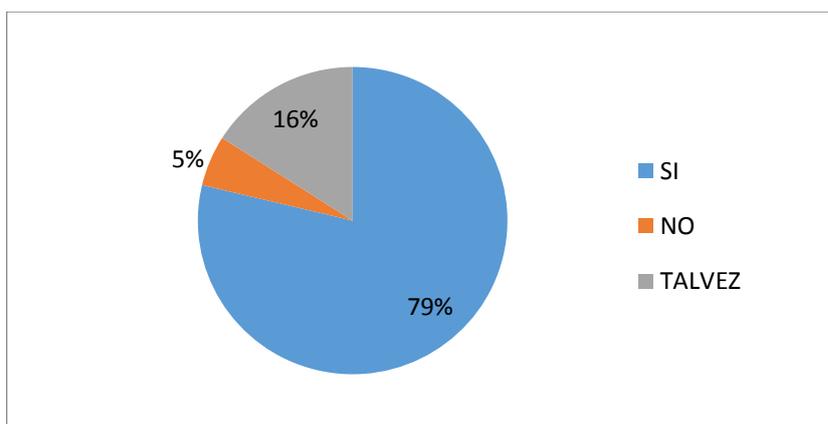
14.- ¿Le interesaría cambiar el shampoo que usa actualmente por un producto natural?

CUADRO #19 Interés en cambiar el shampoo

Ítems	Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
14	SI	296	79%
	NO	20	5%
	TALVEZ	60	16%
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Interés en cambia el shampoo.  
Elaborado por: Andrea Baque Vera.

GRÁFICO16. Interés en cambiar el shampoo



Fuente: Interés en cambia el shampoo.  
Elaborado por: Andrea Baque Vera.

### Análisis:

Mediante la tabulación de los datos obtenidos se prevee determinar la aceptación del producto, por el cual los encuestados aseguran tener interés en cambiar el shampoo que utilizar actualmente, por “Natural Sábila” producto elaborado con materia prima natural sin químicos, que tiene beneficios para el cuidado del cabello.

### 3.3 CONCLUSIONES

- ✚ De acuerdo a las investigaciones obtenidas en la encuesta realizada al mercado meta, se concluye que el producto shampoo “Natural Sábila” puede ingresar al mercado con un muy buen nivel de aceptación en relación con sus competidores.
- ✚ A los habitantes y dueños de negocios encuestados, les intereso la propuesta sobre el estudio de factibilidad para una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila.
- ✚ Los líderes del mercado en shampoo de sábila, y que cuentan, por lo tanto, un mayor nivel de aceptación son Sedal y Savital, los cuales ya se encuentran posicionados en el mercado.
- ✚ Debido a su calidad y trayectoria han conseguido la fidelidad de muchos consumidores pero existe un porcentaje mayor del mercado que se encuentra probando diferentes marcas y precios, es en este espacio donde el shampoo “Natural Sábila” puede llegar a ubicarse y ganar preferencia entre los compradores.
- ✚ El principal beneficio y ventaja con la que cuenta el shampoo “Natural Sábila” es la novedad de su etiqueta y aroma, ventaja que se puede aprovechar y posicionar entre las marcas de shampoo que existen en el mercado.
- ✚ Los compradores de shampoo consideran los precios de los mencionados productos como justos y una proporción menor, pero no menos numerosa considera que los precios son bajos, lo que da la pauta de que el margen de precios de este tipo de productos en el mercado tiene aceptación entre sus compradores y consumidores.

### 3.4 RECOMENDACIONES

- ✚ El estudio de factibilidad para la creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila también es un proyecto socialmente factible por la generación de empleos y de muchos beneficios sociales por lo cual permite ser implementada.
- ✚ La sábila siendo un producto medicinal como beneficioso para el cuidado del cabello se convierte en una alternativa viable como materia prima para la elaboración de shampoo y ser adquirida por un precio que se ajuste a la economía de la población.
- ✚ Al ser este shampoo un producto nuevo en el mercado local, se recomienda implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto al consumidor objetivo, tal que se cumpla con los objetivos de venta planteados y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto.
- ✚ Se recomienda implementar el proyecto presentando una estrategia de enfoque diferenciándose de la competencia satisfaciendo la necesidad del consumidor que se preocupa por el cuidado y lavado de su cabello.
- ✚ Al dar a conocer las ventajas y beneficios que brinda el shampoo a base de sábila, se tiene previsto aumentar las ventas por los beneficios que brinda la sábila comocurativas y vitamínicas, para la cual se necesitaría de estrategias claras para el lanzamiento del producto.
- ✚ Se recomienda realizar el estudio de factibilidad para adquirir conocimientos acerca de este proyecto para tener una visión completa, tanto interna como externa de lo que va a adquirir la empresa.

## CAPÍTULO IV

### “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”

#### 4.1 Presentación.

A continuación se detalla cada uno de los componentes de acuerdo a su orden:

- ✚ Estudio Legal.
- ✚ Estudio de mercado.
- ✚ Estudio técnico.
- ✚ Estructura organizativa.
- ✚ Estudio financiero.
- ✚ Estudio Socio-Económico.
- ✚ Estudio de impacto ambiental.

##### 4.1.1 Estudio legal.

Este estudio debe adelantarse en las etapas de iniciarse de la formulación, la empresa por ser una compañía anónima se debe constituir con lineamientos que rigen en la superintendencia de compañías, puede aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Mediante la escritura que señale la constitución determina que una compañía o empresa se establecerá con un capital, la superintendencia de compañías determina un monto de (\$800,00) que deben ser presentados en dólares americanos.

## **4.2 Constitución de la empresa.**

Podrá desarrollar cualquier actividad por ley para realizar actos de comercio toda persona natural, mediante la creación de una empresa para su desarrollo así como también la contratación de personal para manipular maquinaria en proceso de producción, en comercialización y seguros.

Para constituir una empresa es necesario contar con muchos aspectos fundamentales que son de vital importancia como la parte técnica y administrativa respetando lineamientos legales como los que establece la legislación ecuatoriana, tomando en cuenta los permisos para su debido funcionamiento dados por las respectivas autoridades locales.

### **Registro Único del Contribuyente (RUC).**

El Registro Único de Contribuyente, identifica a los ciudadanos frente a la Administración tributaria que debe contar, cuya función es registrar a los contribuyentes con fines impositivos información a la administración tributaria.

-  Inscripción en la Superintendencia de Compañía.
-  Inscripción en el Registro Mercantil.
-  Obtención del RUC.
-  Permiso de Funcionamiento de la Tenencia política.
-  Permiso del Departamento Ambiental del Municipio.
-  Permiso de Cuerpo de Bomberos.
-  Permiso de Sanidad de Ministerio de salud.

### **1. Solicitud de Aprobación.**

La presentación a la Superintendencia de Compañías o a su respectivo delegado hacer llegar copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a

las que de adjuntara la solicitud, suscrita por abogado, requerido la aprobación del Contrato Constitutivo (artículo de la ley de compañía)

## **2. El Objetivo Social:**

La compañía anónima podrá tener como finalidad de la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operación es mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de Banco, segura capitalización de ahorro(artículo de la ley de compañía)

## **3. Número de Accionistas.**

La Compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el **Art. 147**(artículo de la ley de compañía), sustituido por el Artículo 68 de la Ley de empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La Compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

### **Permiso de Superintendencia de compañía.**

Una vez aprobada la Compañía Anónima, la superintendencia de Compañías entregará y ordenará la publicación de un extracto de la escritura de constitución por una sola vez en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía. El extracto contendrá:

-  Nombres, Apellidos, nacionalidad, domicilio, estado civil de los socios si son personas naturales, o la denominación objetiva o razón social si fuesen personas jurídica.
-  Denominación objetiva o razón social de la compañía.
-  El objetivo social concreto.
-  Duración de la compañía.
-  Domicilio de la compañía.

- ✚ Importe del capital social, el número de participantes en que este dividido y el valor nominal de las mismas.
- ✚ El valor pagado del capital suscrito.
- ✚ Nombre del Representante Legal.

### **Permiso de funcionamiento de la municipalidad.**

- ✚ Copia de cédula de identidad (C.I)
- ✚ Copia de certificado de votación (Ultimo).
- ✚ Permisos de cuerpo de bomberos.
- ✚ Certificado del Ministerio de salud pública.
- ✚ Solicitud de Tenencia política.
- ✚ Permiso del Departamento de Higiene.
- ✚ Certificado del Ministerio de Medo Ambiente.

### **Permiso del Cuerpo de Bomberos.**

El cuerpo de bomberos se rige a las normas de seguridad donde se vaya a realizar el trabajo de la empresa, tomando en cuenta muchos factores como son:

- ✚ Equipos de seguridad.
- ✚ Extintores.
- ✚ Instalaciones eléctricas en buen estado.
- ✚ Botiquín de primeros auxilios.
- ✚ Vestuario adecuado.
- ✚ Maquinarias con la debida protección.

Para conseguir este permiso el cuerpo de bomberos realiza una inspección de la planta, el mismo que debe tener al día el pago del permiso de Funcionamiento en

el Municipio. El requisito es la copia del documento de permiso de funcionamiento, y la aprobación de ficha de inspección y que esta fue realizada correctamente.

### **4.3 Estudio de mercado.**

El análisis del estudio de mercado nos servirá como paso inicial, para dar a conocer el tamaño indicado del proyecto a analizar cómo es la elaboración de shampoo, con los datos correspondientes para las ampliaciones siguientes que darán como consecuencia el crecimiento a futuro del proyecto.

De esta manera se podrá determinar el volumen de consumidores que posiblemente puedan comprar el shampoo a base de sábila por sus características y beneficios que brinda, el cual se producirá dentro del tiempo que se toma iniciar las actividades.

Mediante el estudio de mercado se definirá si el producto cumple con los beneficios para ser adquirido y que tipos de clientes son interesados lo cual nos servirá para la producción de la empresa.

Y nos proporcionara información acerca del precio apropiado para lanzar el producto y competir en el mercado o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

#### **4.3.1 Aspectos institucionales.**

##### **4.3.1.1 Descripción del producto.**

En el mercado local existe gran cantidad de producto como el shampoo pero no son naturales, y no cumplen las características que los consumidores necesitan, como por ejemplo. Pude que tenga un buen aroma, pero no hacen mucha espuma, por lo cual no rinden lo suficiente, así también se pueden hay shampoo que no

cuentan con propiedades especiales como hidratar el cabello causándole resequedad.

No todos los consumidores antes de comprar un shampoo leen el envase para informarse de los beneficios, ingredientes y precauciones que estos pueden tener.

En la parroquia Posorja existe un amplio mercado para este producto, debido al especial cuidado que hoyen día los consumidores buscan en cuanto a buena presencia, cuidado y apariencia. Adicionalmente aumenta el interés de cuidado del cabello tanto en personas jóvenes y adultas.

ILUSTRACIÓN 1. Descripción del producto



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

TABLA 1. Descripción del producto

<b>Tamaño</b>	<b>250 ml</b>
<b>Forma</b>	<b>Botella ovalada</b>
<b>Material</b>	<b>Plástico</b>
<b>Color</b>	<b>Transparente o Verde</b>

**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

#### 4.3.1.2 Características del producto.

El shampoo a base de sábila cuenta con los siguientes beneficios:

- ✚ No graso.
- ✚ Con vitaminas.
- ✚ Aroma durable.
- ✚ Anti caspa.
- ✚ Fortalecer y dar brillo al cabello.

#### **Empaque.-**

Luego de elaborar un producto y determinar el nombre, faltaría diseñar estrategias para la mezcla de marketing, y el detalle muy importante para el shampoo “Natural Sábila” es el empaque.

El empaque determinado para mi producto tiene como objetivo cumplir funciones de gran importancia:

- ✚ Proteger el producto en el transporte hacia el consumidor.
- ✚ Brindar protección después de comprar el producto.
- ✚ Aumentar la aceptación del producto entre los intermediarios.
- ✚ El empaque facilita la identificación del producto y a la vez evita que se sustituya por producto de la competencia y de esta manera se llama la atención del consumidor.

**Tamaño:** 250 ml

**Forma:** Botella ovalada con fácil abertura para el consumo.

**Material:** Plástico.

**Color:** transparente o Verde.

## Etiquetas.-

Es una de las partes importantes como característica para ser identificada y tener atención, es parte de un producto que contiene información acerca de este y del vendedor. Puede formar parte del empaque, como también puede estar pegado al producto. Sin embargo existe una relación muy estrecha entre etiquetado, empaquetado y marca. La etiqueta del producto “**Natural Sábila**” será la siguiente:

- ✚ Lleva el nombre del producto “**Natural Sábila**”.
- ✚ Tiene información de los beneficios, indicando contenido y modo de uso.
- ✚ El material será papel adhesivo.
- ✚ Tiene el logotipo del producto que llamara la atención de los consumidores y es alusivo al nombre del producto.

### 4.3.1.3 Presentación de la etiqueta.-

ILUSTRACIÓN 2. Etiqueta de shampoo



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

## Slogan

**“Vitalidad natural para su cabello”**

### 4.3.1.4 Nombre del producto.

Muchas características determinan la adquisición de un nombre de marca para un bien o servicio. Es difícil encontrar un nombre que reúna todos los atributos. Sin embargo, el nombre debería tener el mayor número posible de las siguientes cinco características.

- ✚ Sugerir algo acerca del producto al resaltar sobre todo sus beneficios y empleos.
- ✚ Ser fácil pronunciar, deletrear y recordar se puede utilizar marcas nombres simples y cortos.
- ✚ Ser distintos y evitar adjetivos e el nombre de la marca.
- ✚ Debe ser adaptable en el mercado de nuevos productos que se vayan incorporando a la línea.

