

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TÍTULO:**

*“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ECO COSMÉTICOS EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL CON BASE AL OBJETIVO 10 DEL PLAN DEL BUEN  
VIVIR”*

**AUTORES:**

GARCIA MONTESDEOCA MARGARITA ISABEL

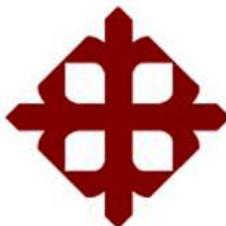
QUINTANA PRIETO MARIA GRACIA

**TUTOR:**

SANTILLAN PESANTES JAIME

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE EMPRESARIALES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGUE**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **MARIA GRACIA QUINTANA PRIETO** y **MARGARITA ISABEL GARCIA MONTESDEOCA** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE**.

**TUTOR**

---

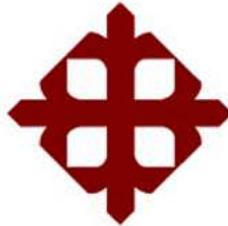
**Ing. Jaime Santillan P.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Eco. Ma. Teresa Alcivar**

**Guayaquil, 3 de Octubre del 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE EMPRESARIALES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGUE**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **María Gracia Quintana Prieto**

Y

**Margarita Isabel Garcia Montesdeoca**

#### **DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ECO-COSMETICOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** previa a la obtención del Título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

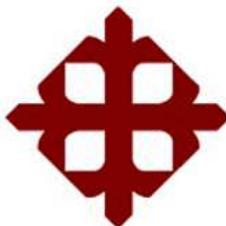
**Guayaquil, 3 de Octubre del 2014**

---

**Ma. Gracia Quintana Prieto**

---

**Margarita Isabel Garcia  
Montesdeoca**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE EMPRESARIALES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGUE**

## **AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **María Gracia Quintana Prieto**

Y

**Margarita Isabel Garcia Montesdeoca**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ECO-COSMETICOS**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 3 de Octubre del 2014**

**LAS AUTORAS**

---

**Ma. Gracia Quintana Prieto**

---

**Margarita Isabel Garcia  
Montesdeoca**

## DEDICATORIA

Al **SEÑOR JESÚS** por guiarnos en la realización de este trabajo para la obtención del título profesional, poniendo en nuestro camino muchas personas que han sido instrumento suyo y que nos han brindado ayuda y apoyo necesario.

A mi **FAMILIA**, porque sin el amor, apoyo, consejos, llamadas de atención y muchas veces consentimientos, habría sucumbido ante la presión y responsabilidad que conlleva el desarrollo de este proyecto. Porque siempre ellos han sido mi motor para seguir adelante, mis padres Marcos Quintana y Nella Prieto por el legado que me han dejado y mi hermanita Karla Quintana por el ejemplo que quiero darle.

A todos aquellos quienes han contribuido con apoyo y ayuda que para nosotros es invaluable, no solo en el momento de la realización del proyecto, sino a lo largo de nuestras vidas.

A todos Uds,  
¡Gracias!

Ma. Gracia Quintana Prieto

## **AGRADECIMIENTO**

Al **SEÑOR JESÚS** por ayudarme y guiarme en todo momento de mi vida, por su amor y misericordia siempre presente en mi vida que ha sido llena de bendiciones y logros, Honra y Gloria a Él, Rey de Reyes.

A mis **PADRES** por ser el pilar de mi vida enseñándome y alentándome a afrontar las dificultades que la vida presenta de una manera en la que no se pierda la dignidad. Por el legado de hacer obras constructivas e inculcarme valores, principios, perseverancia, empeño y crear en mi la fortaleza para luchar por nuestras convicciones; todo esto con infinito amor y apoyo incondicional.

A mi compañera, **MARGARIA GARCIA** Montesdeoca, por la confianza depositada en mi para alcanzar esta meta juntas y ser el buen equipo de trabajo que formamos.

Al **ING JAIME SANTILLAN**, por su ayuda para realizar este proyecto de la mejor manera posible, por sus correos alentadores y por las observaciones realizadas para mejorar lo que era necesario.

A todos aquellos, que en algún momento de su vida brindaron unos instantes de ella ayudando a desarrollar mi vida como humano, profesional, humanos y como persona capaz de interactuar efectivamente en la sociedad.

Ma. Gracia Quintana Prieto.

## DEDICATORIA

A **JESÚS** y **MARÍA**, en quienes encontré siempre y cada día, la fuerza y el aliento necesarios para no desfallecer en el trabajo diario.

A mi **MAMÁ** por ser ese pilar fundamental en mi vida, por su amor, oración, apoyo incondicional, ánimo y esfuerzo, permitiéndome culminar una etapas más en mi vida profesional.

A mi **PAPÁ** que desde el cielo se debe de sentir el hombre mas orgulloso, al ver a su hija alcanzar una meta mas en su vida profesional.

A mis **FAMILIARES** y **AMIGOS**, por ser el constante apoyo y fuente de inspiración, en la consecución de mis sueños.

A todos ellos dedico este trabajo realizado con mucho esfuerzo y dedicación...pero todo **AMDG. Ad Mayorem Dei Gloria (a mayor Gloria de Dios)**

Margarita García Montesdeoca

## AGRADECIMIENTO

A **JESÚS** y a **NUESTRA MADRE** por ser los guías principales, quienes me han dado la gracia, sabiduría, y fortaleza para poder culminar este proyecto.

A mis padres: **Walter García y Margarita Montesdeoca**, que fueron los instrumentos escogidos por Dios para darme la vida.

A mis **HERMANOS**, que siempre me apoyaron y animaron a continuar y seguir adelante en este proyecto de vida.

A todas aquellas personas que por medio de sus oraciones y ánimos han aportado en el desarrollo de este trabajo de titulación.

Al Ing. Santilla por haber aportado en la elaboración de este proyecto.

A mi **COMPAÑERA** de Tesis por haber confiado en mi, por haber aceptado terminar esta meta conmigo y lograr ser un solo equipo en el desarrollo de este proyecto.

Margarita García Montesdeoca.

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación sirve de aporte para contribuir con la investigación de crear, impulsar, y emprender una empresa que se dedique a la producción y comercialización de maquillaje a base de productos naturales en la ciudad de Guayaquil, una de las ciudades más grandes que ha presentado un alto índice de emprendimiento por parte de jóvenes quienes desafían al mercado laboral con proyectos innovadores.

En la actualidad, a pesar de que las actividades de innovación han crecido en el país, son pocas las oportunidades laborales que se puede encontrar. Es por esto la idea de emprender esta empresa, que busca la satisfacción de la mujer y a la vez generar fuentes de trabajo, logrando de esta manera mejorar la economía de las personas involucradas y dando una excelente alternativa a los consumidores de los productos.

En el desarrollo de este proyecto, encontrará el negocio a emprenderse, donde se ha creado estrategias de marketing para posicionar esta nueva empresa en el mercado, así como también toda la parte financiera que es imprescindible al momento de poner en marcha la propuesta.

El proyecto busca partir desde una actividad artesanal, con un crecimiento acelerado, hasta lograr expandir la comercialización de los productos incrementando la capacidad productiva.

Este trabajo está realizado bajo los parámetros establecido por la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

## **ABSTRACT**

Development and innovation are two fundamental aspects that must occur in business and in everyday life. The present project serves as a contribution to help with the investigation to create, promote, and undertake a company engaged in the production and marketing of make-up from natural products in the city of Guayaquil, one of the city that has presented a high rate of entrepreneurship by young people who defy the labor market with innovative projects.

Today, whilst innovation activities have grown in the country, few job opportunities can be found.. That is why the idea of launching this company, which seeks to satisfy the woman, while generating jobs, achieving in this way to improve the economy of the people involved and giving an excellent alternative to consumer products.

In developing this project, you will find the business undertaken, the marketing strategies to position the new company in the market, as well as all financial part that is essential when implementing the proposal..

The project seeks to depart from a craft activity, with accelerated growth to achieve the increase of the production.

This project is performed under the parameters established by the Faculty of Business Specialties of the Catholic University of Santiago de Guayaquil.

## INTRODUCCION

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad exponer la viabilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización en la ciudad de Guayaquil. Dicho trabajo surge con la finalidad de probar que jóvenes emprendedores pueden desafiar al mercado laboral con proyectos innovadores, de esta manera cumplir con la visión de la empresa que es lograr expandir la comercialización de los productos incrementado la capacidad productiva.

Se ha desarrollado el trabajo de titulación mediante la elaboración de 9 capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el Capítulo 1, se realizó la descripción de la investigación, se definió el tema, delimitación espacial, delimitación temporal, planteamiento del problema, adicionalmente se establecen los objetivos generales y específicos de la formulación de las preguntas de la investigación, la justificación y por último los objetivos del proyecto.

En el Capítulo 2, se definió la metodología de la investigación en donde se estableció el tipo de investigación a usar, el enfoque, tipo de muestra y las diferentes técnicas de recolección de datos.

En el Capítulo 3, se detalló el marco teórico del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, la industria de cosmética en Ecuador. El marco legal y conceptual.

En el capítulo 4, se detalla la hipótesis, la segmentación geográfica, demográfica y conceptual, el cálculo del tamaño de la muestra, la encuesta y análisis de los datos.

En el Capítulo 5, se da a conocer la empresa, el nombre, la razón social, el logo, misión y visión y objetivos empresariales, la estructura organizacional

y las funciones que va a desempeñar cada persona en la empresa y el FODA de la empresa.

En el Capítulo 6, se determina los objetivos del mercado, para lo cual se hará uso de distintas estrategias de marketing, las mismas que están relacionadas con el Marketing Mix. Además, se detalla las estrategias a utilizar.

En el Capítulo 7, se hizo el estudio técnico en donde se abarca la ingeniería del proyecto, localización de la empresa, la descripción del proceso de elaboración del producto y los procesos detallados de cada producto. La capacidad productiva y capacidad instalada, requerimientos y costos de materia y la distribución de las instalaciones.

En el Capítulo 8, se detalla el estudio financiero de esta manera se mide la factibilidad del trabajo de titulación de forma numérica. Se detalla el monto de la inversión, el financiamiento, los costos, los ingresos, las proyecciones de los estados financieros, tales como: Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias, Tabla de depreciaciones, Estados de situación inicial y criterios de evaluación. En este caso el resultado del proyecto fue viable con una TIR del 69% y un VAN de \$122.802,87.

En el capítulo 9, Las conclusiones y recomendaciones del trabajo de titulación que ayuden a mejorar los procesos en la empresa.

Finalmente se expone los anexos y el material complementario.