Mediante las cualidades consideradas para el nombre del producto, se determinó en la investigación y encuestas realizadas el nombre de **“Natural Sábila”** el mismo que cumple con los requisitos que se mencionan anteriormente.

En función al nombre del producto se lo escogió porque forma gran parte de la característica del producto, por la planta de la que está elaborada y por contar con materia prima natural adquirida dentro del país cumpliendo con la matriz productiva en consumir o nuestro.

### **4.3.2 Estrategia Genérica.**

La empresa de elaboración de shampoo a base de sábila se propone ser el productor de menor costo dentro del mercado, aplicando una de las estrategias genéricas de Michel Porter como es el liderazgo en costo.

La amplitud de la empresa es con frecuencia importante para su ventaja de costo, las fuentes de las ventajas en el costo son variadas y dependen de la estructura del sector en el que se encuentra, mediante esta estrategia se puede incluir la persecución de las economías de escala de tecnología propia y acceso preferencial a materia prima.

#### **4.3.2.1 Estrategias de marketing.**

Para poder realizar la estrategia de marketing de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila “Natural Sábila”, se analizara de manera importante un conjunto de instrumentos que influyen en el mercado como: el producto, la plaza, el precio y promoción, para conocer la respuesta que deseamos en ingresar al mercado.

Con la definición del mercado meta como un grupo de posibles compradores de todos los extractos, el mismo al que fue tomado en la encuesta, ubicados inicialmente en la parroquia Posorja, con posibilidad de distribuirse en la población.

#### **1. Precio.**

El precio considerado aceptable para un buen shampoo a base de sábila está entre \$2,50 a \$3,00, este precio se relaciono con la calidad del producto, es decir que si las clientas veían un shampoo con un precio menor lo consideraban de mala calidad y no comprarían, como es normal las mujeres buscan lo mejor para su cabello.

## **2. Producto.**

Al opinar sobre posibles aromas para el shampoo de sábila, les agradaron más los aromas de frutilla y aroma natural de sábila también es importante que el shampoo no reseque el cabello y que no altere el color al momento de aplicarlo.

## **3. Publicidad.**

La publicidad en diferentes periódicos no tiene acogida por lo que las personas prefieren la publicidad en la televisión, la imagen y una canción con tema contagiosa puede tener una fuerte influencia en la mente de los consumidores.

## **4. Distribución.**

Los Habitantes adquieren más el shampoo en los supermercados estando entre los favoritos comisariato TIA, comercial GENESIS, siempre que se distribuya la publicidad en cada local.

### **4.3.3 Análisis del consumidor.**

El tipo de conducta de compra empleado para nuestro producto es el habitual, debido a que el shampoo es un producto que no requiere de mucha investigación previa por parte de los consumidores para su uso y existen pocas diferencias importantes entre las marcas de shampoo a base de sábila.

El proceso de toma de decisión de los consumidores varía de acuerdo al tipo de compra mientras más compleja son las decisiones y los costos del producto a adquirir tienden a requerir más investigación por parte del consumidor.

Para estimular a las clientas se utilizaran stands en los supermercados con impulsadoras que entregaran muestras gratis y en lugares de distracción

más concurridos por mujeres con lo cual se estaría cubriendo la primera etapa del proceso de adopción del nuevo producto.

Cuando las mujeres realizan la compra de shampoo toman una serie de decisiones como un producto que ofrezca los mayores beneficios sin importar el precio del producto adoptando la marca ya sea que personas de confianza le haiga recomendado.

#### 4.3.4 Análisis de la competencia.

Actualmente existen muchas marcas de shampoo para mujeres en el mercado y se pueden considerar como competencia de marca, si analizamos el punto de vista de las clientes, lo que desea es tener un buen producto que satisfaga la necesidad de limpieza para su cabello lo que pueden lograr cualquiera de las marcas por eso es resaltar las cualidades del producto.

TABLA 2. Analisis de precio de la competencia

<b>PRECIOS DE LA COMPETENCIA</b>	
<b>MARCA</b>	<b>SHAMPOO</b>
Natural Sábila	\$ 2,50
Savital	\$ 3,00
Sedal	\$ 3,50
Avon	\$ 4,20
Herbal Esences	\$ 4,50
<b>Promedio</b>	<b>\$ 3,80</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación

#### **4.3.5 Análisis de comercialización**

Como resultado de este análisis lograremos determinar las aéreas de ventajas y desventajas competitivas, estableciendo las estrategias apropiadas contra los competidores.

- ✚ El producto se ofrece con una presentación en envases individual diferentes a los existentes en el mercado con un aroma especial de sábila.
- ✚ Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros productos o aumentar nuestros puntos de venta.
- ✚ Ubicar el producto en todos los puntos de venta habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva).
- ✚ Ubicar el producto solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- ✚ Ubicar el producto solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).

#### **4.3.6 Análisis de la demanda.**

El consumo de producto natural se ha incrementado debido a que el mercado es un conjunto de compradores tanto reales y potenciales de un producto o servicio adquirido, el tamaño de un mercado y su demanda depende del número de compradores que pudiera existir para una oferta de mercado en particular. De esta manera los compradores potenciales presentarían características importantes tales como; interés, ingreso y acceso.

A medida que transcurre el tiempo, las personas han procurado facilitar muchas actividades de su vida cotidiana, para mejorar su estilo de vida. Así mismo ha pretendido hacer lo más higiénico y de mejor calidad posible aquellos elementos como herramientas en el consumo de productos. El mercado nacional de

productos para el cabello está viviendo un buen momento. Con incrementos constantes en el valor de sus ventas.

En común al consumidor ecuatoriano no le importa pagar un shampoo o acondicionador, siempre y cuando cumpla con las necesidades para el cuidado de su cabello. La calidad se impone ante la cantidad, por lo que los shampoo familiares continúan perdiendo peso en el conjunto del mercado. Los formatos ahora son más reducidos, debido a que las familias están formadas por menos miembros, y que incluso cada uno de ellos utiliza un shampoo adaptado a sus necesidades.

#### 4.3.6.1 Demanda efectiva.

De las 376 personas encuestadas, 168 respondieron que sería una buena idea la creación de una empresa de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja y de igual manera 196 estarían dispuestos a comprar este producto. Para realizar el cálculo de la demanda efectiva se tomo en consideración las preguntas 13 y 15 de las encuestas realizadas que se llevo a cabo para el estudio.

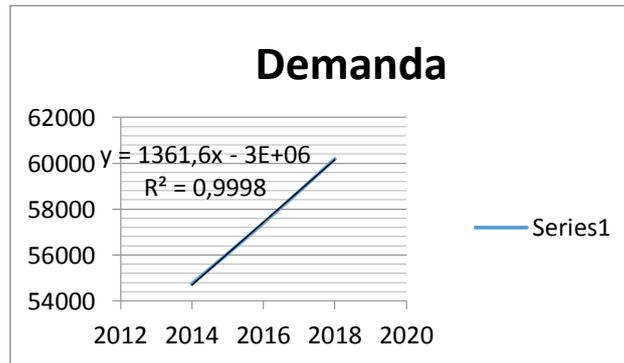
TABLA 3 Demanda Proyectada

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Anual de Shampoo(unidades 250ml)</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Consumo en litros Anual</b>
<b>2014</b>	54733	54733	13.683,200
<b>2015</b>	56046	56046	14.011,597
<b>2016</b>	57392	57392	14.347,875
<b>2017</b>	58769	58769	14.692,224
<b>2018</b>	60179	60179	15.044.838

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación

CUADRO 20 Demanda



Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación

#### 4.3.6.2 Demanda insatisfecha.

Debido a que en la Parroquia Posorja no existen empresas que elaboren y distribuyan de manera directa shampoo de calidad, mucho menos con materia prima natural, de manera que estos pueden marcar la diferencia del producto con los ya existentes en el mercado nacional.

Logrando cubrir las expectativas de la demanda insatisfecha, ofreciendo un producto de calidad mejorando existente y sobretodo que permita identificar a la persona que lo adquiera.

#### 4.3.7 Análisis de la oferta.

La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. En los proyectos de inversión se debe indicar con quien se va a competir, cual es la capacidad de producción, a qué precio venden.

Para el cálculo de la oferta se ha considerado la población objeto de estudio y la oferta determinada en la investigación de mercado, considerando el porcentaje de

personas que actualmente compran producto para el cuidado de su cabello por catalogo, lo cual representa la oferta actual cubierta por el mercado.

#### 4.3.7.1 Oferta proyectada.

Considerando la oferta en cantidad de personas de acuerdo al consumo se podrá proyectar de manera anual a los próximos 5 años. Para la proyección de la oferta se ha tomado en cuenta el porcentaje de crecimiento de las empresas en la ciudad que es del 3,5% anual.

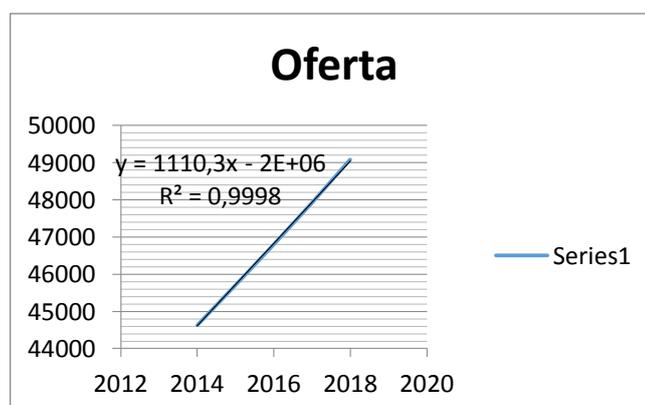
TABLA 4 Oferta proyectada

AÑO	Oferta Anual de Shampoo(unidades 250ml)	TOTAL	Consumo en litros Anual
2015	45705	45705	10.812,500
2016	46802	46802	11.158,500
2017	47925	47925	11.426,304
2018	49076	49076	12.268.900

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación

CUADRO 21 Oferta



Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación

#### 4.4 Estudio técnico.

Para realizar un proyecto es de vital importancia tener en cuenta una serie de pasos, sirve para hacer un análisis completo de los procesos de producción, incluyendo la materia prima, mano de obra, maquinaria, inversión requerida, el tamaño de la empresa, distribución de la maquinaria, disponibilidad de los insumos en general, forma en que organizara la empresa, y las personas que laboran dentro de la producción y oficina.

##### 4.4.1 Localización del proyecto.

La localización es un tema fundamental dentro del estudio técnico del proyecto, consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localización con el fin de buscar un lugar en que lo resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario, se espera captar el 35% del mercado.

ILUSTRACIÓN 3 localización del proyecto



**Fuente:** HomeByMe

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

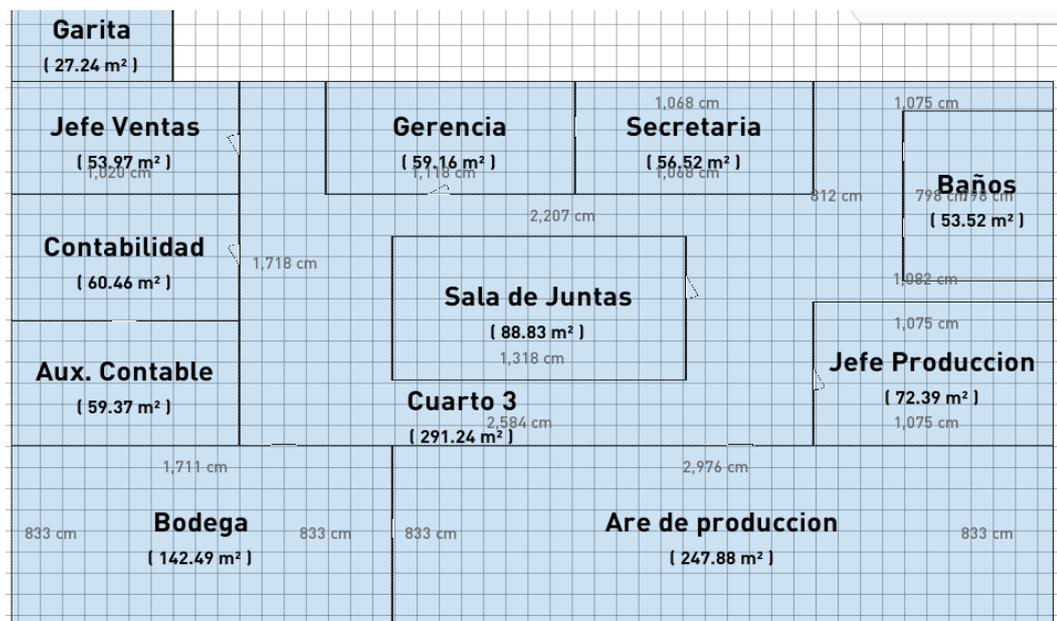
#### 4.4.2 Macro localización.

Dentro de la macro localización hay que analizar las facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustible, agua, etc.

Para la localización del mercado se deben tomar en cuenta varios factores, entre ellos tenemos: la disponibilidad, las características topográficas y costos de los terrenos, las facilidades de distribución, la facilidad de comunicaciones.

Las condiciones de vida, las leyes y reglamentos, el clima, las acciones para evitar contaminación del medio ambiente, disponibilidad y confiabilidad de los sistemas que se vayan a implementar, actitud de la comunidad donde se vaya a ubicar, el apoyo que tendrá el proyecto a realizarse, las zonas francas, las condiciones sociales, y condiciones culturales.

ILUSTRACIÓN 4. Macro-localización



Fuente: HomeByMe  
 Elaborado por: Andrea Baque Vera.