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	2
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	3
AUTORIZACIÓN.....	4
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
CAPÍTULO 1.....	20
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
Definición del tema.....	20
Planteamiento del problema.....	21
Formulación de las preguntas de la investigación.....	28
General:.....	28
Específicos.....	28
Justificación.....	28
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos: .....	29
CAPITULO 2.....	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	30
ENFOQUE .....	30
Tipo de muestreo.....	30
TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS .....	31
ENCUESTA .....	31
CUESTIONARIO .....	31
CAPITULO 3.....	32
MARCO REFERENCIAL .....	32
MARCO TEORICO.....	32
PROYECTO.....	32
Estudio de Mercado.....	32
Estudio Técnico .....	33
Estudio Financiero.....	33
La pequeña industria .....	33
La industria cosmética .....	33
La industria cosmética en Ecuador.....	34
Productos cosméticos.....	35
MARCO LEGAL .....	37
Constitución de la empresa .....	37
Número de Socios .....	37
Personas que pueden asociarse .....	37
Nombre de la Empresa.....	37
Razón Social.....	38
Capital.....	38
Registro Único de Contribuyente - R.U.C. ....	38
Permisos.....	38
Emisión del RUC .....	39

RUC para sociedades.....	39
OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACION POR PRIMERA VEZ .	39
REQUISITOS PARA OBTENER PERMISO PARA CUERPO DE BOMBEROS .....	43
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.....	43
CAPITULO 4.....	45
INVESTIGACION DE MERCADOS .....	45
HIPOTESIS .....	45
SEGMENTACIÓN .....	45
Segmentación Geográfica y Demográfica .....	45
Segmentación Psicográfica .....	46
Segmentación Conductual.....	46
POBLACIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	47
Aplicación de encuestas .....	49
Procesamientos de Datos.....	49
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	50
CAPITULO 5.....	65
LA PROPUESTA .....	65
LA EMPRESA .....	65
Nombre de la Empresa .....	65
Descripción del nombre .....	65
Logo.....	65
Justificación del logo:.....	65
MISIÓN .....	66
VISIÓN .....	66
VALORES .....	66
OBJETIVOS EMPRESARIALES .....	66
Corto Plazo (6 meses) .....	66
Mediano Plazo (1 año – 2 años) .....	67
Largo Plazo (3 años- 5 años).....	67
ORGANIGRAMA .....	68
FODA .....	69
FUERZAS DE PORTER.....	70
CLIENTES .....	70
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	70
PROVEEDORES .....	81
PRODUCTOS SUSTITUTOS .....	83
CAPITULO 6.....	86
PLAN DE MARKETING .....	86
MARKETING MIX.....	87
Producto .....	87
Precio.....	90
Plaza.....	92
Promoción.....	93
CAPITULO 7 .....	94
ESTUDIO TECNICO .....	94
Ingeniería del Proyecto .....	94
Localización de la empresa .....	94
Descripción del Proceso de elaboración del producto.....	95
Flujo de Proceso .....	97

Flujo de proceso productivo de Base de Maquillaje .....	98
Flujo del Proceso Productivo de Rubor .....	99
Flujo del Proceso de Producción de Paleta de Labiales .....	99
Flujo del Proceso Productivo de Desmaquillante Bifásico.....	100
Capacidad productiva y capacidad instalada .....	100
REQUERIMIENTOS Y COSTOS DE MATERIA PRIMA .....	102
Tabla 18: COSTO UNITARIO RUBOR .....	103
Distribución de las instalaciones .....	106
Distribución de Oficina .....	106
Requerimiento de mano de obra .....	107
Requerimientos de materiales, suministros y servicios .....	107
CAPITULO 8.....	110
ESTUDIO FINANCIERO .....	110
Presupuesto de Inversión.....	110
Activos fijos.....	110
ACTIVO CIRCULANTE.....	115
Activos Intangibles.....	115
CAPITAL DE TRABAJO .....	116
DETERMINACION DE LA INVERSION .....	117
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	118
Elaborado por: Los autores. ....	119
Gastos Administrativos: Personal.....	120
Tabla 45: Detalles de Salarios con Beneficios Proyectados .....	120
PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN .....	127
PRESUPUESTOS DE INGRESOS .....	127
PRESUPUESTO DE EGRESOS .....	132
COSTO UNITARIO .....	139
ESTADOS FINANCIEROS.....	140
ESTADO DE SITUACION INICIAL .....	140
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS – ESTADO DE	
RESULTADOS .....	141
CRITERIO DE EVALUACIÓN.....	143
CAPITULO 9.....	146
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	146
CONCLUSIONES.....	146
RECOMENDACIONES .....	147
BIBLIOGRAFÍA .....	148

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Rango de edades .....	50
Gráfico 2 Sector de la ciudad de Guayaquil.....	51
Gráfico 3 Escuchar la palabra maquillaje.....	52
Gráfico 4 Uso del maquillaje .....	53
Gráfico 5 Frecuencia de compra del maquillaje .....	54
Gráfico 6 Artículos de maquillaje mas usados .....	55
Gráfico 7 Frecuencia de uso de maquillaje .....	56
Gráfico 8 Lo primero que compra al ver el maquillaje.....	57
Gráfico 9 Marca de maquillaje que más compra.....	58
Gráfico 10 Estaría dispuesto a usar maquillaje hecho a base de productos naturales.....	59
Gráfico 11 Lugares donde le gustaría adquirir el producto .....	60
Gráfico 12 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un labial.....	61
Gráfico 13 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un rubor.....	62
Gráfico 14 Cuanto estaría dispuesto a pagar por una Base de Maquillaje ..	63
Gráfico 15 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un Desmaquillante.....	64

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: FODA .....	69
Cuadro 2: Distribución de Oficina .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Segmentación Geográfica y Demográfica.....	45
Tabla 2: Segmentación Psicográfica .....	46
Tabla 3: Segmentación Conductual.....	46
Tabla 4: Descripción de los envases y precios. ....	81
Tabla 5: Descripción de los insumos Cor´s Natural .....	82
Tabla 6: Descripción de insumos Laboratorio Luque .....	83
Tabla 7: Descripción por producto.....	89
Tabla 8: Costos lote de Desmaquillante Bifásico .....	90
Tabla 9: Costos de Base de Maquillaje.....	90
Tabla 10: Costos de lote de Paleta de labiales.....	91
Tabla 11: Costos de lote de rubor.....	91
Tabla 12: Descripción de costos de cada uno de los productos.....	92
Tabla 13: Presupuestos de Campaña Publicitaria .....	93
Tabla 14: Capacidad Productiva.....	101
Tabla 15: Capacidad Instalada.....	101
Tabla 16: Capacidad Requerida .....	102
Tabla 17: Requerimiento de Rubor .....	102
Tabla 18: Costo Unitario Rubor.....	103
Tabla 19: Requerimiento de Desmaquillante.....	103
Tabla 20: Costo Unitario Desmaquillante .....	103
Tabla 21: Requerimiento Labial .....	104
Tabla 22: Costo Unitario Labial .....	104
Tabla 23: Requerimiento de Base de Maquillaje .....	104
Tabla 24: Costo Unitario Base de Maquillaje.....	105
Tabla 25: Requerimiento de Mano de Obra.....	107
Tabla 26: Requerimiento de Equipos de Producción .....	108
Tabla 27: Requerimiento de Equipos de Computación .....	108
Tabla 28: Requerimiento de Equipos y Muebles de Oficina .....	108
Tabla 29: Requerimiento de Suministros de Oficina.....	109
Tabla 30: Activos Fijos.....	109
Tabla 31: Activos Diferidos.....	109
Tabla 32: Activos Fijos.....	110
Tabla 33: Depreciación de Edificios.....	111
Tabla 34: Depreciación de Maquinaria y Equipo de Oficina .....	112
Tabla 35: Depreciación del Vehículo .....	113
Tabla 36: Depreciación de Muebles y Enseres .....	114
Tabla 37: Depreciación de Equipos de Computación .....	115
Tabla 38: Activo Circulante.....	115
Tabla 39: Activos Intangibles.....	116
Tabla 40: Amortización de Activos Intangibles .....	116
Tabla 41: Capital de Trabajo .....	116
Tabla 42: Resumen de Inversión.....	117
Tabla 43: Detalle de Financiamiento .....	118
Tabla 44: Amortización de Préstamo .....	118
Tabla 45: Detalles de Salarios con Beneficios Proyectados.....	120
Tabla 46: Detalle de Salarios Proyectados.....	121
Tabla 47: Gastos Administrativos Insumos de Aseo.....	126

Tabla 48: Detalle mensual de Suministros de Oficina.....	126
Tabla 49: Resumen de Gastos de Venta Mensual .....	127
Tabla 50: Resumen de Costos de materia prima y Precios .....	127
Tabla 51: Desmaquillante Lote de 20 Frascos de 150ml.....	128
Tabla 52: Base de Maquillaje Lote de 20 Fascos de 100ml.....	128
Tabla 53: Labiales Lote de 15 paletas de 7 colores varios.....	129
Tabla 54: Rubor Lote de 20 Potes de 20ml.....	129
Tabla 55: Producción Anual.....	130
Tabla 56: Presupuesto de Ingresos Año 1.....	131
Tabla 57: Presupuesto de Ingresos Proyectado .....	132
Tabla 58: Costos Directos de Materia Prima .....	133
Tabla 59: Proyeccion de costos .....	134
Tabla 60: Estado de Situación Inicial .....	140
Tabla 61: Estado de Perdidas y Ganancias .....	142
Tabla 62: Flujo de Efectivo Proyectado.....	143
Tabla 63: Determinación del VAN y TIR .....	145

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de titulación. Describe a la compañía de responsabilidad limitada FLORA MAKE UP Cia. Ltda, empresa dedicada a la producción y comercialización de maquillaje natural en la ciudad de Guayaquil.

A través de este trabajo, se expone los resultados de un estudio de mercado la aceptación por parte de los consumidores, adicionalmente proyecta la rentabilidad de invertir en dicho sector y los beneficios económicos que le traería a la empresa emprender este proyecto.

A lo largo de estas paginas usted podrá encontrar un plan de negocios completo, desde el la propuesta, plan de marketing y recursos financieros, etc; información útil para poner en marcha el proyecto, capaz de lograr un posicionamiento por las estrategias de Marketing Mix. Utilizando todos los medios posibles obteniendo una ventaja competitiva frente a la competencia.

## CAPÍTULO 1

### DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

#### **Definición del tema**

La viabilidad para la producción y comercialización de cosméticos ecológicos.

La industria de cosméticos comprende cremas, perfumes y maquillaje. El enfoque del proyecto será en el área de maquillaje con la elaboración de productos con ingredientes naturales y de manera artesanal, que no contengan químicos, hoy en día existen varias líneas de cosméticos que son elaborados con químicos considerados nocivos para la salud aunque sean en pequeñas cantidades, pero su uso continuo generan afecciones a la piel, debido a que existen mujeres que poseen piel sensible y no pueden hacer uso de este tipo de maquillaje.

Actualmente existen restricciones en las importaciones en el sector cosmético debido a las exigencias de las normas INEN, estas restricciones han perjudicado a las empresas productoras y comercializadoras de cosméticos desde diciembre del 2013 fecha en que entro en vigencia la resolución 116 del COMEX. Según datos revelados por la Asociación Ecuatoriana de Productos Cosméticos de Higiene y Absorbentes (Procomésticos)” (Diario HOY, 2014) y esto da paso a la producción nacional de cosméticos y qué mejor que una línea ecológica, haciendo uso y cuidado de los recursos naturales que posee nuestro país, lo cual es un cambio en la matriz productiva, y fomenta la producción y consumo nacional impulsado por el programa de gobierno “Plan del Buen Vivir 2013 – 2017” para diversificar la economía y dinamizar la productivid

Presentando esta línea de cosméticos cuya finalidad es satisfacer a los clientes, en este caso mujeres de piel sensible, y no pueden hacer uso del maquillaje considerado como tradicional. De esta manera logramos aportar al cuidado del medio ambiente.

#### **Delimitación espacial:**

El lugar para realizar este proyecto será la ciudad de Guayaquil, ubicada en la provincia del Guayas, en donde 1.192.694 pobladores son mujeres representando el 65,2% de la población (INEC, 2010)

La investigación se realizará a los habitantes del cantón Guayaquil de sexo femenino de clase media, media alta y alta, que gusten del maquillaje, que quieran cuidar su piel y ayudar al medio ambiente al mismo tiempo y que tengan el poder adquisitivo para realizar las compras en efectivo.

#### **Delimitación temporal:**

El tiempo que durará la elaboración de este trabajo de titulación será desde Mayo del 2014 hasta Agosto del 2014.

#### **Planteamiento del problema**

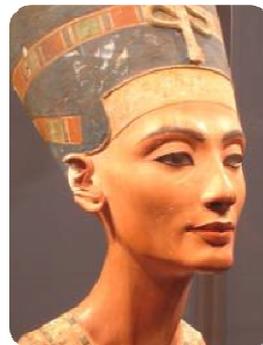
A lo largo de la historia las mujeres han hecho uso del maquillaje para resaltar la belleza y disimular ciertas imperfecciones. Desde su origen ha sido un instrumento de comunicación según el papel que el hombre juega en los diferentes entornos, en el ámbito social, político, económico y psicológico. Es por esto que es usado como un arma de seducción, ya que ha ido evolucionando a través de la historia, según las circunstancias y las culturas. Es considerado una expresión de lenguaje corporal, mas no verbal. En cada uno de las etapas que se ha dividido la historia, podemos diferenciar con facilidad el maquillaje de cada etapa histórica en el desarrollo de cada civilización, el que marcó época.

Destaco algunas de las etapas:

- Prehistoria
- Egipto
- Grecia
- Roma
- Edad media
- Renacimiento
- Revolución francesa
- Era moderna: años 20 a 50
- Era moderna: años 60 a 90
- Actualidad

Los primeros en utilizar el maquillaje fueron los egipcios, ya que resaltaban sobre todo los ojos que maquillaban con colores fuertes, los párpados los pintaban con colores vivos que lo obtenían a base de mezclar tierra, cenizas y tinta. Los egipcios fueron quienes iniciaron la moda de pintarse los labios, lo elaboraban a base de tinte hecho de ocre rojo y óxido de hierro natural, que lo esparcían con un cepillo o un palito.

Recientemente se ha descubierto que en las tumbas de los faraones egipcios se puede extraer restos de maquillaje que utilizaban para el rostro. Como estaban conscientes de que la belleza es tener una piel suave y ojos seductores, usaban el Kohl para mejorar la piel y la apariencia.



En Grecia y Roma, el maquillaje empezaba a tomar importancia al momento de intentar blanquear la piel con una mezcla de yeso, harina de haba, tiza y albayalde (carbonato clásico de plomo). Las influencias grecorromanas y persas agregaron el uso de tinturas de Henna para el rostro y cabello.



Para la Edad media, las culturas europeas sumaron furor de la piel pálida, convirtiéndose en bienestar económico y categoría en la sociedad. Las mujeres lograban tener la piel blanca llegando al extremo de provocarse hemorragias. El agregarse un color rosa en las mejillas como se usaba en el siglo XIII denotaba un alto estatus social que en esos tiempos solo los ricos podían pagar. La piel blanca como signo de riqueza continuó hasta el renacimiento italiano. Los franceses en el Siglo XVIII agregaron vitalidad al rostro cuando incluyeron color rojo en el maquillaje facial. Los labios y las mejillas rojas se convirtieron en un símbolo de salud y diversión.

En el renacimiento existe una obsesión por el maquillaje y los perfumes. La mujer llevaba la tez con una blancura excelente, utilizando polvos de arroz o harina. Los ojos van delineados en negro usando Khol, las cejas muy finas y en algunos casos desaparecían, en el párpado aplicaban azul o verde y los labios dibujos en forma de corazón con tonos oscuros. En esa época los lunares adquieren importancia.



Durante el siglo XX surgen distintas décadas que van a marcar modas por fenómenos sociales: los medios de comunicación, el cine, la televisión y la publicidad conceptualizaron un prototipo de mujer que acaba marcando una moda en una determinada época. La industria cosmética logra posicionarse en todo su esplendor, ofreciendo un gran abanico de posibilidades en productos de peluquería y cosmética. En los primeros años las ideas y costumbres del pasado siguen estando vigentes como el tono de la piel que sigue siendo distintivo social ya que una piel blanca denota no estar expuesta al sol ni a la intemperie que están sometidas las pieles de las clases menos favorecidas. La elaboración de los polvos de arroz para blanquear el rostro es cada vez más refinada.

En Estados Unidos comienza la creciente industria del cine donde el maquillaje es una pieza indispensable para el éxito de las películas.

Un antiguo maquillador del Ballet Imperial Ruso llamado **Max Factor** abre una tienda en Los Ángeles donde vende perfumes, cosméticos y maquillajes que él mismo fabrica y empieza a maquillar actores. A partir de ese momento va creando maquillajes adaptados a las necesidades de las películas y crea el primer polvo facial perfumado para el público, convirtiendo al maquillaje facial en algo accesible para todos.

Max Factor quien creó luego los lápices de labios y los perfiladores de cejas, y quien popularizó el término "maquillaje". Fue en el año 1920 cuando sacaron sus productos al mercado debido a la demanda de mujeres que querían parecerse a sus actrices favoritas. Así florecieron los gigantes de la industria cosmética como Max Factor, Elizabeth Arden, Revlon y Lancôme. El maquillaje se convirtió en algo sensual y prolijo. Las mujeres tenían una gran variedad de colores para utilizar y esmalte de uñas para combinar.

En 1915 también surge otra de las grandes empresas de cosméticos: Maybelline. La hermana de T.J. Williams había creado la primera máscara de pestañas con vaselina y polvo de carbón. Y fue Ford quien consiguió, mediante su pintura para coches de secado rápido, hacer una mejora notable en el mundo de los esmaltes de uñas; siendo Charles Revson, co fundador de Revlon, quien lo popularizó en los Estados Unidos. En la década de los 50, él fue el que inventó eso de combinar el esmalte de uñas con el lápiz labial.

La variedad abrió la puerta a los Siglos XX y XXI. Una gran demanda de fórmulas ecológicas, beneficiosas y de gran calidad hizo surgir a todo un nuevo conjunto de compañías de maquillaje: Christian Dior y Clinique, las cuales brindaban maquillajes y fórmulas clásicas para mujeres con distintos tipos de piel.

Y es así como la evolución del maquillaje ha sido tendencia en diferentes formas en cada etapa de evolución, es por esto que hoy en día, se crean formulas minerales y ecológicas que han dominado y quieren seguir dominando la industria del maquillaje. Cuya finalidad es la satisfacción del cliente.

Durante cada etapa de la historia, se considerar el maquillaje para la apertura de nuevas empresa ha llevado que la evolución de la elaboración de los cosméticos no haya sido del todo favorable para la mujer, es por esto que han surgido casos en que mujeres se hayan visto afectadas por usar

algún tipo de maquillaje que tuvo efectos negativos en su piel.

Las reacciones alérgicas por alguna sustancia tiende a enrojecer la piel, irritarla e incluso presentar otros síntomas como la aparición de granos, quemaduras, etc.



Aunque existen producto hipo-alérgico no quiere decir que el producto no contengan sustancias irritantes ni alérgicos, y aunque posea una tasa baja de reacciones alérgicas, no es una certeza de que el producto sea 100% seguro, pueda ocurrir alguna reacción, puede ser que la persona pueda llegar a ser alérgica a las sustancias consideradas inofensivas.

Es por esto que las personas que posean piel sensible o delicada, les cuesta encontrar algún producto que no les haga daño.

Las recomendaciones o lo más adecuado que suelen hacer, es buscar opciones directamente en marcas reconocidas especializadas en el cuidado de la piel, pero el uso de estas marcas no garantiza que no vaya a tener alguna reacción.

Ha existido caso de mujeres que han probado muchas marcas y tipos de maquillaje, obteniendo resultados desfavorables para la salud de su piel, por lo cual optan por eliminar de sus rutinas diarias el uso de maquillaje.

Es por esto que se busca crear un producto hecho a base de productos 100% naturales, sin ningún componente químico que afecte a su piel, cuya

finalidad es que aquellas mujeres que sufren de reacciones alérgicas en la piel puedan verse lindas sin temor a que sufran algún daño.

Ecuador es considerado un país rico en producción en variedades, es por esto que se plantea la creación de maquillaje ecológico, y de esta manera explotar nuestros recursos naturales, aumenta la producción y consumo nacional.



## **Formulación de las preguntas de la investigación**

### **General:**

¿Es viable el proyecto de crear una empresa que produzca y comercialice maquillaje ecológico en la ciudad de Guayaquil?

### **Específicos**

¿Existe nicho de mercado para este tipo de productos en Guayaquil?

¿Cuáles son las estrategias de que se deben aplicar para el posicionamiento de la empresa?

¿Cuál es la mejor manera de comercializar el maquillaje ecológico en Guayaquil?

¿Es posible, financieramente, ejecutar el proyecto?

### **Justificación**

La consciencia que se ha creado en las personas con respecto al cuidado que hay que tener con nuestro planeta y sus recursos es cada vez mayor, ya que sabemos que el ambiente y los productos que utilizamos tienen un impacto en la salud humana.

A lo largo de los años las mujeres han utilizado productos cosméticos para disimular ciertas imperfecciones en el rostro y potenciar su belleza. Lo cierto es que muchos de estos productos a largo plazo o de manera instantánea afectan la salud de la piel, y es por esto que muchas damas usan maquillajes hipo-alérgicos, pero muchas veces también este tipo de maquillaje termina afectando la piel, por lo cual optan por dejar de maquillarse.

El maquillaje ecológico es la solución para ellas debido a que “el 95% de sus ingredientes son naturales, y el 5% provienen de la agricultura ecológica.” (Salandín, 2014) y no es nocivo para la salud, además de que contribuyen a la preservación de los recursos finitos de nuestro ecosistema.

Guayaquil es una de las ciudades más grande de Ecuador, en donde el uso de productos cosméticos es permanente y diario, debido a que es un centro de negocios por naturaleza. En esta ciudad la producción de cosméticos naturales es un mercado inexplorado.

Los cambios en la matriz productiva están siendo fomentados por el gobierno nacional para incentivar la inversión, producción y el consumo de productos nacionales.

Los cosméticos también forman parte de la lista de productos importados que deben cumplir con normas de calidad INEN, para ser comercializados en el país. La producción de este tipo de cosméticos, además de ayudar a las mujeres que tienen piel delicada y contribuir con el medio ambiente, generará fuentes de trabajo.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Determinar la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maquillaje ecológico.

### **Objetivos Específicos:**

- Identificar la aceptación y demandadel maquillaje ecológico en la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar estrategias de marketing para posicionar a la empresa.
- Determinar y establecer las estrategias para comercializar el producto.
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

## **CAPITULO 2**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación a realizarse para el presente proyecto es de método **INDUCTIVO** ya que se utiliza conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. (Bernal, 2010).

Es decir se va a estudiar como los maquillajes afectan la salud de la piel de las damas y si esto genera demanda por maquillaje de tipo natural para crear una empresa cuya actividad sea la producción y comercialización de este tipo de maquillaje.

#### **ENFOQUE**

El tipo de enfoque a aplicarse para el desarrollo del proyecto será mixto (cualitativa y cuantitativa), puesto que se desea analizar un colectivo extenso, estimar cantidades y realizar análisis estadísticos a través de encuestas y cuestionarios, pero también se desea conocer las diferentes opiniones de expertos en el tema y futuros consumidores potenciales y esto se logrará por entrevistas.

#### **Tipo de muestreo**

Ya que se desea hacer uso de los elementos de la población a los que se tiene un fácil acceso, elegidos de manera directa e intencional, el tipo de muestreo que se utilizará para el presente proyecto será el proporcional.

## **TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS**

*“La selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.”*  
(Hurtado de Barrera, 2000)

### **ENCUESTA**

Al permitir la obtención de información amplia de fuentes primarias, la *encuesta* es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados.

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define el término *encuestación* como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado. (Diccionario de Marketing, 1999)

Por lo general las encuestas se las realizan a personas en la calle, por ejemplo, en centros comerciales, cerca de los locales de la competencia, etc.; pero hoy en día debido al uso de las tecnologías que se han desarrollado, las encuestas se las puede realizar vía telefónica, correo y por internet, ya sea a través de una página web o e-mail.

La encuesta que se realizará en el proyecto será una encuesta *estructurada*, ya que serán preguntas que se realizarán a todos por igual y se la realizara de manera presencial en los principales centros comerciales de la ciudad y por internet a través de docs.google que ayudará con esta tarea.

### **CUESTIONARIO**

Un cuestionario “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”. (Hurtado de Barrera, 2000)

## **CAPITULO 3**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **MARCO TEORICO**

##### **PROYECTO**

Un proyecto es “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana” (Urbina, 1990). De acuerdo a esta definición la persona encargada de desarrollar el proyecto debe de elaborar un plan que brinde una solución a alguna problemática existente, esto basado en los resultados de un estudio que debe de ser realizado.

Un proyecto de inversión reúne varios recursos – financieros, humanos, técnicos- para poder satisfacer una o varias necesidades de los clientes potenciales y generara una ganancia para los inversores en un determinado plazo para alcanzar varios objetivos como lograr minimizar el riesgo de la inversión, determinar la viabilidad de la inversión, determinar las condiciones adecuadas de financiamiento, entre otros. (Cruz, Guzmán, & Noboa, 2002)

##### **Estudio de Mercado**

Un estudio de mercado es una herramienta que facilita la obtención de información para luego ser analizada y procesada a través de herramientas estadísticas que permiten obtener los resultados del grado de aceptación de un producto. (Miranda, 2001)

El estudio de mercado se lo realiza para obtener un escenario lo mas realista posible para facilitar la toma de decisiones de los inversores, relacionado con el Marketing mix para reducir el riesgo asociado a toda inversión.

El estudio de mercado sirve para evaluar si las características del producto son las necesarias para satisfacer la necesidad del consumidor y también evaluar cual va a ser la demanda existente por este.