#### **4.4.3 Distribución de planta.**

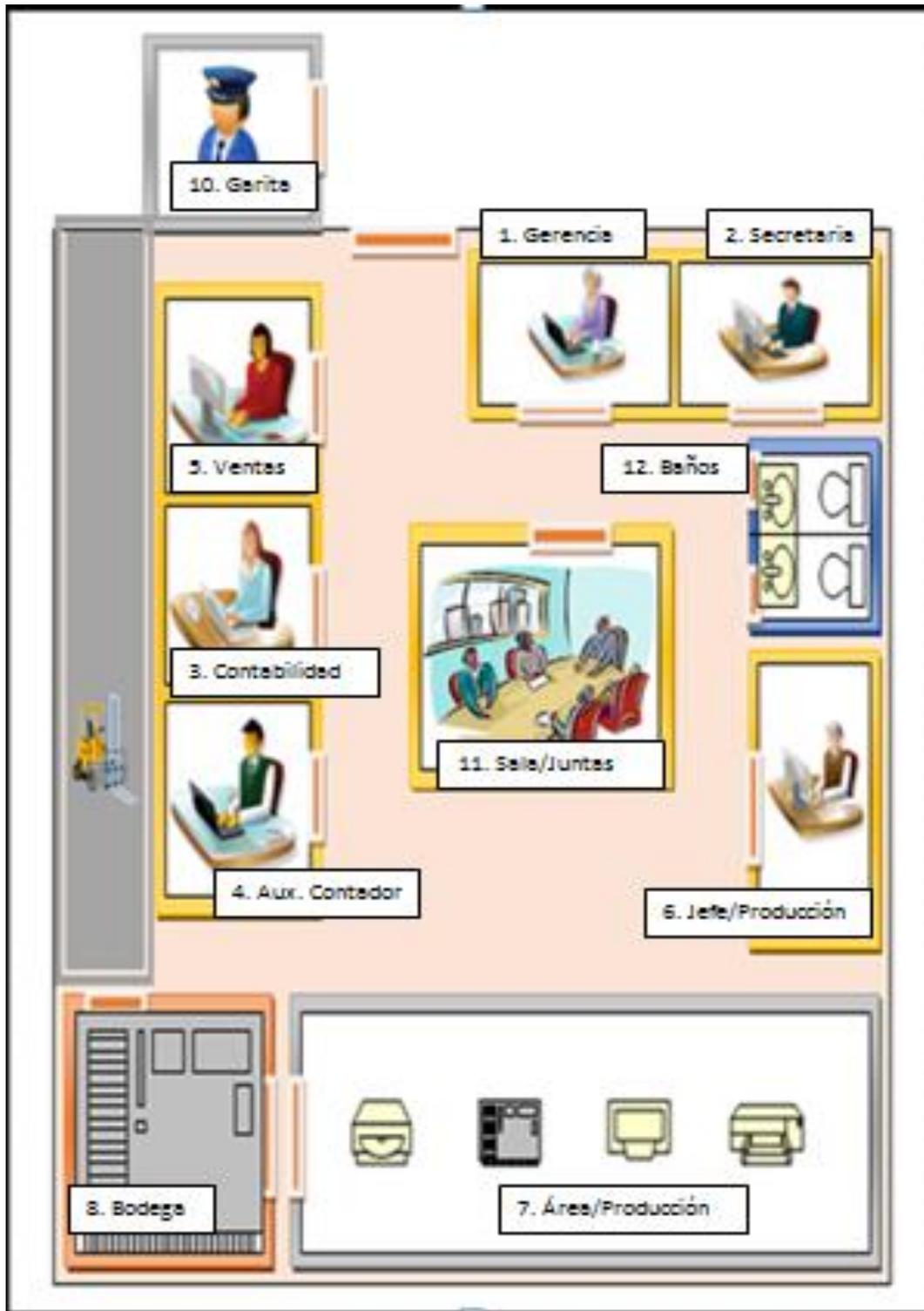
Analizando el terreno donde se va establecer la empresa se consta de 1200 mtrs.2, el cual cada área tendrá un cantidad específica de 52 m2, ósea cada sector de producción constara con un espacio físico, quedando el suficiente espacio para la bodega de almacenaje de materia prima y producto terminado que constara de una área debidamente acondicionada, luego se comparte el restante para la división de las diferentes oficinas.

- 1.- Gerencia.
- 2.-Secretaria.
- 3.-Contabilidad.
- 4.-Auxiliar contabilidad.
- 5.-Jefe de ventas.
- 6.-Jefe de Producción.
- 7.-Área de producción.
- 8.- Bodega (Materia prima/Producto terminado)
- 9.-Garita.
- 10.-Sala de juntas.
- 11.- Baños.

Como se muestra en la siguiente ilustración están divididas las oficinas en buen espacio destinado al área de producción y bodega para mejor manipulación de maquinaria, dentro de la bodega se receptara la materia prima y el producto terminado destinado a la venta.

La parte de gerencia y contabilidad solo cuentan con auxiliar cada uno, además de una sala de juntas para analizar cada uno de los movimientos, tanto en producción como monetaria realizada dentro de la empresa.

ILUSTRACIÓN 5. Distribución de la planta



Fuente: Investigación Realizada  
Elaborado por: Andrea Baque Vera.

#### 4.4.4 Volumen de producción.

Para establecer el volumen de producción del producto es necesario establecer cuál es el tiempo de preparación, para ello se detalla en la siguiente tabla la cantidad precisa que se obtiene en litros anual para la elaboración del shampoo y que la empresa pueda iniciar sus actividades:

TABLA 5 Volumen de Producción.

<b>Producto</b>	<b>Producción</b>	<b>Unidades Diarias</b>	<b>Unidades Mensuales</b>	<b>Unidades Anuales</b>	<b>Litros Anuales</b>
Shampoo	250ml c/u	400	11.200	134.400	33600

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

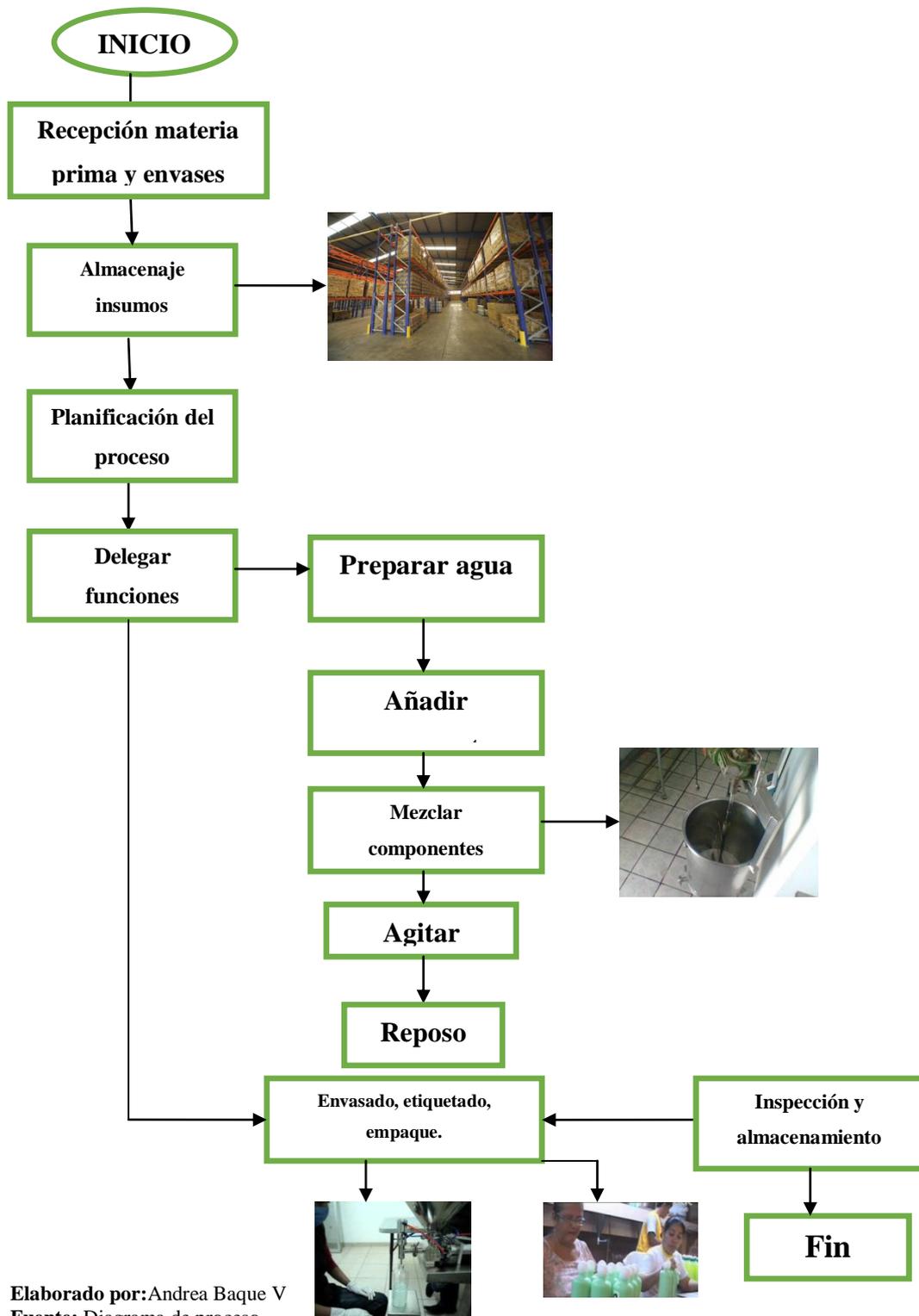
La preparación del shampoo toma un tiempo de 9 horas, con una cantidad de 3 operarios en las maquinarias, lo cual implica 400 envases de shampoo de 250 ml, de acuerdo a la cantidad de operarios, equipo y espacio disponible con la inversión que tiene capacidad la empresa.

La producción se ha programado para realizar 28 días del mes elaboración de shampoo, lo cual implica disponer de suficiente materia prima para completar la producción de 400 envases diarios obteniendo un valor de \$ 1.000 en su venta, con un total de \$ 28.000 mensual y anual un promedio de \$ 336.000 en 134.400 unidades vendidas.

#### 4.4.5 Proceso de producción.

##### 4.4.5.1 Diagrama del proceso de producción.

ILUSTRACIÓN 6. Proceso de Producción.



Elaborado por: Andrea Baque V  
Fuente: Diagrama de proceso

#### **4.4.5.2 Descripción del proceso de producción.**

- 1.-Recepción de materia prima y material de empaque.
- 2.-Almacenaje de los insumos de acuerdo a la distribución de la bodega de insumos.
- 3.-Planificación del proceso productivo.
- 4.- El jefe de operaciones procede a delegar funciones a los operarios.
- 5.- Realizar una preparación del agua purificada y de su respectivo almacenaje.
- 6.-Se procede a pesar previamente todos los insumos de acuerdo a la preparación de cada formula.
- 7.- Clasificar en orden de utilización los materiales y disponer los recipientes para la preparación de la formula.
- 8.-Los operarios proceden a realizar el primer proceso productivo que es la elaboración de shampoo el cual se detalla así:

En un recipiente para agua, añadir el primer componente disolverlo en el agua con guantes plásticos hasta que la mezcla quede homogénea, luego se añade el segundo y con una paleta de madera se mezcla hasta que quede todo bien diluido, en otro recipiente plástico, añadir 4 litros de agua y 3 componentes más, mezclar bien el contenido de ese recipiente.

En una tercer recipiente, se agrega 2 litros más de agua con el ultimo componente se mezcla bien ambos ingredientes. Y por último verter las dos mezclas en el recipiente de la primera mientras se lo agita mantenida mente hasta que quede el espesor deseado, propio del shampoo, para luego dejar reposar por 12 horas para su saponificación.

- 9.-Proceder a envasar los frascos en características idénticas.

**10.-** Etiquetar y codificar los frascos a la salida del envasado.

**11.-** Empacar en cajas para la distribución.

**12.-** Verificar el correcto encajado y su adecuado almacenamiento.

#### **4.4.5.3 Justificaciones de la rama de actividades.**

La empresa estará ubicada en la parroquia Posorja para desarrollo de la comunidad por medio de la generación de empleo se supervisara cada uno de los procesos, cumpliendo normas de calidad, para garantizar los beneficios del consumo.

Al momento de receiptar la materia prima se encargaran los operadores para manipularla y dejarlas almacenadas hasta cuando empiecen las jornadas laborales en la planta. Las actividades dentro de la empresa empezaran a las 8:00 am para culminar a las 5:00pm, todas las aéreas incluidas la de producción.

#### **4.5 Estudio Administrativo.**

##### **4.5.1 Dirección estratégica.**

###### **4.5.1.1 Misión.**

Fabricar y comercializar shampoo natural de sábila, con el liderazgo en costo, ofreciéndolo con excelente calidad para el bienestar y satisfacción de los consumidores, utilizando estándares comprometidos con el medio ambiente y la sustentabilidad social.

###### **4.5.1.2 Visión.**

Ser una empresa líder en el 2020 en el mercado nacional, aplicando las mejores técnicas de calidad en la elaboración de shampoo, para el cuidado natural del cabello.

## 4.5.2 Objetivo de la empresa.

### 4.5.2.1 Objetivo general.

Crear una empresa de elaboración de shampoo con los nutrientes de la sábila a fin de restaurar y fortalecer la vitalidad del cabello logrando satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor, generando rentabilidad y sustentabilidad financiera.

### 4.5.2.2 Objetivos Específicos.

- ✚ Proveer un producto con los mejores estándares de calidad que logre satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ✚ Distribuir el producto cubriendo la demanda en el mercado local.
- ✚ Darse a conocer a través del producto ofertándolo en el mercado local y nacional.
- ✚ Proporcionar rentabilidad y sustentabilidad para beneficio de la empresa.
- ✚ Generar fuentes de empleo para beneficio de la población.