### **Estudio Técnico**

El estudio Técnico se lo realiza para determinar la viabilidad económica del proyecto a través del análisis de los elementos necesarios para la ingeniería del producto y/o proceso que se desea implementar, detallando todo para hacerlo funcional. (Cohen, 1992)

### **Estudio Financiero**

Un estudio financiero es un análisis económico para determinar si un proyecto de inversión o no, en el estudio financiero se realizan proyecciones de carácter económico. Es por esta razón que el análisis financiero es la última etapa a llevar a cabo para determinar la viabilidad financiera de un proyecto. (Kelety, 1996)

En este tipo de análisis se identifica y detalla los artículos de la inversión, los costos e ingresos que pueden ser deducidos de los estudios realizados con anterioridad y se identifican aspectos propios de la parte financiera como lo es el cálculo del monto de la inversión de trabajo. (Burbano, 1997)

### **La pequeña industria**

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

Una característica importante de la pequeña empresa es la habilidad de esta para innovar, responder y adaptarse a los cambios que se dan en las exigencias y necesidades del consumidor. (Leebaert, 2006)

### **La industria cosmética**

La industria cosmética, es un sector empresarial que se dedica a transformar

insumos en productos cosméticos para el cuidado y belleza del cuerpo humano.

En esta industria existen varios tipos de productos: productos: para la higiene corporal, belleza y cuidado de la piel (maquillaje), perfumes, etc.

La evolución de la cosmetología se originó décadas atrás, la producción de los cosméticos tenían limitaciones en cuanto a tecnología y maquinarias y en conocimiento en la formulación de cosméticos no existía o era escasa, pero los productos eran de calidad, como lo es hoy en día.

Décadas atrás el maquillaje no era usado para resaltar la belleza, pero actualmente gracias al avance tecnológico existe una diversidad de productos para cada tipo de demanda, dependiendo de la clase a la que va dirigida, tratando de llenar sus expectativas.

El propósito o fin del maquillaje es lograr que la dama que haga uso del mismo se vea más atractiva, lo que para la mayoría de las mujeres implica simular una apariencia más juvenil y saludable.

Consiguiendo de esta manera realzar la armonía, las proporciones y el equilibrio, dándole un aspecto luminoso, de cuidado y bello a cualquier edad.

### **La industria cosmética en Ecuador**

La industria cosmética en Ecuador se encuentra muy activa, ya que en el mercado se puede encontrar más de 50 millones de productos. (Diario El Universo, 2013)

El segmento de belleza y cuidados de la piel se encuentra en un constante crecimiento aún en época de crisis, porque existe la conciencia de la importancia de una buena imagen, ya que esta permite que se abran muchas puertas al momento de conseguir un empleo.

Empresas productoras y comercializadoras en Ecuador como Avon, Yanbal,

La Fabril, Las Fragancias, Johnson & Johnson, Unilever, Producosmetics, Belle Mart, Oriflame, Álvarez Barba, Dous, René Chardon, Corpo & Médica entre otras con las que forman la Asociación de Productores y Comercializadores de Perfumes y Productos de Cuidado Personal. De estas empresas la mayoría comercializan más productos para el cuidado capilar.

Según la Presidenta de Procosméticos, Ma. Fernanda León, el consumo per cápita mensual de los ecuatorianos en productos cosméticos es de mínimo \$30,00. El primer lugar de los productos más comprados por los ecuatorianos se encuentran los productos para la higiene corporal, seguidos por productos de maquillaje.

El 5% de los productos que se comercializan en el Ecuador son productos nacionales, y la presencia de empresas multinacionales vuelve dinámicos a los productores nacionales.

### **Productos cosméticos**

La definición de cosmético está dada por la legislación española en el real decreto sobre los productos cosméticos.

Un cosmético es diseñado para ser puesto en contacto con las diversas partes superficiales cuya finalidad es exclusivamente limpiar, perfumar, modificar el aspecto del cuerpo, protegerlos o mantenerlos en buen estado. (Badía Vila & García Miranda, 2012).

El maquillaje ecológico es una excelente alternativa para proteger el medio ambiente y al mismo tiempo cuidar la piel. Son productos que carecen de sustancias químicas, derivados del petróleo, parabenos, siliconas, sustancias sintéticas o de origen animal, etc. Su elaboración está basada en productos de origen natural y biológico, por lo que son mucho más sanos para el rostro.

Los cosméticos naturales deben ser una alternativa a los convencionales, ya que aportan las mismas o mayores ventajas potenciando el uso de sustancias vegetales, y no es un simple argumento de Marketing verde.

En los cosméticos naturales, los ingredientes que comúnmente se encuentran son los siguientes:

- **Aloe vera:** el gel transparente que contienen sus hojas contiene sustancias con propiedades emolientes y curativas que renuevan la piel.
- **La arcilla:** posee la capacidad de eliminar toxinas y regenerar la piel.
- **Cera de abeja:** su principal característica es la larga permanencia de esta en la superficie de la piel y los labios, además de que brinda una acción protectora para la piel.
- **Colorantes o pigmentos:** brindan el color deseado a los cosméticos, los de tipo vegetal son los más utilizados.
- **Aceites esenciales:** estos son utilizados para dar un aroma agradable a los cosméticos, los que se usan con más frecuencia son agua de rosa, aceite esencial de almendra, aceite esencial de naranja, entre otros. No causan irritación a la piel como lo saben hacer las fragancias sintéticas.
- **Vitamina E:** actúa como antioxidante.
- **Arroz.** Es utilizado como polvos faciales una vez que han sido secados y molidos.
- **Azúcar:** juntamente con el limón, el azúcar es utilizado como exfoliante.

(belleza, 2013)

## **MARCO LEGAL**

### **Constitución de la empresa**

FLORA MAKE UP será constituida como una empresa de responsabilidad limitada.

De acuerdo al Art. 92 de la Ley de Compañías, las Compañías de Responsabilidad limitada “.....solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva” (Ley de Compañías, 2014)

A continuación los aspectos más relevantes que comprende esta clase de empresa de acuerdo a la ley de compañías vigente son detallados.

### **Número de Socios**

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas...”, basándonos en esto, concluimos que para la constitución de FLORA MAKE UP se recurrirá al aporte de 2 socios.

### **Personas que pueden asociarse**

Según el Art. 98 de la Ley de Compañías, “Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar...”

Las personas a asociarse serán:

Margarita Isabel Garcia Montesdeoca

María Gracia Quintana Prieto.

### **Nombre de la Empresa**

El nombre de la empresa será FLORA MAKE UP CIA. LTDA

## **Razón Social**

La razón social de FLORA MAKE UP CIA LTDA es la producción y comercialización de cosméticos naturales; basado en el art. 94 de la ley de compañías que nos dice que toda empresa de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio.

## **Capital**

“El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.”

Por lo tanto FLORA MAKE UP CIA. LTDA. Tendrá como capital suscrito OCHOCIENTOS dólares americanos, que serán aportados por las dos socias en 50% cada una.

## **Registro Único de Contribuyente - R.U.C.**

La Representante Legal Será Margarita Isabel García Montesdeoca, quien se encargará de entregar al Servicio de Rentas Internas (SRI), las documentos correspondientes para que FLORA MAKE UP CIA LTDA pueda obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC), y estar autorizados a emitir facturas por el producto ofrecido a los clientes.

## **Permisos**

Los permisos necesarios para poder iniciar las actividades de producción y comercialización de Maquillaje ecológico son los que se listan a continuación:

- Registro Único de Contribuyente
- Registro sanitario
- Uso de suelo

- Permiso Otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil
- Permiso Otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente

## **Emisión del RUC**

### **RUC para sociedades**

El término sociedad comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencias de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

### **Requisitos**

Para inscribir o actualizar el RUC deberá acercarse a cualquier oficina del SRI portando los requisitos que sustenten la información a ingresar o actualizar, según el tipo de contribuyente, de acuerdo a los documentos adjuntos.

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de sus actividades. Recuerde que en el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica.

## **OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACION POR PRIMERA VEZ**

### **1.- PASO**

DEBE DE REGISTRARSE COMO USUARIO EN LA PÁGINA WEB DEL MUNICIPIO DE GUAYAQUIL

- Ingrese a la página web del Municipio de Guayaquil ([www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec))
- En la selección Servicio en línea, de clic en el menú MI CUENTA, de clic en la opción Regístrate.

- Llene la Información solicitada en el Formulario d Registro. Verifique sus datos, especialmente la cuenta de correo electrónico antes de dar clic en el botón Enviar.
- Le llegará a su correo electrónico un Acuerdo de Responsabilidad, el cual deberá imprimir, luego llenar sus datos y firmar.
- Finalmente, para la activación de su cuenta debe acercarse con el acuerdo de responsabilidad junto con los requisitos indicados a las áreas de atención ciudadana, ubicadas en:
  - Registro Municipal Norte.- Cdla. Martha de Roldós, Av Juan Tanca Marengo y calle principal Módulos: 17,18,19
  - Edificio Martín Avilés (frente al palacio Municipal).- Clemente Ballén 211 y Pichincha. Área interna de la planta baja.

## **2.- PASO**

### **OBTENER LA CONSULTA DE USO DE SUELO**

#### **¿Qué es la Consulta de Uso de Suelo?**

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

#### **¿Cómo se obtiene la Consulta de Uso de Suelo?**

Lo puede obtener a través de la página WEB del Municipio en la sección de SERVICIO EN LÍNEA dando clic en Consulta de Uso de suelo.

Para las solicitudes que no obtienen respuesta en el sistema de servicios en línea, o en el caso que no se encuentra su actividad en el listado de actividades, deberá ingresar los siguientes requisitos en la ventanilla 40 (10 de Agosto y Pichincha)

1. Tasa de trámite de Uso de Suelo ( \$2 comprar en las ventanillas de Clemente Ballén y Pichincha)

2. Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (lo recibe en la ventanilla 40)

**IMPORTANTE:**

Para evitar demoras en el trámite, es conveniente que al recibir o imprimir el uso del suelo Verifique:

- El código Catastral
- La Actividad Económica.

**3.- PASO**

**SOLICITUD DE LA TASA DE HABILITACIÓN**

La solicitud se la efectúa a través de la página del Municipio de Guayaquil en la sección de SERVICIO EN LÍNEA. Para acceder a este servicio previamente debe contar con su usuario y contraseña conforme a lo indicado en el primer paso.

En caso de requerir asesoría o ayuda en el ingreso de su solicitud podrá acudir a la Ventanilla la asesorará en el registro de su solicitud.

Previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos, los cuales serán validados o requeridos durante el ingreso de su solicitud.

1. Registrar el establecimiento en el Servicios de Rentas Internas.
2. Contar con el Certificado de Benemérito Cuerpo de Bomberos del año en curso.
3. Haber pagado la Patente Municipal exigible.
4. Uso suelo permitido para la actividad económica.
5. En caso de no ser el dueño de la edificación donde realiza la actividad: Autorización expresa del dueño de la edificación para la realización de la actividad solicitada (Contrato de Arrendamiento, Carta del negocio).

6. Cédula y certificado de votación vigente del titular del negocio.

**ADICIONALMENTE SE SOLICITAN LOS SIGUIENTES REQUISITOS DEPENDIENDO DEL TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALICE**

**Certificado de la Dirección Municipal del Medio Ambiente.**

Sólo para los locales que vayan a ser destinados a las actividades de mediano y alto impacto tales como: Industrias procesadoras de alimentos, metalmecánicas, canteras, discotecas y centros nocturnos, así como gasolineras y cualquier negocio de almacenamiento y expendio de combustibles que cuenten con la autorización emitida por la Dirección Nacional de Hidrocarburos.

- Se obtiene en la Dirección Nacional del Medio Ambiente
- Una vez obtenido el Certificado deberá acercarse a la comisaria correspondiente a firmar el acta de compromiso.

**4.- PASO**

**PAGO Y OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACIÓN**

Dependiendo del tipo de actividad que realiza, su Solicitud de Tasa de Habilitación será debidamente procesada efectuándose las siguientes consideraciones:

- Si la actividad que realiza es considerada del mediano/alto impacto (tales como Talleres, Venta al por mayor, Bodegas, Industrias, etc) su solicitud quedará registrada con estado de Pendiente en el Sistema WEB de tas de Habilitación para posteriormente ser revisada en la Jefatura de Tasa de Habilitación.

La respuesta a su trámite será efectuada a través de la página WEB Tasa de Habilitación donde podrá además observar el avance en el procesamiento de su solicitud.