## 4.5.3 Valores.

La empresa se caracteriza por sus valores tales como:

- ✓ **Liderazgo.**- Estimular un ambiente de trabajo reconociendo los valores de las personas basados en la participación de las ideas y punto de vista.
- ✓ **Responsabilidad.**-Asumir compromiso con la empresa logrando sus objetivos.
- ✓ **Respeto.**-Reconocer y valorar las habilidades, esfuerzo de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la empresa de sábila.

- ✓ **Cooperación.**-Mediante trabajo en equipo cumplir las metas apoyándose en el desarrollo de fluidez y flexibilidad.
- ✓ **Fortaleza.**-Equilibrio entre la prudente toma de decisiones y la osadía de la innovación son nuestra verdadera fortaleza.
- ✓ **Calidad.**- El crecimiento y éxito de la empresa se fundamenta ofreciendo un producto de calidad que supere las expectativas de nuestros consumidores

#### **4.5.4 Responsabilidad social.**

Al ser una empresa de elaboración de producto se busca el equilibrio ante el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el cuidado del medio ambiente, generando un impacto positivo al aportar con el desarrollo económico de la parroquia Posorja.

Convirtiéndose en una sociedad anónima.

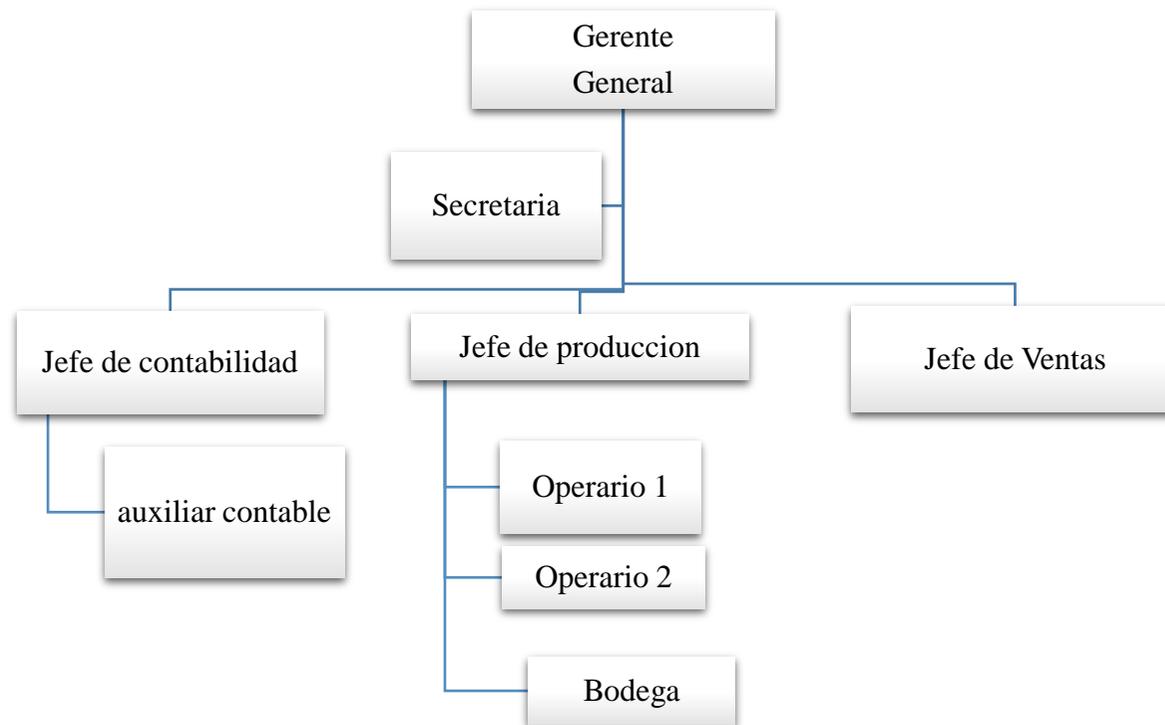
#### **4.6 Organigrama.**

La estructura organizacional de la Empresa “NATURAL SABILA” estará con formada por los siguientes mandos, y a su vez contrataran personal que les colaborara en cada uno de estas áreas.

- 1.- Gerente general.
- 2.- Secretaria.
- 3.- Jefe de contabilidad.
- 4.- Auxiliar contable.
- 5.- Jefe de producción.
- 6.- Jefe de ventas.

#### 4.6.1 Presentación del organigrama.

ILUSTRACIÓN 7. Organigrama



**Fuente:** Organigrama

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

## **4.6.2 Descripción de las jerarquías**

### **Gerente general.**

El gerente tendrá como responsabilidades de representar a la empresa legalmente, la planificación de las actividades, delegar funciones, el control de los objetivos, y planificar la toma de decisiones en la organización.

### **Funciones.**

- ✚ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ✚ Planear y desarrollar metas a corto plazo y largo plazo junto con objetivos anuales.
- ✚ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los riesgos y sus análisis se están llevando correctamente.
- ✚ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

### **Secretaria.-**

- ✚ Revisar, contestar y archivar la correspondencia/documentos de la empresa.
- ✚ Llevar la agenda del gerente y anunciar las personas que lo soliciten.
- ✚ Elaborar y presentar informes mensuales.
- ✚ Disposición a nuevas tareas asignadas.

### **Jefe de contabilidad.**

Coordinar y supervisar las operaciones contables del departamento, así como de ejecutar la contabilidad de la institución y velar por la administración de los recursos económicos de la unidad.

- ✚ Supervisar que se mantenga actualizada el catálogo de cuentas bancarias.
- ✚ Prepara los reportes periódicos de evaluación, sobre la situación que guarde el presupuesto con relación a su ejercicio.
- ✚ Buscar opciones de inversión con lo que pueda contar la empresa.
- ✚ Buscar fuente de financiamiento para la empresa.

### **Auxiliar Contable.**

- ✚ Planear, organizar, dirigir, asignar y supervisar la programación, desarrollo de las funciones de las dependencias subordinadas al departamento.
- ✚ Controlar y evaluar la implantación de sistemas, procedimientos en los aspectos contables y administrativos para la ejecución de las tareas.
- ✚ Administrar los programas institucionales en la materia que compete al departamento.
- ✚ Brindar asesoría profesional en las áreas de su competencia a comisiones y dependencias de la institución.

### **Jefe departamento de Ventas.**

Sera encargado de estar buscando nuevas estrategias de mercadeo para aplicarlas al producto de la empresa para ampliar las ventas.

- ✚ Buscar e investigar nuevas estrategias de ventas del producto.
- ✚ Crear nuevos productos e innovarlos ya existentes para ser cada día mejor.
- ✚ Analizar la rentabilidad de los productos en el mercado.
- ✚ Fija políticas de venta y promociones.
- ✚ Estar presto a cualquier otra disposición.

### **Operarios:**

- ✚ Transformar las materias primas en un producto terminado por medio de un proceso de ensamble.

- ✚ Empaquetado y transporte de mercadería.
- ✚ Apoyo en el área del almacén.
- ✚ Responsable del empaque y estibado de los productos.
- ✚ Responsable del mantenimiento y adecuado funcionamiento de máquinas herramientas y equipos.
- ✚ Responsable del mantenimiento y adecuado funcionamiento de máquinas herramientas y equipo.

### **Chofer-.**

- ✚ Conducir el vehículo de la empresa.
- ✚ Transportar la mercadería a diferentes destinos.
- ✚ Transportar los productos a tiempo.

### **Guardia.-**

- ✚ Custodiar y respetar las propiedades extractas e inmuebles con la cuenta la empresa.
- ✚ Efectuar controles de identidad al acceso de la empresa.
- ✚ Evitar actos delictivos en relación con el objetivo de su protección.

### **Jefe de producción.**

Funciones:

- ✚ Verifica la calidad del producto que va hacer distribuido.
- ✚ Supervisa si el espacio físico de la planta no presenta algún químico que tienda a dañar la producción.
- ✚ Revisar la calidad de materia prima ingresada en el área de procesos.
- ✚ Controla responsablemente el funcionamiento de los equipos, y de manera exclusiva las cámaras de frio.

#### **4.7 Estudio financiero.**

Determinar el monto total de los recursos económicos necesarios, para la creación de la empresa de producción de shampoo, montos que son necesarios analizar para la evaluación económica del proyecto.

##### **Objetivos.**

- ✚ Determinar costo e Inversión Inicial.
- ✚ Realizar los Flujos Financieros.
- ✚ Establecer el Punto de Equilibrio Económico del Proyecto.
- ✚ Pronóstico de Ventas.
- ✚ Realizar el Estado de Resultados.
- ✚ Determinar los métodos de evaluación del proyecto(VAN,TIR,IRY TMAR)

Mediante este estudio económico se demostrará la factibilidad del proyecto

##### **4.7.1 Inversión.**

Se coloca un porcentaje como capital para llevar a cabo diferentes las operaciones de la empresa de producción de shampoo, con el fin de desarrollar el proyecto y recuperar la inversión por medio de los ingresos.

Se puede dar 3 formas mediante:

- ✚ Activos Fijos.
- ✚ Activos Intangibles.
- ✚ Capital de Trabajo.

Refleja la decisión de invertir de la empresa de shampoo a base de sábila y se plasmara en el destino que se dará a unos fondos financieros mediante préstamo realizado al Banco del Pichincha cubriendo el 75% de la inversión por un monto de \$ 103.748,03.

Para constituir la empresa se necesitó de la siguiente inversión que corresponde a los estudios previos para el proyecto propuesto, que utiliza la mayor parte en implementación de la empresa y materia prima.

#### 4.7.2 Inversión inicial.

La inversión total de la empresa es de \$ **138.330,70**, así mismo se toma en cuenta los costos de materiales dicho valor se requerirá para adquirir aquellos insumos para llevar a cabo el proceso de la creación de la empresa.

TABLA 6. Inversión Inicial

<b>Inversión</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Terreno y Edificio	\$ 120.760,00
Maquinarias y Equipos	\$ 9.588,70
Muebles de Oficina	\$ 1.130,00
Equipos de Oficina	\$ 575,00
Equipo de Computación	\$ 1.600,00
Gastos de Constitución	\$ 2.500,00
Suministros de Oficina	\$ 114,75
Caja	\$ 300,00
Banco	\$ 500,00
<b>Total de la inversión</b>	<b>\$ 138.330,70</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.  
**Fuente:** Inversión Inicial

### 4.7.3 Inversión total de activos fijos.

El valor total de las inversiones fijas para la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila es de \$ 133.768,45 la mayor inversión recae en el terreno y la implementación del edificio con un valor de \$ 120.760,00 con un valor menos está los maquinarias y equipos de \$ 9.588,70 por ser elaborado el producto de manera artesanal, y con menos inversión se toman en cuenta los suministros de oficina con \$114,75 al contar con pocas oficinas las necesarias para la creación de la empresa.

TABLA 7. Activos Fijos Totales

<b>Total de Activos Fijos</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Terreno y Edificio	\$ 120.760,00
Maquinarias y Equipos	\$ 9.588,70
Muebles de Oficina	\$ 1.130,00
Equipos de Oficina	\$ 575,00
Equipo de Computación	\$ 1.600,00
Suministro de Oficina	\$ 114,75
<b>Total</b>	<b>\$ 133.768,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Total de Activos Fijos

### 4.8 Estructura de financiamiento.

Para facilitar el financiamiento de la empresa se consultó con diferentes entidades bancarias, para determinar la facilidad de adquirir préstamo y financiar la inversión inicial para realizar dicho proyecto, la cual se obtiene con un porcentaje de interés del 15% de entidad financiera y un porcentaje en capital propio para inversión.

TABLA 8. Financiamiento

Financiamiento			
Banco	75%	\$	103.748,03
Capital propio	25%	\$	34.582,68
		\$	138.330,70

Fuente: Financiamiento

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

#### 4.8.1 Activos fijos.

Los Activos Fijos son aquellos que se deprecian y se utilizan para el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Dentro de este rubro la inversión que se realiza para el desarrollo del presente estudio de factibilidad es de \$ 133.672,00 y su composición es:

#### 4.8.2 Distribución de los activos fijos.

##### 4.8.2.1 Terreno y Edificio.

De acuerdo al GAD Parroquial de Posorja la empresa de elaboración de shampoo “NATURAL SABILA” se construirá en un área de 1.200 m<sup>2</sup>, los cuales están divididos entre las oficinas necesarias, bodega, recepción de materia prima, patio y planta de producción dicho terreno valorada en un total de \$ **36.000,00**.

TABLA 9. Terreno y Edificio

Terreno y Edificio			
Descripción	Cantidad m <sup>2</sup>	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	1200	\$ 30,00	\$ 36.000
Edificio	1		\$ 84.760,00
<b>Total</b>			<b>\$ 120.760,00</b>

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Terreno y Edificio

#### 4.8.2.2 Maquinaria y Equipo.

Comprenden parte de los activos fijos adquiridos por la empresa que se han determinado en base a la investigación realizada, para todas las instalaciones que se requieren en la empresa, para su debido funcionamiento, se utilizara maquinaria de calidad.

Para ofrecer mejores beneficios físicos a cada uno de los operarios, se adquirirá maquinaria valorada en \$ **2.850,00** son los que conforman los bienes de instalación de la planta de producción para su debido funcionamiento.

TABLA 10. Maquinaria y Equipo

<b>Maquinarias y Equipos</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Carretillas metálicas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Mezcladora	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Llenadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Mesa metálica	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.850,00</b>

**Fuente:** Maquinaria y Equipos

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

#### 4.8.2.3 Materiales y Accesorios.

En toda empresa son necesarios tanto para la producción como también para la protección de los operarios, los cuales entran dentro del presupuesto de inversión inicial detallándose en la siguiente tabla.

TABLA 11. Materiales y Accesorios

<b>Materiales y Accesorios</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Tanque elevado	4	\$ 85,00	\$ 340,00
Tanque Acerado 700 litros	4	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00
Paletas de madera	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Recipientes de acero	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Bombas de agua	1	\$ 105,00	\$ 105,00
Extintores ABC	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Balanza capacidad 50 libras	1	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>Total</b>			<b>\$ 5.867,00</b>

**Fuente:** Materiales y accesorios

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

Los valores de maquinarias y equipos \$ 2.850,00, materiales y accesorios \$ 5.867,00 han sido sumados y representados en una sola cuenta en el balance inicial como maquinarias y equipos valorados en un total de \$ 9.588,00.

#### **4.8.2.4 Muebles de Oficina.**

A demás de los valores de maquinaria también se deben incluir otros gastos de menor valor pero de vital interés para la parte administrativa de la empresa y de esta manera acondicionarla para que los trabajadores desarrollen de mejor manera sus actividades.

Son aquellos bienes para la adecuación de la empresa, los cuales suman un total de \$ **1.130,00** en total.

TABLA 12. Muebles de Oficina

<b>Muebles de Oficina</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escritorios	4	\$ 180,00	\$ 720,00
Sillas Giratorias	4	\$ 48,00	\$ 192,00
Archivadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Sillas	3	\$ 6,00	\$ 18,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.130,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.  
**Fuente:** Muebles de oficina

#### 4.8.2.5 Equipos de Oficina.

La empresa constara con los implementos necesarios para laborar en mejor ambiente en la oficina, los cuales se invierten \$ 1.150,00 y se detallan en el siguiente cuadro.

TABLA 13. Equipos de Oficina

<b>Equipos de Oficina</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Aire Acondicionado	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Total</b>			<b>\$ 575,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.  
**Fuente:** Equipo de oficina

#### 4.8.2.6 Equipos de computación.

Son los equipos que se utilizaran, para la puesta en marcha de la empresa tomando en cuenta, los diferentes departamentos, facilitando el trabajo mediante la red, de esta manera se disminuirá un poco de valor en inversión. Los cuales tendrán un costo total de \$ 1.600,00.

TABLA 14. Equipos de computación

<b>Equipos de Computación</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Computadora	3	\$ 500	\$ 1.500
Impresora	1	\$ 100	\$ 100
<b>Total</b>			<b>\$ 1.600</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Equipos de computación

#### 4.8.2.7 Suministros de Oficina.

Son aquellos enseres menores que serán utilizados para la adecuación de las oficinas de la empresa como son los suministros de oficina con un monto de \$1.362,00 en total.

TABLA 15. Suministros de Oficina

<b>Suministros de Oficina</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Resma de Hojas A4	12	\$ 4,00	\$ 48,00	\$ 576,00
Cartuchos de Tinta	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Pendrive 4GB	3	\$ 6,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Bolígrafos	25	\$ 0,35	\$ 8,75	\$ 105,00
Carpetas	50	\$ 0,30	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>Total</b>			<b>\$ 114,75</b>	<b>\$1.377,00</b>

**Fuente:** Suministros de Oficina

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

### 4.8.3 Capital de trabajo.

Dentro de las inversiones que requiere la empresa para su operación inicial es necesario contabilizar los gastos de operación, pues se requiere una liquidez inicial dado que los primeros meses se tendrá menores a las estimadas a nivel normal, es por ello que a continuación se analizan los costos requeridos de manera fija, las mismas que se incluirán en las inversiones de la empresa.

TABLA 16. Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Detalle		P. Corriente
<b>Activo Corriente</b>		
Suministro de Oficina	\$ 114,75	
Caja	\$ 1.594,80	
	\$ 1.709,55	
<b>Total de Capital de trabajo</b>		<b>\$ 1.709,55</b>

**Fuente:** Capital de trabajo

**Elaborado por:** Andrea BaqueVera.

#### 4.8.3.1 Depreciaciones.

Tanto la depreciación como la amortización tienen la misma finalidad, dependiendo del tipo de activo a utilizarse en el proyecto. En este caso la depreciación se aplica a los activos fijos. Para evaluar la depreciación, de acuerdo a las regulaciones contables en el país, se debe considerar:

- ✚ 5% bienes inmuebles (excepto terrenos), es decir se deprecian en 20 años.
- ✚ 10% bienes inmuebles, maquinaria y equipo (excepto vehículos y computador), se deprecian en 10 años.
- ✚ 20% vehículos, equipo de transporte, se deprecian en 5 años.
- ✚ 33.33% computadoras y programas de computación, se deprecian en 3 años, es por eso que no se observa depreciación en los años 4to y 5to.

TABLA 17. Depreciación

Depreciación de Activos					
Detalle	Costo	Porcentaje	Vida útil en años	Valor Depreciación Mensual	Valor Depreciación Anual
Edificio	\$ 120.760,00	5%	20	\$ 503,17	\$ 6.038,00
Maquinaria y Equipos	\$ 8.717,00	10%	10	\$ 72,64	\$ 871,70
Equipo de computación	\$ 1.600,00	33,33%	3	\$ 44,44	\$ 533,28
Muebles de oficina	\$ 1.130,00	10%	10	\$ 9,42	\$ 113,00
Equipos de oficina	\$ 575,00	10%		\$ 4,79	\$ 57,50
<b>Totales</b>				\$ 634,46	\$ 7.613,48

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Depreciación

#### 4.8.3.2 Amortización de Deuda.

Al analizar el crédito y la tabla de amortización se ha considerado una tasa aceptable de acuerdo al préstamo bancario de los cuales se ha obtenido la tasa media que corresponde al 15% de efectivo anual.

La siguiente tabla detalla los pagos mensuales, los intereses cobrados por el banco, la amortización de cada año y el costo financiero de cada periodo, estos costos son considerados en el flujo de caja.

TABLA 18. Amortización de deuda

<b>Amortización de la deuda</b>				
<b>Préstamo</b>	<b>\$103.748,03</b>	<b>\$30.949,65</b>		
<b>Interés</b>	<b>15%</b>			
<b>Tiempo(Años)</b>	<b>5</b>			
<b>Años</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Abono</b>	<b>Saldos</b>
0				\$ 103.748,03
1	\$ 30.949,65	\$15.562,20	\$ 15.387,45	\$ 88.360,58
2	\$ 30.949,65	\$ 13.254,09	\$ 17.695,56	\$ 70.665,02
3	\$ 30.949,65	\$ 10.599,75	\$ 20.349,90	\$ 50.315,12
4	\$ 30.949,65	\$ 7.547,27	\$ 23.402,38	\$ 26.912,74
5	\$ 30.949,65	\$ 4.036,91	\$ 26.912,74	\$ -0,00
<b>Totales</b>	<b>\$ 154.748,25</b>	<b>\$ 51.000,22</b>	<b>\$103.748,03</b>	

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Amortización

#### 4.9 Ingresos.

TABLA 19. Ingresos por ventas

Ingresos por Ventas					
Diario	Botella(250ml )	Inversión diaria	Ingreso Diario	Mensual	Anual
Shampoo	400				
Precio Unt. X botella	\$ 0,80	\$ 320,00			
Gastos Varios	\$ 40,00				
<b>Total de inversión</b>		\$ 360,00			
Promedio Invertido	\$ 1,20				
Precio de Venta	\$ 2,50				
<b>Total ventas</b>			\$ 640,00	\$17.920,00	\$ 215.040,00

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

#### 4.9.1 Ingresos proyectados.

TABLA 20. Ingresos Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Diciembre</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Enero</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Febrero</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Marzo</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Abril</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Mayo</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Junio</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Julio</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Agosto</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Septiembre</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Octubre</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
<b>Noviembre</b>	11200	11760	12348	12965,4	13613,67
	<b>134400</b>	<b>141120</b>	<b>148176</b>	<b>155584,8</b>	<b>163364,04</b>

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

## 4.10 Presupuestos.

### 4.10.1 Presupuesto de gastos.

Se llevan a cabo para determina qué cantidad de dinero se invertirá en las personas que laboraran en la empresa y cuanto costara la constitución de la misma

### 4.10.2 Presupuesto de gastos administrativos.

Se detalla los sueldos de cada uno de los trabajadores tanto de oficina, como de los operarios dentro de la producción, así como también los beneficios de ley que se les acreditan a los empleados de empresas.

TABLA 21. Gastos Administrativos

Gastos Administrativos								
Cargo	Salario	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Total Ingresos	Aporte IESS	Total Recibido	Total Anual
Gerente	\$ 450,00	\$37,50	\$28,33	\$18,75	\$534,58	\$42,53	\$492,06	\$ 5.904,70
Jefe de ventas	\$450,00	\$37,50	\$ 28,33	\$18,75	\$534,58	\$42,53	\$492,06	\$ 5.904,70
Aux. de contabilidad	\$ 400,00	\$33,33	\$28,33	\$16,67	\$478,33	\$37,80	\$440,53	\$ 5.286,40
Secretaria	\$ 340,00	\$28,33	\$28,33	\$14,17	\$410,83	\$32,13	\$378,70	\$ 4.544,44
Jefe de producción	\$ 500,00	\$41,67	\$ 28,33	\$20,83	\$590,83	\$47,25	\$543,58	\$ 6.523,00
Jefe de contabilidad	\$ 500,00	\$41,67	\$28,33	\$20,83	\$590,83	\$47,25	\$543,58	\$ 6.523,00
Operarios(3)	\$1.020,00	\$85,00	\$ 28,33	\$42,50	\$1.175,83	\$96,39	\$1.079,44	\$12.953,32
	<b>\$3.660,00</b>	<b>\$305,00</b>		<b>\$152,50</b>		<b>\$ 345,87</b>		<b>\$47.639,56</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.3 Presupuesto de gastos de ventas.

Para los gastos de venta de “Natural Sábila“ se tomaron en cuenta la publicidad de volantes en los diferentes lugares de la parroquia dando a conocer el producto, y afiches distribuidos en los puntos de ventas más concurridos, mediante la publicidad radial se prevé captar consumidores del producto en otras ciudades.

TABLA 22. Gastos de ventas

<b>Gastos de Publicidad</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Afiches y Volantes	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Radial(\$5 x hora)	\$ 55,00	\$ 660,00
<b>Total</b>	<b>\$ 175,00</b>	<b>\$ 2.100,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.4 Presupuesto de gastos de constitución

TABLA 23. Gastos de Constitución

<b>Gastos de Constitución</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor Total</b>
Constitución de la empresa	\$ 1.250,00
Documentación y certificación	\$ 1.250,00
<b>Total</b>	<b>\$ 2.500,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.5 Presupuesto de costos.

Son los rubros que intervendrán en el proceso de producción del producto, al momento de su transformación de la materia prima en producto terminado, es decir cuánto va a costar producir el shampoo y cuanto se ganara por producir cada envase de 250ml, para esto se tomaran en cuenta varios elementos importantes para obtener los costos que se describen a continuación.

TABLA 24. Costos Fijos

<b>Costos Fijos</b>			
<b>detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gerente	1	\$ 492,06	\$ 5.904,70
Jefe de ventas	1	\$ 492,06	\$ 5.904,70
Aux. de contabilidad	1	\$ 440,53	\$ 5.286,40
Secretaria	1	\$ 378,70	\$ 4.544,44
Jefe de producción	1	\$ 543,58	\$ 6.523,00
Jefe de contabilidad	1	\$ 543,58	\$ 6.523,00
Operarios	3	\$ 1.079,44	\$ 12.953,32
<b>Total de Sueldos</b>		<b>\$ 3.969,96</b>	<b>\$ 47.639,56</b>
Energía (Kw 0,84 ctv.)	250	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Agua m3 (0,54 ctv.)	120	\$ 64,80	\$ 777,60
Teléfono	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Total</b>		<b>\$ 334,80</b>	<b>\$ 4.017,60</b>
Publicidad		\$ 175,00	\$ 2.100,00
Mantenimiento		\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Total Costos Fijos</b>			<b>\$ 55.197,16</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.5.1 Presupuesto de costos fijos.

#### 4.10.5.2 Mano de obra directa.

Consiste en el número de operarios que interviene directamente en el proceso de producción de shampoo a base de sábila.

TABLA 25. Mano de obra directa

Mano de obra directa								
Cargo	Sueldo	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Total Ingresos	Aporte IESS	Total Beneficio	Total a Pagar
Operario 1	\$340,00	\$28,33	\$28,33	\$14,17	\$410,83	\$32,13	\$ 378,70	\$4.544,44
Operario 2	\$ 340,00	\$28,33	\$28,33	\$14,17	\$410,83	\$32,13	\$378,70	\$4.544,44
Operario 3	\$ 340,00	\$28,33	\$28,33	\$14,17	\$410,83	\$32,13	\$378,70	\$4.544,44
							<b>\$1.136,11</b>	<b>\$13.633,32</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.5.3 Materiales indirectos.

Se consideraron las etiquetas que se colocaran como distintivos del producto hacia la competencia, los envases para llenar y terminar con el producto, cada envase contiene 250 ml.

TABLA 26. Materiales Indirectos

Materia Prima Indirecta				
Detalle	Cantidad	Valor Unt.	Valor Mensual	Valor Anual
Envases	11.200	\$ 0,65	\$ 7.280,00	\$ 87.360,00
Etiquetas	11.200	\$ 0,20	\$ 2.240,00	\$ 26.880,00
			<b>\$ 9.520,00</b>	<b>\$ 114.240,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.10.6 Presupuesto de costos variables.

TABLA 27. Costos Variables

Detalle	C. Variable
shampoo(250ml)	\$ 35,67
Costo variable x día	\$ 35,67
Días laborables	25
Costo mensual	\$ 891,75
<b>Total Costo Variable</b>	<b>\$ 1 0.701,00</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.11 Elementos del costo de producción proyectado.

##### 4.11.1 Materia Prima Proyectada.

Dentro de la materia prima proyectada se describe todo lo necesario para la elaboración del shampoo a base de sábila, tanto como los servicios básicos, suministros de oficina, gastos operativos, gastos de ventas, gastos administrativos.