## **REQUISITOS PARA OBTENER PERMISO PARA CUERPO DE BOMBEROS**

- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado más copia del nombramiento si es de Cía.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras).
- Para venta de Gas (traer autorización de Hidrocarburo actualizada).
- Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).

## **MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

### **REQUISITOS**

#### **Descripción:**

Certificar que se encuentra vigente el Registro Sanitario de: Medicamentos, Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal, Productos Higiénicos, Dispositivos Médicos, etc.



#### **Requisitos:**

- Solicitud suscrita por el representante legal o responsable
- técnico de la empresa dirigida a la Dirección de Control y

Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.

- Copia legible del Registro Sanitario o Notificación Sanitaria
- Comprobante de \$ 20,00 dólares, depósito en la Cuenta No.
- 060014382-7, Banco Internacional, a nombre del Ministerio de Salud Pública.(para Quito)
- Comprobante de \$ 20,00 dólares depósito en la Cuenta No.
- 3245490404, Banco de Pichincha sublínea 190499, a nombre del Ministerio de Salud Pública. (para Guayaquil)

**Procedimiento:**

- Recepción de la solicitud
- Verificación de la vigencia del Registro Sanitario del producto
- para el cual solicita, mediante archivos electrónicos y documentales.
- Elaboración del certificado en el anverso de la copia del Registro Sanitario
- Legalización del certificado, Firma del Director (a) de Control y
- Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.
- Entrega al interesado.

**Donde:**

Av. República del Salvador N° 950 y Suecia Costo: Veinte dólares (\$ 20) por cada certificación.

**Tiempo Estimado de Entrega:**

Depende del número de productos solicitados, tiempo máximo 72 horas.  
Teléfonos generales: (593) 02 3814400, extensión 1205.

## CAPITULO 4

### INVESTIGACION DE MERCADOS

#### HIPOTESIS

En la ciudad de Guayaquil existe el mercado en el cual la demanda por maquillajes ecológicos, da cabida a la creación de una empresa dedicada a la producción de este tipo de productos.

#### SEGMENTACIÓN

##### Segmentación Geográfica y Demográfica

El producto está dirigido fundamentalmente a la Ciudad de Guayaquil, en los diferentes sectores: Norte, Centro y Sur a mujeres a partir de los 12 años de edad en adelante.

**Tabla 1: Segmentación Geográfica y Demográfica**

<b>Ciudad</b>	Guayaquil
<b>Provincia</b>	Guayas
<b>Cantón</b>	Guayaquil
<b>Sectores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Norte</li><li>○ Centro</li><li>○ Sur</li></ul>
<b>Número de habitantes</b>	1'192.694

Elaborado por: Los autores.

## Segmentación Psicográfica

El producto a ofrecer está dirigido a mujeres de cualquier tipo de personalidad y a una específica clase social media a alta

**Tabla 2: Segmentación Psicográfica**

<b>Edad</b>	Mayores de 12 años
<b>Género</b>	Femenino
	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Casada</li><li>○ Soltera</li></ul>
<b>Ciclo de vida familiar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Viuda</li><li>○ Divorciadas</li></ul>
<b>Ingresos</b>	Media y Alta

Elaborado por: Los autores.

## Segmentación Conductual

Este tipo de segmentación se divide acorde a las edades de las mujeres, en base a sus gustos y preferencias. Las variables conductuales son el mejor punto de partida para segmentar un mercado.

El tipo de producto que se pretende comercializar, existen variables de gustos que tienen las personas, en este caso las mujeres, ya que existe personas que le dan mucha más importancia a la belleza y cuidado de su piel.

**Tabla 3: Segmentación Conductual**

<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Tipos de gustos</li><li>● Calidad el producto</li><li>● Precio del producto</li><li>● Marca del producto</li></ul>
-----------------------	--

**Elaborado por: Los autores.**

## POBLACIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La población o universo de esta investigación estará integrada por la cantidad de mujeres que fueron censadas en el 2010 en la ciudad de Guayaquil y que se encuentra en las cifras oficiales de la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Para el cálculo de la muestra con la población finita que se tiene, se utilizará la muestra aleatoria simple, que consiste en determinar la probabilidad.

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Donde:

**N:** Tamaño de la muestra

**Z:** Nivel de confianza

**P:** Varianza de la proporción

**Q:** Probabilidad de proporción

**E:** Margen de error

$$n = \frac{n}{1 + \frac{(n-1)}{N}}$$

**N:** 1'192.694

**Z:** 95% = 1,96

**E:** 5% = 0.05

**P:** 0.5

**P+Q:** 1

**Q=** 1-P

$$Q=1-0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Pero como se conoce el tamaño de la muestra, que es el número de mujeres en la ciudad de Guayaquil.

$$n = \frac{n}{1 + \frac{(n-1)}{N}}$$

$$n = \frac{384}{1 + \frac{(384-1)}{1'192,694}}$$

$$n = \frac{384}{1 + \frac{383}{1'192,694}}$$

$$n = \frac{384}{1 + 0.000321121763}$$

$$n = \frac{384}{1.000321122}$$

$$n = 383.8767288$$

$$n = 383$$

Por consiguiente, el número de personas que deben de ser encuestadas en la ciudad de Guayaquil son 384 personas.

## **Aplicación de encuestas**

Después de elaborar el diseño de la encuesta se va proceder a la respectiva aplicación de la encuesta, la cual se hará a mujeres mediante un programa llamado docs.google el cual nos permite realizar la encuesta en línea y de esta manera enviar el link para que las mujeres a partir de los 12 años en adelante puedan contestarla.

## **Procesamientos de Datos**

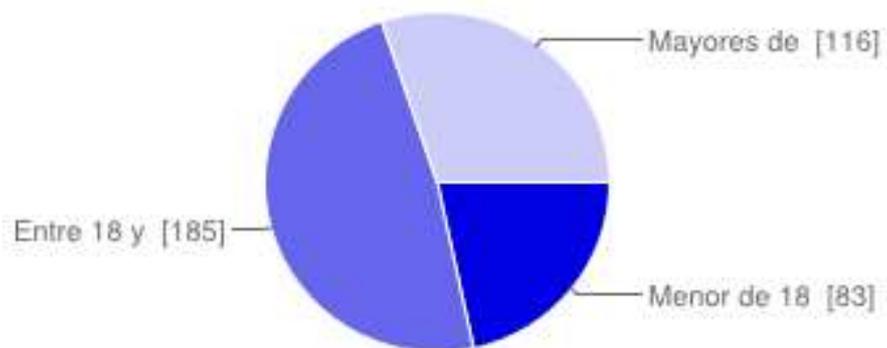
Para realizar el análisis respectivo de las encuesta se utilizará la técnica de la estadística descriptiva, en donde se tabulará cada una de las preguntas, se elaborará las tablas y por último la elaboración de gráficos con su respectivo análisis.

El análisis de datos, es decir describir, interpretar los datos numéricos o gráficos, se hará en base a los cuadros estadísticos resultantes del procesamiento de datos.

## ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

### 1. ¿Cuál es su edad?

<b>Menor de 18 años</b>	83	22%
<b>Entre 18 y 25 años</b>	185	48%
<b>Mayores de 25 años</b>	116	30%



**Gráfico 1 Rango de edades**

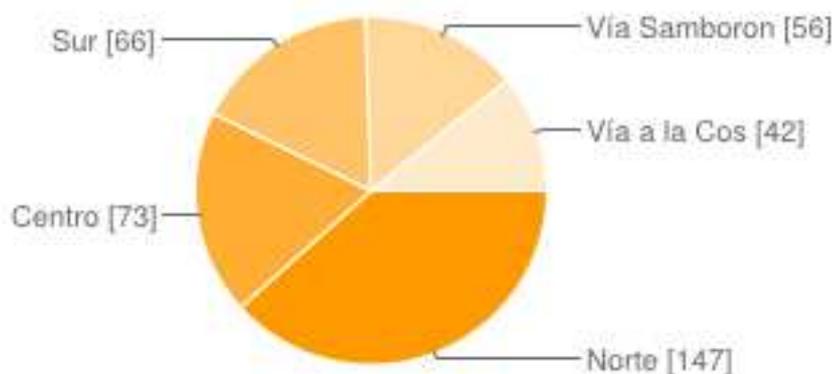
**Elaborado por: Los autores**

#### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta es posible notar una participación de las personas entre los 18 y 25 años con un 49%, en relación a las personas mayores de 25 años con una participación del 30%, y finalmente se puede visualizar un porcentaje del 22% en el rango menor de 18 años.

## 2. ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil vive?

Norte	<b>147</b>	38%
Centro	<b>73</b>	19%
Sur	<b>66</b>	17%
Vía Samborondón	<b>56</b>	15%
Vía a la Costa o Ceibos	<b>42</b>	11%



**Gráfico 2 Sector de la ciudad de Guayaquil.**

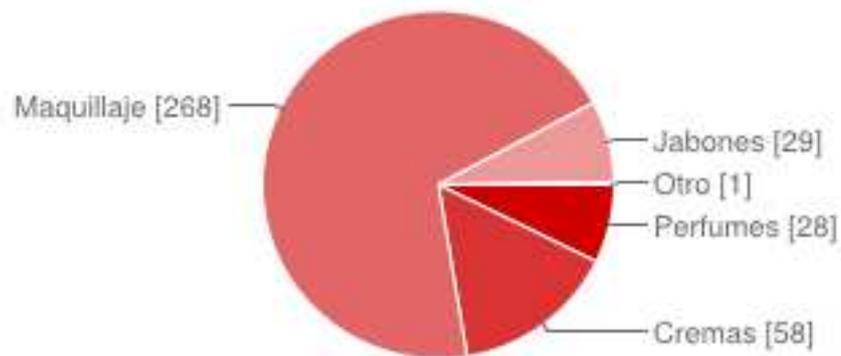
**Elaborado por: Los autores.**

### **Análisis:**

Respecto al lugar de residencia, la población encuestada se distribuye principalmente en sectores particulares de la ciudad. Al norte de la ciudad con un 38%, seguida de aquellas personas que viven en el centro de la ciudad con un participación del 19%, en tercer lugar al sur de la ciudad con un 17%, Vía Samborondón con 15% y finalmente vía a la costa o ceibos con un 11%.

3. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al escuchar la palabra cosméticos?

Perfumes	<b>28</b>	7%
Cremas	<b>58</b>	15%
Maquillaje	<b>268</b>	70%
Jabones	<b>29</b>	8%
Otro	<b>1</b>	0%



**Gráfico 3 Escuchar la palabra maquillaje**

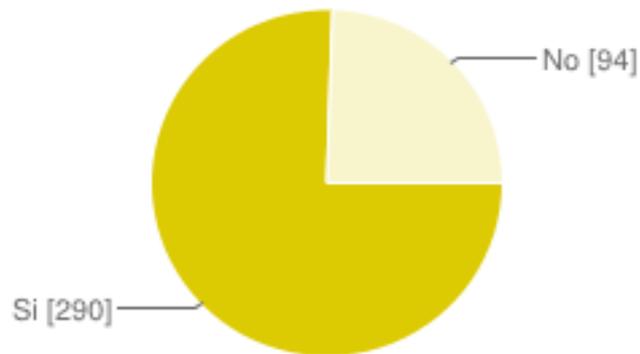
Elaborado por: Los autores.

**Análisis:**

Se puede observar que lo primero que las personas piensan al escuchar la palabra cosméticos es maquillaje con un 70% de participación en el mercado.

4. ¿Ud. usa maquillaje? Si su respuesta es si continúe con la encuesta.

Si	<b>290</b>	76%
No	<b>94</b>	24%



**Gráfico 4** Uso del maquillaje

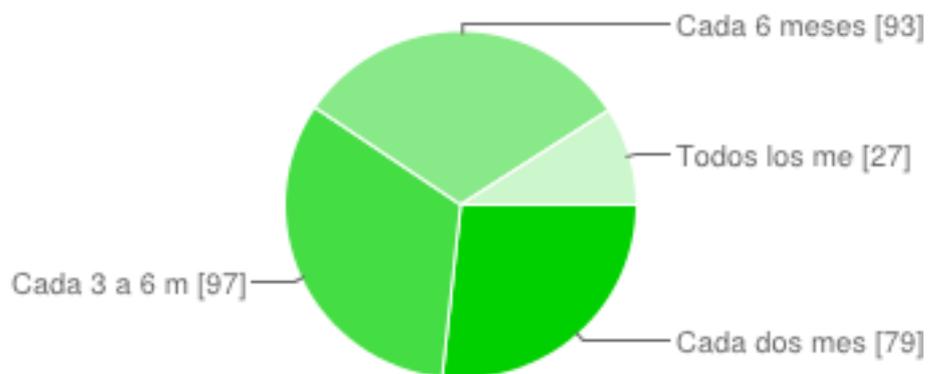
**Elaborado por:** Los autores.

**Análisis:**

El 76% de las damas encuestadas dieron respuesta positiva al uso de maquillaje, mientras que el 24% restante dijeron que no usan maquillaje.

### 5. ¿Con qué frecuencia compra maquillaje?

Cada dos meses	<b>79</b>	27%
Cada 3 a 6 meses	<b>97</b>	33%
Cada 6 meses	<b>93</b>	31%
Todos los meses	<b>27</b>	9%



**Gráfico 5 Frecuencia de compra del maquillaje**

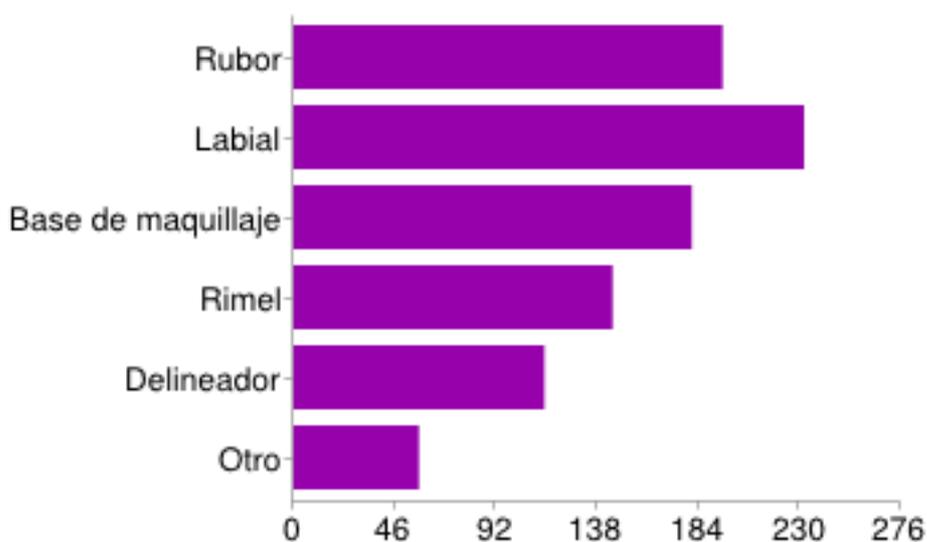
**Elaborado por: Los autores.**

#### **Análisis:**

La frecuencia de adquisición de maquillaje es alta, las mujeres compran maquillaje cada 3 a 6 meses, esto representa un 33%, seguido del 31% que consumen cada 6 meses, en tercer lugar cada dos meses con un 27% y por último un 9% lo hacen todos los meses.

**6. ¿Cuáles de los siguientes artículos de maquillaje son los que más usa?**

Rubor	<b>195</b>	21%
Labial	<b>232</b>	25%
Base de maquillaje	<b>181</b>	20%
Rímel	<b>145</b>	16%
Delineador	<b>114</b>	12%
Otro	<b>57</b>	6%



**Gráfico 6 Artículos de maquillaje mas usados**

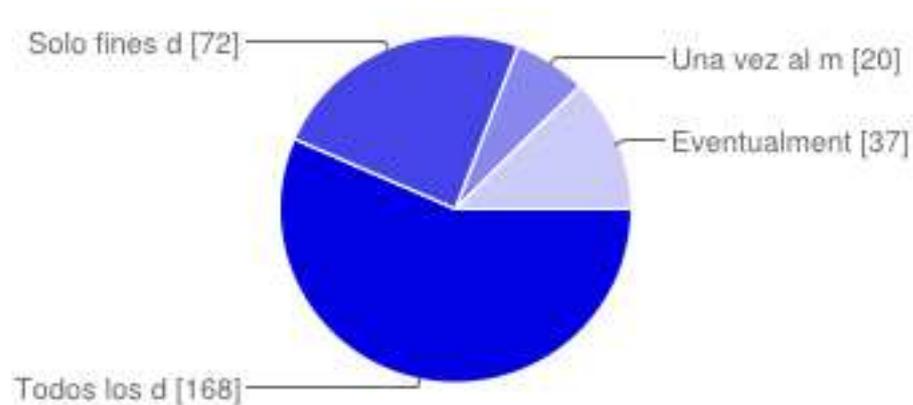
**Elaborado por: Los autores.**

**Análisis:**

Los artículos que las mujeres usan entre las varias opciones que existen son: el labial con un 25% de participación, el rubor con 21%, seguido del de la base de maquillaje con 20%, rímel con un 16%, delineador con un 12% y por último otros con un 6%.

## 7. ¿Con qué frecuencia los usa?

Todos los días	<b>168</b>	57%
Solo fines de semana	<b>72</b>	24%
Una vez al mes	<b>20</b>	7%
Eventualmente	<b>37</b>	12%



**Gráfico 7 Frecuencia de uso de maquillaje**  
Elaborado por: Los autores.

### **Análisis:**

Las mujeres que usan maquillaje todos los días corresponde a un 57% de las personas encuestadas. La encuesta muestra también que existen mujeres que lo usan solo los fines de semana con un 24%, con un mínimo 7% una vez al mes, y con un 12% eventualmente.

### 8. ¿Qué es lo primero que mira al comprar un maquillaje?

Precio	<b>162</b>	22%
Marca	<b>173</b>	24%
Calidad	<b>200</b>	28%
Presentación	<b>84</b>	12%
Durabilidad	<b>98</b>	14%
Otro	<b>7</b>	1%

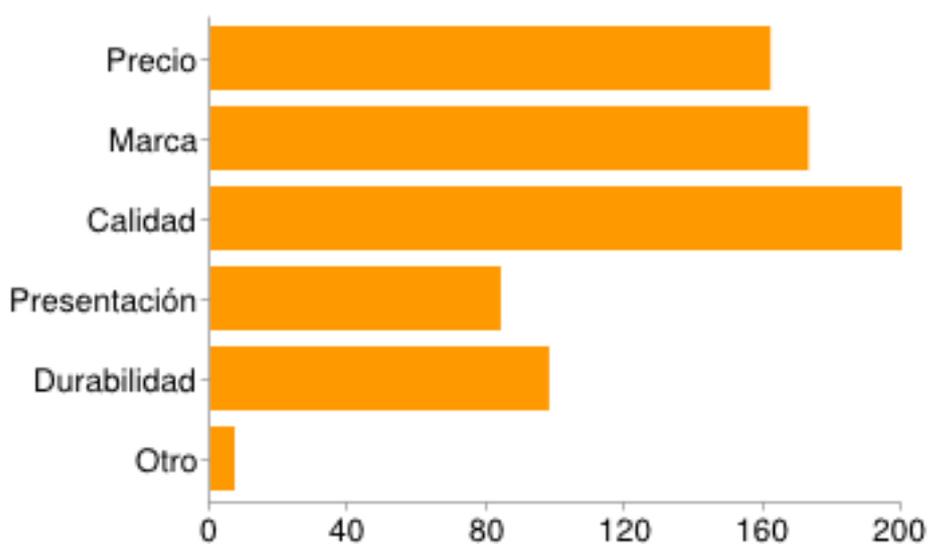


Gráfico 8 Lo primero que compra al ver el maquillaje

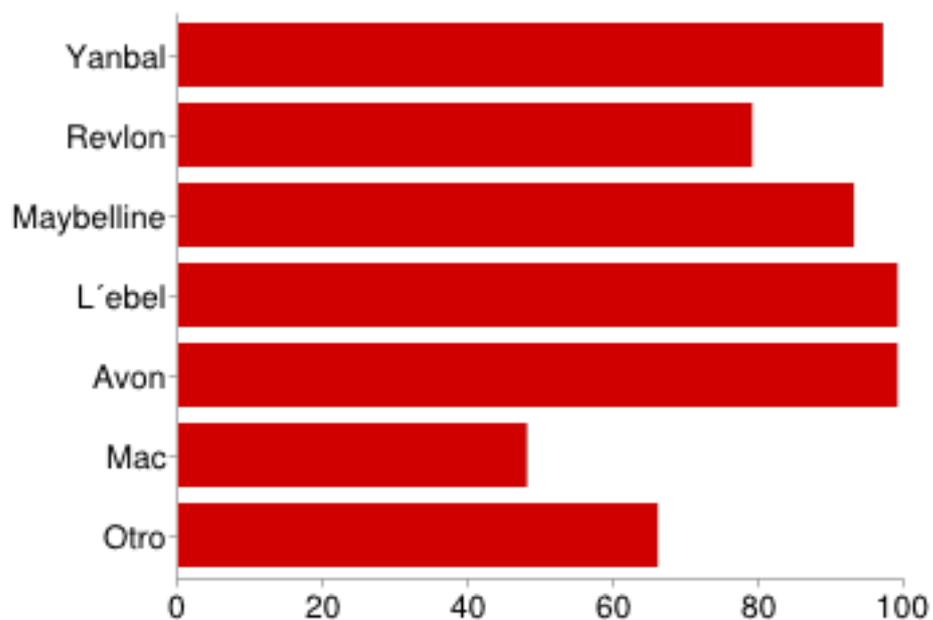
Elaborado por: Los autores.

#### Análisis:

Lo que las mujeres quienes hacen uso del maquillaje, que observan al comprar maquillaje es: la calidad con un 28%, seguido de la marca con un 24%, tercer lugar precio con un 22%, presentación con un 12% y por último el 14 % en durabilidad.

**9. ¿Cuál es la marca de maquillaje que Ud. compra?**

Yanbal	<b>97</b>	17%
Revlon	<b>79</b>	14%
Maybelline	<b>93</b>	16%
L'ebel	<b>99</b>	17%
Avon	<b>99</b>	17%
Mac	<b>48</b>	8%
Otro	<b>66</b>	11%



**Gráfico 9 Marca de maquillaje que más compra**

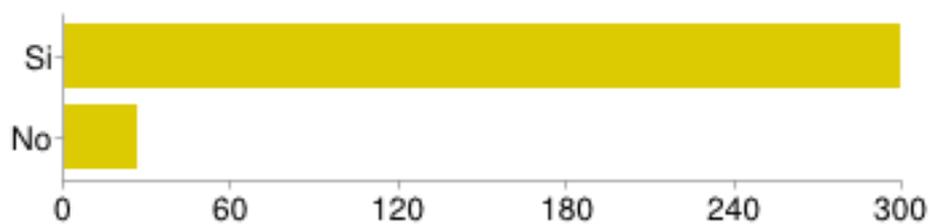
**Elaborado por: Los autores.**

**Análisis:**

Entre las marcas que las mujeres compran están: con un 17% Yanbal, L'ebel, Avon, seguida con un 16% Maybelline marca americana que se a establecido en el mercado en los últimos tiempos, Revlon con un 14%, Mac 8% y otras con un 11%.