TABLA 28. Costo de producción proyectado

Proyecciones Costo Total					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
M.P.D	\$114.240,00	\$119.952,00	\$125.949,60	\$132.247,08	\$138.859,43
M.P.I	\$ 19.137,60	\$ 20.094,48	\$ 21.099,20	\$ 22.154,16	\$23.261,87
Depreciaciones	\$ 7.613,48	\$ 7.613,48	\$ 7.613,48	\$ 7.613,48	\$ 7.613,48
Servicios Básicos	\$ 4.017,60	\$ 4.017,60	\$ 4.017,60	\$ 4.017,60	\$ 4.017,60
Gastos administrativos	\$ 47.639,56	\$ 50.021,54	\$ 52.522,61	\$ 55.148,75	\$57.906,18
Gastos de ventas	\$ 2.100,00	\$ 2.205,00	\$ 2.315,25	\$ 2.431,01	\$ 2.552,56
<b>Total</b>	<b>\$194.748,24</b>	<b>\$203.904,10</b>	<b>\$213.517,75</b>	<b>\$ 223.612,08</b>	<b>\$234.211,13</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

Para iniciar la producción se considera una buena adquisición de materia prima por lo que se realizó la proyección de lo que se utilizada en los siguientes años.

#### 4.12 Presupuesto de compras.

##### 4.12.1 Inventario.

Mediante el presupuesto de compra se determinara la cantidad de dinero y los bienes que son necesarios para alcanzar las proyecciones deseadas. Cada mes se compra la misma cantidad que se vende.

TABLA 29. Inventario

	Cantidad de shampoo (250ml)c/u	Diario	Mensual	Anual
shampoo	400	\$ 1.000,00	\$ 28.000,00	\$ 336.000,00
Precio Unt.	2,5			
gastos varios	200	\$ 290,00	\$ 8.120,00	\$ 97.440,00
Ingreso neto		\$ 710,00	\$ 19.880,00	\$ 238.560,00

**Elaborado por** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.13 Ventas proyectadas.

En este estudio la proyección de las ventas son importantes en la medida que alimentan los diversos procesos de gestión y planeación de la empresa ya que esta proyección se basa en gran medida en un buen estimado de ventas.

TABLA 30. Ventas Proyectadas

Ventas Proyectadas						
Detalle	Valor Unt	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
shampoo (250ml) c/u	\$2,50	134.400	141.120	148.176	155.585	163.364
		\$336.000,00	\$352.800,00	\$370.440,00	\$388.962,00	\$408.410,10

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### **4.14 Estados financieros.**

Los estados financieros sirven para determinar los resultados netos (utilidades o pérdidas) de la empresa en determinado periodo. Dentro del análisis se puede determinar cuál es la realidad actual de la empresa, mediante los estados financieros se toma la decisión con los patrones de comparación para que el empresario privado o público, establezca cuánto va a recibir por cada dólar invertido.

Este proyecto para ponerlo en ejecución se busca créditos económicos con la proyección de recuperar la inversión realizada y prosperar financieramente.

##### **4.14.1 Balance inicial.**

El balance general es un informe financiero que refleja la situación del patrimonio de la empresa en un momento determinado este a su vez se estructura del activo, pasivo y el patrimonio, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

El balance inicial me ayudara a reflejar lo que la empresa “Natural Sábila” tiene como activos corrientes \$ 608,50 utilizados para la realización de actividades lo que corresponde al dinero necesario para comprar los materiales necesarios para iniciar la elaboración del producto. Se realiza un préstamo al Banco Pichincha de \$ 103.435,15.

En el balance proyectado de la empresa se puede mostrar la distribución de los recursos financieros, por ejemplo el aumento de inversión en activos fijos, así como también de que manera crece el flujo de caja , además aquellas cuentas deudoras, la más importante la deuda a largo plazo que pertenece al préstamo bancario realizado a la entidad Banco Pichincha, el mismo que se realizó una amortización a cinco años, principalmente se muestran resultados del patrimonio que me permitirá medir el aumento del capital.

TABLA 31. Estado de situación Inicial

<b>Empresa "Natural Sábila"</b>			
<b>Elaboración de shampoo a base de sábila</b>			
<b>Balance Inicial</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Corrientes</b>		<b>Corriente</b>	
<b>Caja</b>	\$ 300,00		
<b>Banco</b>	\$ 500,00		
<b>Total de Act. Cte.</b>	<b>\$ 800,00</b>	Cuentas x pagar	\$ 103.748,03
<b>Fijo depreciables</b>		Total Pasivo Corriente	<b>\$ 103.748,03</b>
Maquinaria y equipos	\$ 9.588,70		
Equipos de computación	\$ 1.600,00	<b>Patrimonio</b>	
Muebles de oficina	\$ 1.130,00		
Equipo de oficina	\$ 575,00	Capital Social	\$ 34.582,68
<b>Total de activo Fijo</b>	<b>\$ 12.893,70</b>	<b>Total Capital Social</b>	<b>\$ 34.582,68</b>
<b>No depreciable</b>			
Terreno y Edificio	\$ 120.760,00		
<b>Total de no depreciable</b>	<b>\$ 120.760,00</b>		
<b>Otros Activos</b>	\$ 1.377,00		
<b>Total</b>	<b>\$ 1.377,00</b>		
<b>Activos diferidos</b>			
Gastos de constitución	\$ 2.500,00		
<b>Total de activo diferido</b>	<b>\$ 2.500,00</b>		
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 138.330,70</b>	<b>Total Pasivo+Patrimonio</b>	<b>\$ 138.330,70</b>

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

#### 4.14.2 Estado de situación financiera Proyectada

TABLA 32. Estado de situación proyectado

Empresa "Natural Sábila"					
Elaboración de shampoo a base de sábila					
Estado de Situación Proyectado					
Activos diferidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Corriente</b>					
caja	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Banco	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75
<b>Total de activos</b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 840,00</b>	<b>\$ 882,00</b>	<b>\$ 926,10</b>	<b>\$ 972,41</b>
<b>Fijo depreciables</b>					
Maquinaria y equipos	\$ 9.588,70	\$ 10.068,14	\$ 10.571,54	\$ 11.100,12	\$ 11.655,12
Equipos de computación	\$ 1.600,00	\$ 1.680,00	\$ 1.764,00	\$ 1.852,20	\$ 1.944,81
Muebles de oficina	\$ 1.130,00	\$ 1.186,50	\$ 1.245,83	\$ 1.308,12	\$ 1.373,52
Equipo de oficina	\$ 575,00	\$ 603,75	\$ 633,94	\$ 665,63	\$ 698,92
<b>Total de activo Fijo</b>	<b>\$ 12.893,70</b>	<b>\$ 13.538,39</b>	<b>\$ 14.215,30</b>	<b>\$ 14.926,07</b>	<b>\$ 15.672,37</b>
<b>No depreciable</b>					
Terreno y Edificio	\$ 120.760,00	\$ 126.798,00	\$ 133.137,90	\$ 139.794,80	\$ 146.784,53
<b>Total de no depreciable</b>	<b>\$ 120.760,00</b>	<b>\$ 126.798,00</b>	<b>\$ 133.137,90</b>	<b>\$ 139.794,80</b>	<b>\$ 146.784,53</b>
<b>Otros Activos</b>	<b>\$ 1.377,00</b>	<b>\$ 1.404,54</b>	<b>\$ 1.432,63</b>	<b>\$ 1.461,28</b>	<b>\$ 1.490,51</b>
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ 1.377,00</b>	<b>\$ 1.404,54</b>	<b>\$ 1.432,63</b>	<b>\$ 1.461,28</b>	<b>\$ 1.490,51</b>
<b>Activos diferidos</b>					
Gastos de constitución	\$ 2.500,00				
<b>Total de activo diferido</b>	<b>\$ 2.500,00</b>				
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 138.330,70</b>	<b>\$ 141.176,39</b>	<b>\$ 148.235,20</b>	<b>\$ 155.646,96</b>	<b>\$ 163.429,31</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Corriente</b>					
Cuentas x pagar	\$ 15.387,45	\$ 17.695,56	\$ 20.349,90	\$ 23.402,38	\$ 26.912,74
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 15.387,45</b>	<b>\$ 17.695,56</b>	<b>\$ 20.349,90</b>	<b>\$ 23.402,38</b>	<b>\$ 26.912,74</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 88.360,58</b>	<b>\$ 123.480,82</b>	<b>\$ 127.885,31</b>	<b>\$ 132.244,58</b>	<b>\$ 136.516,57</b>
Capital Social	\$ 34.582,68				
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 122.943,25</b>	<b>\$ 123.480,82</b>	<b>\$ 127.885,31</b>	<b>\$ 132.244,58</b>	<b>\$ 136.516,57</b>
<b>Total Pas.+Patr.</b>	<b>\$ 138.330,70</b>	<b>\$ 141.176,39</b>	<b>\$ 148.235,20</b>	<b>\$ 155.646,96</b>	<b>\$ 163.429,31</b>

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

#### 4.14.3 Estado de resultado integral

TABLA 33. Estado de resultado Integral

<b>Empresa "Natural Sábila"</b>					
<b>Elaboración de shampoo a base de sábila</b>					
<b>Estado de Resultado Integral Proyectado</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	\$ 336.000,00	\$ 352.800,00	\$ 370.440,00	\$ 388.962,00	\$ 408.410,10
(-)Costo de Venta	\$ 18.120,00	\$ 19.026,00	\$ 19.977,30	\$ 20.976,17	\$ 22.024,97
Materia prima directa	\$ 19.137,60	\$ 20.094,48	\$ 21.099,20	\$ 22.154,16	\$ 23.261,87
Materia prima indirecta	\$ 114.240,00	\$ 119.952,00	\$ 125.949,60	\$ 132.247,08	\$ 138.859,43
<b>Total Costo de Venta</b>	<b>\$ 151.497,60</b>	<b>\$ 159.072,48</b>	<b>\$ 167.026,10</b>	<b>\$ 175.377,41</b>	<b>\$ 184.146,28</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 184.502,40</b>	<b>\$ 193.727,52</b>	<b>\$ 203.413,90</b>	<b>\$ 213.584,59</b>	<b>\$ 224.263,82</b>
<b>Gastos Operacionales</b>					
Servicios Básicos	\$ 4.017,60	\$ 4.218,48	\$ 4.429,40	\$ 4.650,87	\$ 4.883,42
Gasto de constitución	\$ 2.500,00				
Gastos de mantenimientos	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Gastos de ventas	\$ 2.100,00	\$ 2.205,00	\$ 2.315,25	\$ 2.431,01	\$ 2.552,56
<b>Total de Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 10.057,60</b>	<b>\$ 7.935,48</b>	<b>\$ 8.332,25</b>	<b>\$ 8.748,87</b>	<b>\$ 9.186,31</b>
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldo	\$ 47.639,56	\$ 50.021,54	\$ 52.522,61	\$ 55.148,75	\$ 57.906,18
<b>Total Gastos Administrativo</b>	<b>\$ 47.639,56</b>	<b>\$ 50.021,54</b>	<b>\$ 52.522,61</b>	<b>\$ 55.148,75</b>	<b>\$ 57.906,18</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 126.805,24</b>	<b>\$ 135.770,50</b>	<b>\$ 142.559,03</b>	<b>\$ 149.686,98</b>	<b>\$ 157.171,33</b>
15% Participación Trabajadores	\$ 19.020,79	\$ 20.365,58	\$ 21.383,85	\$ 22.453,05	\$ 23.575,70
<b>Utilidad antes Imppto. A la Renta</b>	<b>\$ 107.784,45</b>	<b>\$ 115.404,93</b>	<b>\$ 121.175,17</b>	<b>\$ 127.233,93</b>	<b>\$ 133.595,63</b>
23% Impuesto a la Renta	\$ 24.790,42	\$ 26.543,13	\$ 27.870,29	\$ 29.263,80	\$30.726,99
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 82.994,03</b>	<b>\$ 88.861,79</b>	<b>\$ 93.304,88</b>	<b>\$97.970,13</b>	<b>\$102.868,63</b>

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

En el estado de situación inicial proyectado nos indica satisfactoriamente el margen de utilidad que hay que considerar, en el capital contable están las utilidades retenidas de los años anteriores.

En el Estado de resultado integral proyectado de la empresa “Natural Sábila” se puede mostrar la distribución de los recursos financieros, por ejemplo el aumento de inversión en activos fijos, así como también de que manera cree el flujo de caja.

También aquellas cuentas deudoras, principalmente la deuda a largo plazo que pertenece al préstamo bancario realizado, el mismo que se encuentra amortizado en 5 años, es decir, que se pagara los respectivos a la vida de la empresa. De igual manera se muestran resultados del patrimonio, el cual mide el aumento de capital.

#### **4.14.4 Indicadores financieros.**

Con las diferentes cuentas del estado financiero se mostrara las relaciones que existen entre las diferentes cuentas con los indicadores determinados, para de esta manera determinar el futuro de la empresa y útil para partir desde la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre las cuentas.

##### **4.14.4.1 Rentabilidad sobre las ventas.**

<u>Utilidad del ejercicio</u>	\$ 82.994,03	0,25	6,92
ventas	\$ 336.000,00		

Mediante la utilidad del ejercicio sobre las ventas me indicara el porcentaje de utilidad que tiene el proyecto sobre sus ventas, en este caso se obtiene un porcentaje de 6,92.

#### 4.14.4.2 Rentabilidad sobre los activos totales.

Utilidad neta	<u>\$ 82.994,03</u>	0,60	60,00
Total de Activos	\$ 138.330,70		

Mediante la utilidad neta sobre el total de activo se refleja que la empresa ha tenido eficiencia dentro del proceso administrativo, con un porcentaje de 0,60%.