**10. ¿Estaría dispuesta a usar maquillaje hecho a base de productos naturales?**

Si	<b>299</b>	92%
No	<b>26</b>	8%



**Gráfico 10** Estaría dispuesto a usar maquillaje hecho a base de productos naturales.

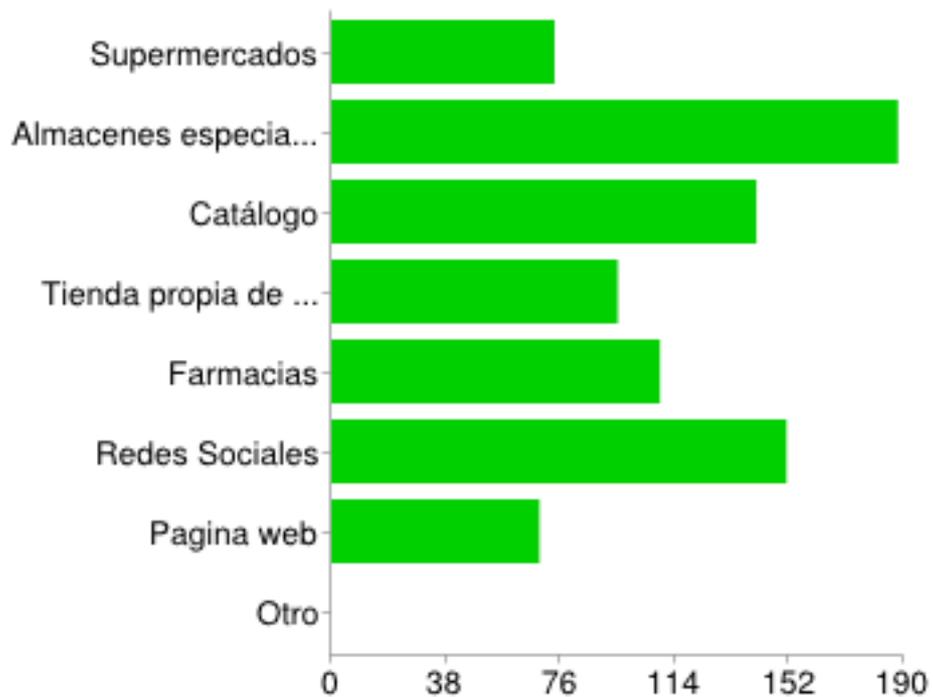
**Elaborado por: Los autores**

**Análisis:**

Los resultados muestran que existe un gran número de mujeres que estarían dispuestas a usar maquillaje hecho a base de productos naturales con un 92%.

### 11. ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

Supermercados	74	9%
Almacenes especializados en belleza	188	23%
Catálogo	141	17%
Tienda propia de la empresa	95	11%
Farmacias	109	13%
Redes Sociales	151	18%
Pagina web	69	8%
Otro	0	0%



**Gráfico 11 Lugares donde le gustaría adquirir el producto**

**Elaborar por: Los autores.**

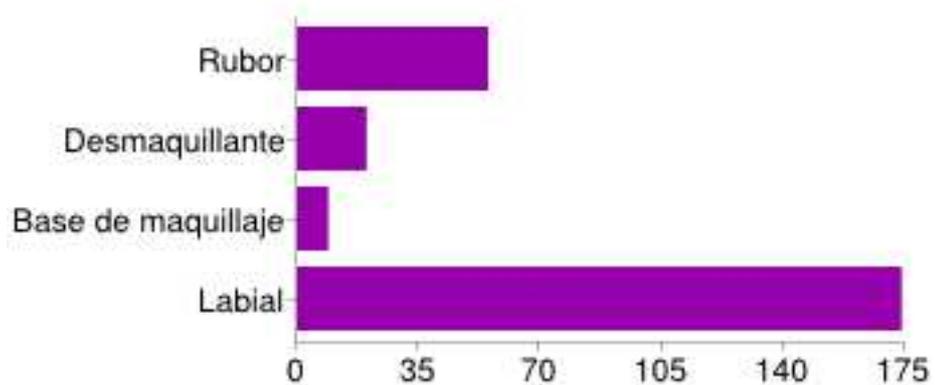
#### **Análisis:**

El resultado de la encuesta dice que les gustaría adquirir el producto por medio de: almacenes especializados en belleza con un 23%, seguido por medio de redes sociales con un 18%, en tercer lugar por medio de catálogos con un 17%, farmacias con un 13%.

## 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de cosméticos?

- \$4.00 - \$6.00

Rubor	<b>55</b>	21%
Desmaquillante	<b>20</b>	8%
Base de maquillaje	<b>9</b>	3%
Labial	<b>174</b>	67%



**Gráfico 12** Cuanto estaría dispuesto a pagar por un labial.

Elaborado por: Los autores.

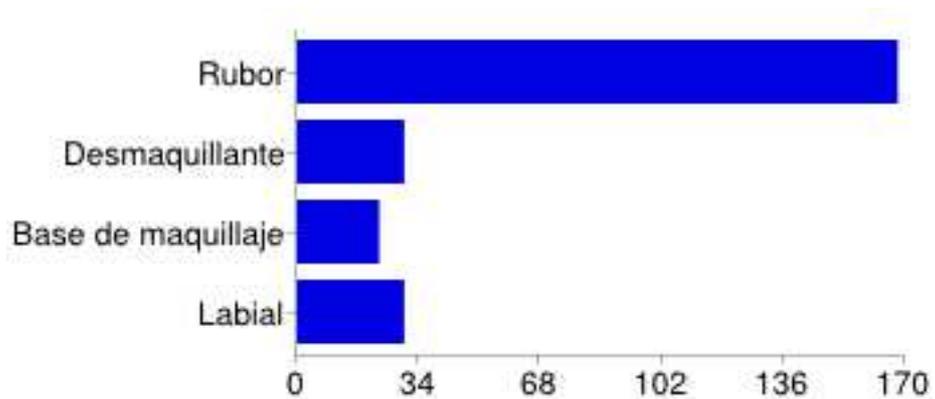
### **Análisis:**

Dentro del análisis realizado a 384 mujeres. Se destaca que prefieren pagar entre el rango de \$4.00 a \$6.00 en un labial hecho a base de productos naturales.

### 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de cosméticos?

- \$6.00 - \$8.00

Rubor	<b>168</b>	67%
Desmaquillante	<b>30</b>	12%
Base de maquillaje	<b>23</b>	9%
Labial	<b>30</b>	12%



**Gráfico 13** Cuanto estaría dispuesto a pagar por un rubor.

**Elaborado por:** Los autores

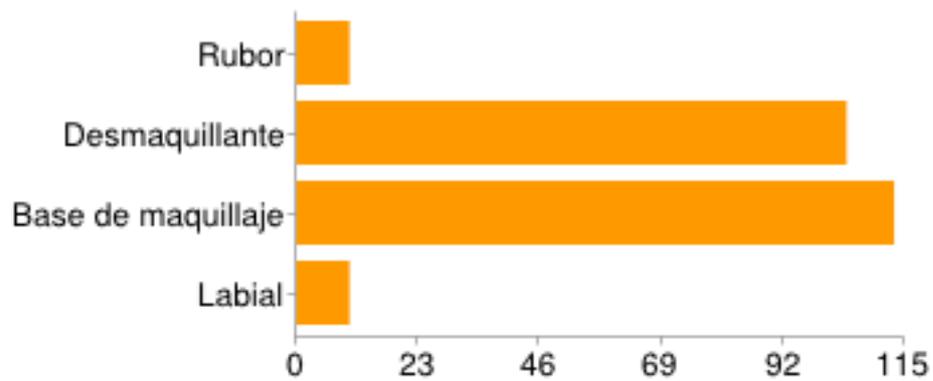
#### **Análisis:**

El resultado de la encuesta muestra que estaría dispuesto a pagar por un rubor entre el rango de \$6.00 a \$8.00 dólares por un rubor hecho a base de productos naturales.

**14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de cosméticos?**

- \$8.00 - \$10.00

Rubor	<b>10</b>	4%
Desmaquillante	<b>104</b>	44%
Base de maquillaje	<b>113</b>	48%
Labial	<b>10</b>	4%



**Gráfico 14 Cuanto estaría dispuesto a pagar por una Base de Maquillaje**

**Elaborado por: Los autores.**

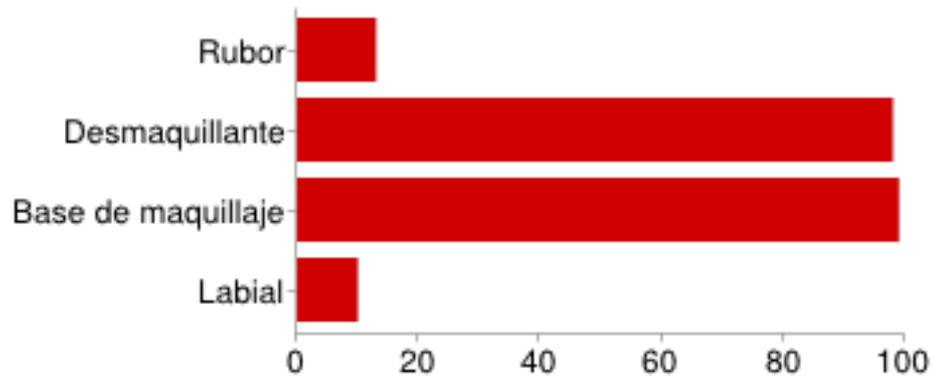
**Análisis:**

El resultado muestra que se estaría dispuesto a pagar entre el rango de \$8.00 a \$10.00 por una Base de maquillaje hecho a base de productos naturales

**15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de cosméticos?**

- Mayor a \$10.00

Rubor	<b>13</b>	6%
Desmaquillante	<b>98</b>	45%
Base de maquillaje	<b>99</b>	45%
Labial	<b>10</b>	5%



**Gráfico 15** Cuanto estaría dispuesto a pagar por un Desmaquillante.

**Elaborado por: Los autores**

**Análisis:**

El resultado muestra que se estaría dispuesto a pagar entre el rango mayor de \$10.00 por un desmaquillante hecho a base de productos naturales

## CAPITULO 5

### LA PROPUESTA

#### LA EMPRESA

##### Nombre de la Empresa

FLORA MAKE UP Cia.Ltda

##### Descripción del nombre

La idea del nombre FLORA MAKE UP Cia.Ltda surgió debido a que denota naturaleza, por los componentes que se utilizan para la elaboración de los productos que se ofrece y es esta característica la que se quiere resaltar.

##### Logo



##### Justificación del logo:

Los colores elegidos para el logo son 3 tipos de rosa diferente para denotar la feminidad que posee toda dama y 2 tipos de verde para resaltar la característica natural del producto.

El isotipo (grafico) que se creó tiene la forma de una flor, para lograr una mejor recordación en los clientes, asociados al nombre de la empresa.

Además se eligió la flor para la delicadeza de la mujer ecuatoriana.

### **MISIÓN**

Elaborar cosméticos de excelente calidad destinados a mejorar la imagen y exaltar la belleza femenina utilizando productos naturales, brindando confianza y seguridad a la mujer.

### **VISIÓN**

Alcanzar un posicionamiento de excelencia en la industria de la cosmética natural en el mercado nacional por satisfacer las necesidades, deseos y exigencias de nuestras usuarias y continuar expandiendo la línea de productos sin alterar los estándares que se han establecido para FLORA MAKE UP, con el propósito de cuidar su piel.

### **VALORES**

- **Excelencia en Calidad:** Seguridad que los productos son libre de químicos que afecten a la piel, brindando un producto de calidad.
- **Servicio al Cliente:** Se busca la satisfacción de los clientes, brindando un trato amable.
- **Responsabilidad:** Garantizar la calidad, e integridad de los productos que ofrecemos.
- **Creatividad.-** Promover nuevas ideas que contribuyan al desarrollo de nuevos productos de belleza.
- **Compromiso:** Ser transparente en todas las actividades que se realizan.

### **OBJETIVOS EMPRESARIALES**

#### **Corto Plazo (6 meses)**

- Aceptación del negocio por parte de los consumidores dentro de la industria de cosméticos.
- Fomentar el consumo del maquillaje natural en la ciudad de Guayaquil.

- Dar a conocer la riqueza agrícola del país, mediante la variedad de productos elaborados a base de recursos 100% naturales.
- Implementar publicidad atractiva para el público en general, por medio de volantes, comerciales.