#### 4.14.4.3 Rotación de los activos totales.

Ventas	<u>\$ 336.000,00</u>	2,43
Activos Totales	\$ 138.330,70	

Con el 2,43 de resultado nos indica el número de veces que rotaran los activos totales y ventas que realice la empresa.

#### 4.14.4.4 Solvencia de liquidez.

Activo corriente	<u>\$ 9.588,70</u>	0,09	9,24
Pasivo Corriente	\$ 103.748,03		

Del activo corriente sobre los valores de pasivo corriente se obtiene 9,24% de rentabilidad para la empresa, con el cual se analiza que esta presta paga pagar deudas pendientes.

#### 4.14.4.5 Rendimiento sobre el capital.

Utilidad Neta	<u>\$ 82.994,03</u>	2,40
Capital Contable	\$ 34.582,68	

En el rendimiento del capital se obtiene un porcentaje de 2,40 que es beneficioso para la empresa

#### 4.15 Flujo de efectivo

TABLA 34. Flujo de efectivo

Empresa "Natural Sábila"						
Elaboración de shampoo a base de sábila						
FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(Q)Ventas		\$ 336.000,00	\$ 352.800,00	\$ 370.440,00	\$ 388.962,00	\$ 408.410,10
Costo Variable		\$ 18.120,00	\$ 19.026,00	\$ 19.977,30	\$ 20.976,17	\$ 22.024,97
<b>(\$)Ventas</b>		<b>\$ 317.880,00</b>	<b>\$ 333.774,00</b>	<b>\$ 350.462,70</b>	<b>\$ 367.985,84</b>	<b>\$ 386.385,13</b>
Costos Fijos		\$ 47.639,56	\$ 50.021,54	\$ 52.522,61	\$ 55.148,75	\$ 57.906,18
M.P.D y M.P.I		\$ 133.377,60	\$ 140.046,48	\$ 147.048,80	\$ 154.401,24	\$ 162.121,31
Suministros de oficina		\$ 1.377,00	\$ 1.445,85	\$ 1.518,14	\$ 1.594,05	\$ 1.673,75
Gastos Generales		\$ 4.017,60	\$ 4.218,48	\$ 4.429,40	\$ 4.650,87	\$ 4.883,42
Amortización		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Publicidad		\$ 2.100,00	\$ 2.205,00	\$ 2.315,25	\$ 2.431,01	\$ 2.552,56
Gastos de Mantenimiento		\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Gastos de Maquinaria		\$ 9.588,70				
Utilidad antes Impuesto		\$ 117.839,54	\$ 133.824,65	\$ 140.540,88	\$ 147.592,93	\$ 154.997,58
<b>15% Participación de trabajadores</b>		<b>\$ 17.675,93</b>	<b>\$ 20.073,70</b>	<b>\$ 21.081,13</b>	<b>\$ 22.138,94</b>	<b>\$ 23.249,64</b>
Utilidad antes de impto. renta		\$ 100.163,61	\$ 113.750,95	\$ 119.459,75	\$ 125.453,99	\$ 131.747,94
<b>23% Impuesto a la Renta</b>		<b>\$ 25.040,90</b>	<b>\$ 28.437,74</b>	<b>\$ 29.864,94</b>	<b>\$ 31.363,50</b>	<b>\$ 32.936,98</b>
Utilidad antes de impuesto		\$ 75.122,71	\$ 85.313,22	\$ 89.594,81	\$ 94.090,49	\$ 98.810,95
Depreciación		\$ -7.613,48	\$ -7.613,48	\$ -7.613,48	\$ -7.613,48	\$ -7.613,48
Flujo Operacional		\$ 67.509,23	\$ 77.699,74	\$ 81.981,33	\$ 86.477,01	\$ 91.197,47
Préstamo	\$ -138.330,70					
Flujo de caja libre		\$ 67.509,23	\$ 77.699,74	\$ 81.981,33	\$ 86.477,01	\$ 91.197,47
Amortización de créditos		\$ 15.562,20	\$ 13.254,09	\$ 10.599,75	\$ 7.547,27	\$ 4.036,91
Total de Flujo de Caja	\$ -138.330,70	\$ 51.947,02	\$ 64.445,65	\$ 71.381,58	\$ 78.929,74	\$ 87.160,56
<b>VAN</b>	<b>\$ 90.967,88</b>					
<b>TIR</b>	<b>38%</b>					

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

#### 4.16 Decisión de invertir.

Es muy necesario realizar la evaluación financiera, para tomar decisiones correctas a futuro en la empresa de elaboración shampoo a base de sábila “Natural Sábila”.

Dentro del proyecto de elaboración de shampoo a base de sábila “Natural Sábila” se ha considerado evaluarlo a través de los principales indicadores como son el VAN y TIR.

##### 4.16.1 Análisis del VAN.

Mediante el VAN con una proyección financiera a cinco años para la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, se obtendrá un valor actual neto de \$ 90.967,88 la inversión total se recuperara en el tercer año, presentando rentabilidad para el proyecto.

TABLA 35. Decisión de invertir VAN

<b>Análisis del VAN</b>	
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$ -138.330,70</b>
<b>Año 1</b>	\$ 51.947,02
<b>Año 2</b>	\$ 64.445,65
<b>Año 3</b>	\$ 71.381,58
<b>Año 4</b>	\$ 78.929,74
<b>Año 5</b>	\$ 87.160,56
<b>VAN</b>	<b>\$ 90.967,88</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.16.2 Decisiones del TIR

La tasa interna de retorno corresponde al 38%, siendo este mayor que el costo de capital, por tal motivo la decisión de inversión del presente proyecto es ACEPTABLE.

TABLA 36. Decisión de invertir TIR

Análisis del TIR	
Inversión inicial	\$ -138.330,70
Año 1	\$ 51.947,02
Año 2	\$ 64.445,65
Año 3	\$ 71.381,58
Año 4	\$ 78.929,74
Año 5	\$ 87.160,56
<b>TIR</b>	<b>38%</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

#### 4.16.3 Periodo de retorno de la inversión

TABLA 37. Periodo de retorno de la inversión

CALCULO DEL PRI				
Periodo	Inversión	Flujo Neto	Calculo	Recuperación
2015	\$ -138.330,70	\$ 51.947,02	\$ -86.383,68	1
2016		\$ 64.445,65	\$ -21.938,03	1
2017		\$ 71.381,58	\$ 49.443,55	1,44
			<b>PRI</b>	<b>3,44</b>

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

Para el estudio de factibilidad de creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila se determino un préstamo de \$ 138.330,70 analizando los balances y flujos se concluyo e periodo de recuperación de la inversión en el lapso de 2 años cuatro meses aproximadamente por un valor.

#### 4.16.4 Punto de equilibrio

TABLA 38. Punto de equilibrio

Costo Fijo	\$ 3.969,96
Costo Variable	\$ 2,00
Precio	\$ 2,50

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable}}$$

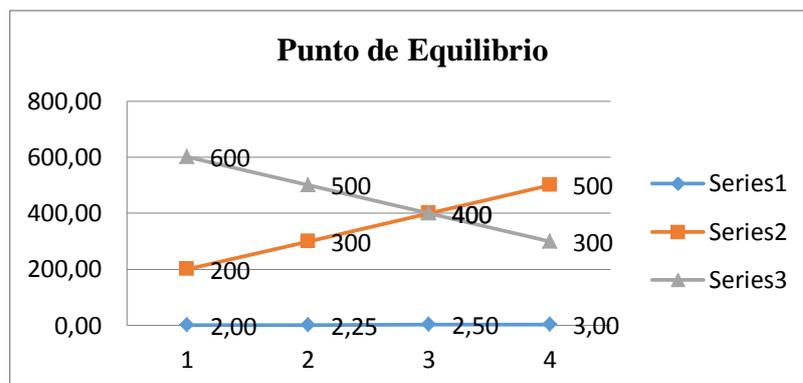
$$P.E = \frac{3.969,96}{2,50 - 2,00}$$

$$P.E = \frac{3.969,96}{0,50}$$

$$P.E = 7.939,93$$

El número de producción del producto se refleja en la determinación del punto de equilibrio con una Q= 7.939,93. En el cual se toman en cuenta aquellos costos fijos y variables anuales, así como también el precio de cada envase de shampoo.

ILUSTRACIÓN 8. Punto de Equilibrio



Elaborado por: Andrea Baque Vera.

Fuente: Investigación realizada

#### 4.17 Análisis de la sensibilidad.

Los criterios de evaluación que se realizan hasta ahora para calcular la rentabilidad del proyecto están indicando uno de los posibles escenarios del proyecto.

TABLA 39. Analisis de sensibilidad

Análisis de Sensibilidad		
Denominación	VAN	TIR
Valor original	\$ 90.967,88	38%
Incremento en ventas 10%	\$ 161.913,69	50%
Disminución en ventas 5%	\$ 64.337,29	32%
Incremento en costos 10%	\$ 87.141,88	37%
Disminución en costos 5%	\$ 97.646,44	39%

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

**Fuente:** Investigación realizada

Una de las escenas que se efectuó fue la disminución de las ventas del 5%, el VAN tuvo una disminución de \$ 64.337.29 y un TIR del 32%, por lo cual en una situación negativa el proyecto va a tener un índice económico rentable.

#### 4.18 Análisis del impacto del proyecto.

##### 4.18.1 Análisis socio-económico del proyecto.

Mediante el estudio de factibilidad para la creación de empresa de shampoo a base de sábila “Natural Sábila” se activara el proceso de elaboración de shampoo artesanal ya que el proyecto es aceptable, en el estatus económico medio y medio de la parroquia Posorja; basándose en la experiencia de la población al laborar en empresas, y también a través de la búsqueda de estrategias de comercialización y marketing; y una mayor infraestructura y apoyo en la administración.

Esto con el fin de obtener una fuente de empleo comunitario y seguro a través de la venta de botellas de shampoo natural de sábila. Las personas de la población serán beneficiarios que se apoyaran a través de este proyecto, así que la búsqueda del autoempleo es fundamental para los objetivos de este proyecto; un empleo que les pueda ofrecer ingresos económicos fijos y adecuados sin afectar sus costumbres, cultura e identidad como etnia indígena.

La intención es que este proyecto se transforme en un foco de desarrollo económico para la parroquia y que se aprovechen adecuadamente los recursos naturales con los que cuentan.

#### 4.18.2 Impacto ambiental.

TABLA40. Justificación de Causas Ambientales.

<b>IMPACTO AMBIENTAL</b>				
<b>Materiales</b>	<b>Agua</b>	<b>Aire</b>	<b>Tierra</b>	<b>Hombre</b>
<b>crystal de sábila</b>	Debido a sus características naturales, la materia prima no contaminara a ninguno de estos elementos			
<b>Envases</b>	No son biodegradables pero si reciclables, contaminan si son arrojadas a fuentes de agua natural	No causan ningún perjuicio al aire por no ser químicamente contaminante	Por ser físicamente contaminantes pueden generar basura en el caso de no ser reciclados	No le hace daño, pero es el responsable de su reciclaje.
<b>Energía</b>	Con este material no se causara ningún daño a los elemento como son; agua, aire, tierra, hombre, si se utiliza en las cantidades y corrientes necesarias.			
<b>Proceso de producción</b> 1.- Almacenamiento de materia prima 2.-Preparacion de maquinaria 3.-Proceso de elaboración 4.-Empaque	Ninguno de estos recursos naturales se verán afectados por los procesos de elaboración que se utilizan en la planta		En cada uno de los pasos del proceso, el hombre debe manejar toda la seguridad requerida para evitar quemaduras o cortadas.	
<b>Producto Terminado shampoo a base de sábila</b>	Este producto es elaborado con uno de los recursos naturales que posee Ecuador, por lo tanto no significa ningún peligro al ecosistema.			

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

Para el proyecto de elaboración de shampoo a base de sábila “Natural Sábila”, ubicada en la parroquia Posorja, brindara un producto de calidad en su proceso de elaboración, además buscara la manera que produzca el mejor impacto ambiental, en la parroquia existe una gran porción de mala higiene en las diferentes calles de la población.

Con la creación de este proyecto se contribuirá a solucionar, prevenir y promover el cuidado ambiental, la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila “Natural Sábila” contara con planes de manejo ambiental.

Para mantener la integridad de la empresa en los temas de impacto ambiental el proyecto estará sustentado por los artículos de la Ley de Gestión Ambiental.

**(Ley de gestion ambiental)Art. 19.-**Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

**(Ley de gestion ambiental)Art. 20.-**Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Con los diferentes artículos que han mencionado se deja claro que el proyecto de estudio de factibilidad para la creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila no presenta ningún impacto ambiental de cualquier índole, mucho menos daño al ser humano de lo contrario este producto “Natural Sábila” ofrece muchos beneficios a las personas para el cuidado de su cabello.

#### 4.19 Plan de Acción.

TABLA 41. Plan de acción

Plan de Acción			
Propuesta:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE SHAMPOO A BASE DE SÁBILA, EN LA PARROQUIA POSORJA, PROVINCIA DEL GUAYAS.		
Tema:	Incidencia de la factibilidad económica financiera, en la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, en la parroquia Posorja, Provincia del Guayas.		
Proyecto		Dimensiones	
Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, en la parroquia Posorja.		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estudio legal</li> <li>* Estudio de Mercado</li> <li>* Estudio Técnico</li> <li>* Estudio Organizativo</li> <li>* Estudio Financiero</li> <li>* Estudio Socioeconómico</li> </ul>	
INDICADORES	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
ESTUDIO LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Definir la forma jurídica de la empresa.</li> <li>* Constituir y formalizar la empresa con sus estatutos.</li> <li>* Determinar la viabilidad legal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Patentes y Marcas</li> <li>* Constitución legal de la empresa</li> <li>* Régimen tributario</li> <li>* Permisos de funcionamiento</li> <li>* Ley de compañía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Determinar gasto de constitución de la empresa.</li> <li>* Crear estatutos correspondientes.</li> </ul>
ESTUDIO DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Conocer nuestro mercado meta.</li> <li>* Identificar las preferencias del consumidor.</li> <li>* Determinar las características del mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Determinar oferta</li> <li>* Conocer la demanda</li> <li>* Nivel de aceptación de producto nuevo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Determinación de precio de venta.</li> <li>* Conocer plazas de distribución.</li> <li>* Distribuir la planta procesadora.</li> </ul>
ESTUDIO TÉCNICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Analizar el tamaño y localización óptima de la empresa</li> <li>* Determinar los equipos e instalaciones necesarias para el proceso de producción del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Definir el tamaño de la empresa</li> <li>* Localización de la planta</li> <li>* Acondicionamiento para los procesos de producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Adquisición de maquinarias</li> <li>* Determinar ambiente humano</li> </ul>
ESTUDIO ORGANIZATIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Establecer las líneas de autoridad y responsabilidad diseñadas en el organigrama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Establecer estructura orgánica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diseñar organigrama</li> <li>* Definir puestos de trabajo</li> <li>* Establecer reglamentos internos.</li> <li>* Manual de políticas de la empresa</li> </ul>
ESTUDIO FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Definir la estructura financiera del proyecto</li> <li>* Analizar las cuentas financieras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estados financieros</li> <li>* Ingresos y gastos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Determinar VAN y TIR de los flujos de caja.</li> <li>* Realizar análisis de sensibilidad del proyecto.</li> </ul>
ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nivel económico de la población</li> <li>* Crecimiento poblacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estilo de vida</li> <li>* Clase social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Satisfacer las necesidades los consumidores.</li> <li>* Fijar proyecciones de ventas de acuerdo al crecimiento poblacional.</li> </ul>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Andrea Baque Vera.

## CONCLUSIONES

- ✚ En el estudio de mercado que consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda, la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización, se verificó la posibilidad real de penetración de la empresa en el mercado objetivo. Según la investigación de mercado, se estima que existe una demanda insatisfecha muy importante.
- ✚ El mercado meta está formado por hombres y mujeres de extracto económico medio y medio alto, quienes consideran que la calidad y los precios son factores de éxito. En cuanto a los principales competidores en producto natural esta Garden y de otro tipo de elaboración sedal y har, sin embargo el mercado de productos para el cuidado del cabello a través de venta directa por catálogo es amplio pero no cubierto. En cuanto al lugar de compra la mayoría de personas lo realizan en supermercados, y tiendas cercanas.
- ✚ El estudio técnico permitió analizar la localización de la empresa, los requerimientos de ingeniería, la distribución de instalaciones, sirviendo de base el capítulo financiero, demostrándose que no existe ningún tipo de limitante técnico para la implementación de la empresa de shampoo a base de sábila “Natural Sábila”.
- ✚ En el VAN se reflejó un valor de \$ 90.967,88 lo cual es un valor positivo para la empresa, de acuerdo a las cantidades que se han pronosticado durante los cinco años.
- ✚ En el TIR se obtuvo un porcentaje de 38% siendo mayor que el costo de capital. En conclusión la decisión de invertir en el proyecto de creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila es aceptable.

## RECOMENDACIONES.

- ✚ Es muy importante recomendar que la implementación de la empresa se la realice en base al presente proyecto de factibilidad, pues como ha sido concebido y diseñado tendrá probabilidad los resultados previstos en el mismo, caso contrario no se podrían determinar el alcance y resultado que tendrá la empresa.
- ✚ Fomentar el desarrollo sustentable de la parroquia Posorja por medio del empleo, crecimiento global y profesional, incentivando a otras personas a investigar y al desarrollar nuevos proyectos.
- ✚ Estar siempre en constante innovación, realizando acciones que llamen la atención de los pobladores al ver el crecimiento de la empresa.
- ✚ Considerar la maquinaria necesaria para la inversión y puesta en marcha de la empresa.
- ✚ Realizar los pronósticos de los estados financieros a un 5% para tener un mejor análisis y ser considerados al momento de la decisión de invertir.
- ✚ Continuar con los procesos financieros planteados en la propuesta para determinar las ganancias periódicas, para garantizar la permanencia de la empresa en el mercado turístico donde se desarrolla.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Asamblea Nacional (2008), Constitución de la República del Ecuador, Capitulo Segundo de Biodiversidad y Recursos Naturales

Baca Urbina Gabriel (2006), Evaluación de proyectos, Editorial McGrawHill, sexta edición, México.

Bernal Torres Cesar (2006), Metodología de la investigación para administración, Pearson educación mexicana S.A, segunda edición.

Bernal Torres Cesar (2010), Metodología de la investigación para administración, Pearson educación mexicana S.A, segunda edición.

Fontaine Ernest (2008), Evaluación social de proyectos, Alfa Omega.

Gómez Marcelo (2006), las microempresas como agentes de desarrollo en el sur, Centro de investigaciones Europa.

Hurtado de B (2000), Metodología de la investigación.

Méndez A. Carlos (2005), Metodología del diseño y Desarrollo de proceso de investigación en Ciencias empresariales, Editorial Limusa S.A, México.

Mendoza (2010) trabajo de investigación.

Paredes Wilson Gonzalo (2009), Como desarrollar tesis

Rosales Ramón (2005), Formulación y evaluación de proyectos.

Rodríguez Ernesto (2005), Metodología de la investigación, quinta edición, Zona de cultura centro.

Standreu C (2004), Economía y Finanzas al alcance de todos, Ediciones Garnica, S.A, Primera edición.

## PAGINAS WEB

<http://www.efemerides.ec/1/cons/index7.htm>

[http://www.google.com.ec/search?q=upse&espv=2&biw=1360&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=GUG3VJK\\_KaHHsQsvu4GgBQ&ved=0CAYQ\\_AUoAQ](http://www.google.com.ec/search?q=upse&espv=2&biw=1360&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=GUG3VJK_KaHHsQsvu4GgBQ&ved=0CAYQ_AUoAQ)

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

[http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento\\_institucional/legislations/PDF/EC/constitution.pdf](http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/constitution.pdf)

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7275/1/D-39191.pdf>

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

<http://www.afu.com/apuntes/educaci3n/metodologiadeinvestigacion/def.ault>

[http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento\\_institucional/legislations/PDF/EC/constitution.pdf](http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/constitution.pdf)

[http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/Plan\\_Nacional\\_para\\_el\\_Buen\\_Vivir\\_%28version\\_resumida\\_en\\_espanol%29.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_%28version_resumida_en_espanol%29.pdf)

## ANEXO# 1 Carta Aval



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
**Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural De Posorja**  
2014 - 2019

Dirección: Calle 25 De Julio y Teodoro Wolf.  
Teléfono: 4-2066765 – 0979973331.Mz#27-Solar#02  
E-MAIL:juntaposorja@hotmail.com\*\*jorgebanchon42@gmail.com

POSORJA, 19 DE FEBRERO DE 2015  
GADPRP-JB-2015 - 056

Señores  
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Escuela de Ingeniería Comercial  
Carrera de Desarrollo Empresarial  
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Reciba lo más cordiales saludos de consideración y estima de quienes conformamos el Gobierno Parroquial, en voz de todos los moradores de Posorja.

Mediante la solicitud presentada en secretaria, con fecha 15 de Diciembre del 2014, le fue solicitado a la administración anterior para realizar un trabajo de investigaciones que servirá como Proyecto de Tesis siendo este un requisito para la Graduación de la Srta. **ANDREA MARIUXI BAQUE VERA C.I. #091841470-7** estudiante de la carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, cuyo tema se titula "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ELABORACION DE SHAMPOO EN LA PARROQUIA POSORJA- PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015".

Por lo expuesto, habiendo transmitido la solicitud del siguiente certificando de la actualización del oficio GAD-PRP. #200-212 DEL 15 de diciembre del 2014 se confiere el Aval para que se desarrolle dicho proyecto y señalando que el mismo pueda ser aplicado en beneficio de la misma.

Sirva el presente documento para los fines pertinentes y de exclusividad para el solicitante.

Sin otro particular, me suscribo de Uds.

Atentamente,

Sr. **JORGE BANCHON ADUM**  
Presidente  
Gobierno Parroquial de Posorja



ANEXO # 2 Matriz de encuestas

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL</b>		 <b>CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL</b>			
<b>Encuesta para determinar la factibilidad económica financiera, a través del análisis e interpretación de los resultados del mercadeo, para satisfacer la demanda mediante la creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, 2014.</b>					
Nº	Items	Alternativas			
1.-	¿Tiene conocimiento sobre los beneficios que brinda la sábila para el cuidado del cabello?	Si	No		
2.-	¿Es de fácil acceso adquirir shampoo natural dentro de la parroquia Posorja?	Si	No		
3.-	¿Qué factores considera al momento de realizar la compra de un shampoo?	Envase	Precio	Beneficios	
4.-	¿Con qué frecuencia compra y utiliza habitualmente el shampoo ?	Senanal	Quincena	Mensual	
5.-	¿Qué marca de shampoo como los mencionados suele comprar con mayor frecuencia?	Sedal	Savital	Herbal esences	catalogo
6.-	¿Donde adquiere usted su shampoo?	Tienda	Farmacia	Supermercado	Catalogo
7.-	¿Cómo considera usted al precio de shampoo que ofrecen actualmente en el mercado ?	Justo	Alto	Bajo	
8.-	¿A que precio compra el shampoo actualmente?	\$1 a \$2.5	\$3,55	\$4,55	\$5,55
9.-	¿Que presentación prefiere para la apreciación de un shampoo?	Sachet	250ml	Familiar	Litro
10.-	¿Considera que los productos naturales son beneficiosos para la salud?	Si	No	Talvez	
11.-	¿Considera que en los procesos de producción de shampoo se debe aplicar estándares de calidad?	Si	No	Talvez	
12.-	¿Esta de acuerdo que exista una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila?	Si	No		
13.-	¿La creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila reducirá el desempleo en la parroquia?	Si	No	Talvez	
14.-	¿Le interesaría cambiar el shampoo que usa actualmente por un producto natural?	Si	No	Talvez	
<b>Nota: Este instrumento es de uso exclusivo de Andrea Baque Vera, estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, año 2015.</b>					

ANEXO # 3 Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia					
Titulo	Problema	Tema	Objetivo	Hipotesis	Variabes
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila, en la parroquia Posorja provincia del Guayas, año 2015.	¿Qué incidencia tiene el estudio de la factibilidad económica financiera en la elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja provincia del Guayas, año 2015?	Incidencia de la factibilidad económica financiera, en la creación de una empresa de elaboración de shampoo, a base de sábila en la parroquia posorja, provincia del Guayas, año 2015.	Determinar la factibilidad económica financiera a través del análisis e interpretación de los resultados del mercadeo para satisfacer la demanda mediante la creación de la empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, 2015.	¿La factibilidad económica financiera incidirá positivamente en la creación de una empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja, provincia del Guayas, año 2015?	<b>Independiente:</b> La factibilidad económica financiera. <b>Dependiente:</b> Creación de empresa de elaboración de shampoo a base de sábila en la parroquia Posorja.

Fuente: Matriz de Consistencia.  
Elaborado por: Andrea Baque Vera.

## ANEXO # 4 Maquinaria y herramientas en el proceso productivo



<b>Costo</b>	400,00
<b>Carga(Kg)</b>	1500
<b>Largo</b>	1705
<b>Ancho</b>	755
<b>Velocidad</b>	(km/h)

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	1.200
<b>Marca</b>	Preston Electric
<b>Modelo</b>	PRG 12L
<b>A/C Voltaje</b>	110/127
<b>Peso</b>	1940 Lbs.
<b>Alto</b>	105 cm
<b>Tipo De motor</b>	Motor Diesel

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	220,00
<b>Motor</b>	4t Mono cilíndrico
<b>Cilindraje</b>	163 cc
<b>Peso</b>	29 kg
<b>Dimensiones</b>	51.1 x 38.5 x 45 cm

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	60,00
<b>Modelo</b>	SVA 220
<b>Capacidad</b>	120mg
<b>Resolución</b>	0.5 mg
<b>Características</b>	calibración interna

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	3,00
<b>Modelo</b>	Industria IRIS
<b>Capacidad</b>	0,5 g
<b>Resolución</b>	resiste alta temperatura
<b>Características</b>	Madera

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	600,00
<b>Modelo</b>	metal-MDF
<b>Material</b>	Acero inoxidable
<b>Peso</b>	40 Lbs
<b>Alto</b>	76cm
<b>Largo</b>	280cm

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque V.



<b>Costo</b>	40,00
<b>Modelo</b>	aros
<b>Capacidad</b>	1 litro
<b>Resolución</b>	0.5 mg
<b>Características</b>	acero inoxidable

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	3,00
<b>Modelo</b>	Embudo BUCHNER
<b>Capacidad</b>	0,8 g
<b>Características</b>	acero inoxidable

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	1200,00
<b>Modelo</b>	QL-ST500
<b>Cilindraje</b>	1.2mm
<b>Capacidad</b>	700 litros
<b>Dimensiones</b>	1240x1000mm

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.



<b>Costo</b>	2,70
<b>Modelo</b>	ALBIZ
<b>Medidas</b>	11x26
<b>Características</b>	acero inoxidable

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

## ANEXO # 5 Encuestas realizadas



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.

## ANEXO # 6 Elaboración del shampoo



Extracción de la cristal de sábila



Preparación de mezcla para shampoo

**ANEXO # 7 Socializando proyecto con el presidente del G.A.D Parroquial  
Posorja**



**Fuente:** Entrevista en el G.A.D  
**Elaborado por:** Andrea Baque Vera.