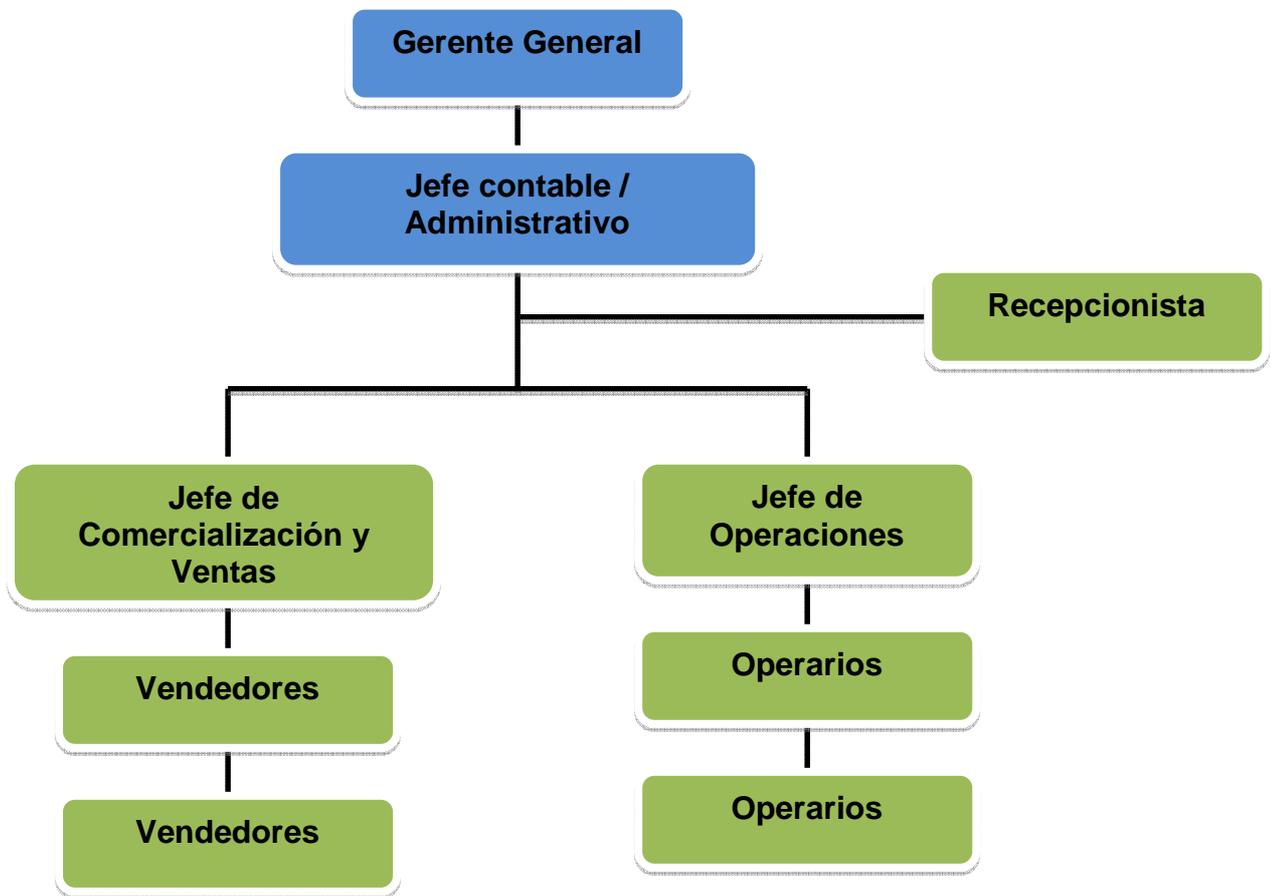
### **Mediano Plazo (1 año – 2 años)**

- Reconocimiento de la marca por parte de la población guayaquileña.
- Adaptación a las exigencias demandadas por parte de los consumidores.

### **Largo Plazo (3 años- 5 años)**

- Creación e inclusión de nuevos productos hechos a base de recursos naturales a la oferta de FLORA MAKE UP.
- Expandir la comercialización de los productos a las principales ciudades del país.
- Alcanzar la aceptación de la marca al nivel nacional.
- Incrementar la capacidad de producción.
- Duplicar las ventas.

## ORGANIGRAMA



Ver en Anexos las funciones que va a desempeñar cada persona en la empresa

## **FODA**

### **FORTALEZA**

- Fácil acceso de recursos naturales.
- Mano de obra barata.
- Capacidad de entrega directa.
- Atención personalizada.

### **OPORTUNIDADES**

- Existencia de mujeres, que sufren de la piel y no pueden hacer uso de maquillaje con químicos.
- La tendencia ecológica que se ha generado actualmente en la sociedad.

### **DEBILIDADES**

- Ser una empresa nueva que no posee reconocimiento en el mercado.
- Ofrece 4 línea de productos en relación a los rivales.
- Somos nuevos en el mercado, lo cual implica desconocimiento por parte de los clientes potenciales.

### **AMENAZAS**

- Introducción de nuevas marcas de cosméticos en la ciudad de Guayaquil.
- Desconfianza por parte de los coconsumidores, por ser nuevos en el mercado.

## **Cuadro 1: FODA**

**Elaborado por: Los autores**

## **FUERZAS DE PORTER**

### **CLIENTES**

Nuestros clientes son mujeres de la ciudad de Guayaquil que quieran verse lindas con maquillaje 100% natural y artesanal, sin químicos que puedan afectar a su piel.

### **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

El análisis de competencia se ha hecho con empresas que brindan productos similares en la industria de cosméticos, ya que la industria decosméticos comprende una amplia gama de productos tales como:

- Perfumes
- Colonia
- Cremas
- Maquillaje
- Jabón
- Entre otros.

La empresa está enfocada a la línea de maquillaje natural, por lo cual no posee competencia directa, ya que en Ecuador no existe alguna empresa dedicada a la elaboración de maquillaje natural.

Existen en el mercado empresas que venden sus productos a través de catálogos, centros estéticos, centros comerciales, etc. Estas empresas son competidores indirectos y son las que se detallan a continuación

- **AVON**



AVON es una empresa estadounidense reconocida globalmente por fabricar productos para el cuidado de la piel tales como cosméticos, perfumes, gel, ropa, etc. La estrategia de comercialización y venta es masiva, realizada directamente con los compradores, a quienes se les ofrece los productos a través de catálogos. (Avon, 2014)

Actualmente la empresa AVON en Ecuador ha decidido fabricar sus productos en Ecuador, debido a las restricciones en cuanto a las importaciones relacionadas con las Normas Inem.

Los productos que van a ser fabricados en Ecuador son perfumes, shampoo y de gel, sin embargo aun deben de seguir importando sus productos.

- **YANBAL**



YANBAL es una empresa internacional con más de 30 años en el mercado, cuya actividad es la venta de productos de cosmético, perfumes y joyas de alta calidad para la mujer.

En Estados Unidos tiene propio centro de investigación y desarrollo en donde laboran personas especializadas en la rama de farmacéuticos, químicos y científicos quienes dan el punto final de aquellos productos que se elaboran dentro de la corporación. (Yanbal, 2014)

- BELCORP (CYZONE, ÉSIKA Y L´BEL)



BELCORP fue creada en el año 2000 y respalda a marcas reconocidas como cyzone, ésika y L´ebel cuya actividad es comercializar productos de belleza dirigido a las mujeres para impulsar la belleza y realización personal.

Conoce y comprende el estilo de vida, motivaciones y sueños de las mujeres gracias a un centro de conocimiento del cliente, lo que le permite conocer las necesidades y deseos de cada mujer, por esta razón crearon las tres marcas que abarcan cuatro categorías: fragancias, tratamiento facial y corporal, maquillaje y cuidado personal (Belcorp, 2014)

- **ANGELISIMA**



Angelissima proviene de la empresa Omnilife, es una línea de belleza 100% natural elaborado en países desarrollados como Estados Unidos, España, Canadá y Alemania, con los más altos estándares de calidad. (Angelissima, 2014). La línea de cosméticos de esta empresa son elaborados con vitaminas y minerales.

- **MAC**



MAC Cosmetics es una empresa y marca de productos de maquillaje y cosméticos de reconocimiento mundial.

Es una marca de cuidados personales de alta calidad dirigida a mujeres. Es popular y prestigiosa. Se vende exclusivamente en tiendas de departamento y por Internet. (Mac Cosmetics, 2014)

- **PALLADIO**



Es una compañía localizada en Florida, con más de 20 años en el negocio de la belleza. PalladioBeautyGroup es el fabricante de la Línea de Cosméticos Palladio, Rice Powder, Rice Paper y BeChic de alta calidad. (Palladio, 2014). Sus productos son elaborados a base de hierbas y vitaminas.

- **MAYBELLINE**



Esta empresa empezó como un negocio familiar y a lo largo de los años fue creciendo y ahora es una compañía de cosméticos número uno en los Estados Unidos cuyo fin es darle a la mujer el poder de expresarse con el maquillaje, las fórmulas que Maybelline ofrece son científicamente probadas. (Maybelline, 2014)

- **VOGUE**



Vogue es una marca de reconocimiento mundial, por más de 50 años, ya que se ha dedicado a brindar productos de excelente calidad y presentación. Vogue esta siempre a la vanguardia desarrollando nuevos productos y ofreciendo las últimas tendencias para la mujer. Buscando la fidelidad de sus clientes y consumidores. (Vogue, 2014)

- **SAMY**



Samy es una compañía de Medellín, Colombia, dedicada a la producción y comercialización de productos de belleza y cuidado corporal.

La actividad a la cual se dedicada Samy es comercializar al por menor productos en diferentes áreas tales como: farmacéutica, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería y cosméticos en establecimientos especializados. (COSMETICOS SAMY, 2014)

En Ecuador la marca fue promocionada por la empresa De Prati, actualmente se encuentra en todas sus tiendas a nivel nacional.

- **L'OREAL**



L'oreal es una empresa dedicada a la fabricación de cosméticos, posee varias marcas internacionales tales como: L'Oreal Paris, L `Oreal Professionnel, Garnier, Vichy, alph Lauren, etc. (L'OREAL PARIS, 2014)

L'Oreal busca el bienestar de hombres y mujeres, respetando la diversidad.

- **REVLON**



Es una cosmética de color, herramientas de belleza, fragancias, cuidado de la piel, anti-transpirantes o desodorantes y productos de cuidado de la belleza, cuya visión es el glamour, la emoción y la innovación a través de alta calidad a precios asequibles. (REVLON, 2014)

- **COVERGIRL**



Es una marca de cosméticos, cuyo fin es ayudar a las mujeres a encontrar el producto que necesitan para lucir más bellas su belleza. Posee una gama de opciones en cuanto al maquillaje como; rubores, rímel, delineadores, labiales, corrector, polvos, etc (CoverGirl LA, 2014)

Escuelas de maquillaje que implementan cursos de elaboración de maquillaje a base de minerales tales como:

- **IHK Styling Studio**



IHK surge de una idea de Heinert Kronfle de potenciar la imagen y encontrar el estilo que mas favorezca a sus clientes. Se especializa en maquillaje para eventos, quinceañeras, novias, entre otros.

IHK ofrece cosméticos personalizados la cual encontrarás los colores y texturas que mejor te queden para armar tu maquillaje. A todos tus productos les puedes agregar protección solar, componentes hidratantes, controlador de brillo y mucho más! Así cubrirás todas tus necesidades.

Pueden crear el color de base, polvo y corrector que necesitas con la cobertura y textura que quieras. Labiales, rubores y sombras. (IHK Styling Studio, 2014)

- **Paola Morales**



Paola Morales es Máster en maquillaje profesional, especializada en Argentina. Tiene su propia escuela donde mujeres deseosas de aprender técnicas de automaquillaje para formarse como profesional en la belleza.

Paola Morales también realiza taller, tal es el caso de el ultimo taller que impulsó sobre la elaboración de productos artesanales.

**PRIMER TALLER DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES**  
 VERSIÓN COSMÉTICA, PELUQUERÍA Y PERFUMERÍA

*Dictado por el colombiano: JAIRO PINEDA  
 Profesional especializado en Biología y Química - 30 años de experiencia*

**APRENDERÁS A REALIZAR CON TUS PROPIAS MANOS**

celtes esenciales para masajes, gel adelgazante, brillo de labios (colores líquidos), vendas fría  
 loca de cabello, bronzer para el cuerpo, tratamiento/mascarillas para cabello, gel fijador para  
 cabello, crema hidratante facial, perfumes de hombre y mujer.



<b>Martes y Jueves</b>	10h00 - 12h00	Inicio <b>1.JUL</b>
<b>Jueves y Viernes</b>	18h30 - 20h30	Inicio <b>3.JUL</b>
<b>Sábado (Intensivo)</b>	14h00 - 18h00	Inicio <b>5.JUL</b>

Incluye KIT para realizar sus productos

## PROVEEDORES

- **FRASCO S.A**

Es uno de los principales proveedores de los envases necesarios para los productos como: base de maquillaje, desmaquillante bifásico, rubor y labiales.

A continuación se muestra la lista de los productos y los precios que ofrece FRASCO S.A.

**Tabla 4: Descripción de los envases y precios.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Dosificador 24/410 plata tapa peq yc</b>	12	\$0,40	\$4,80
<b>Pet 150 ml cilindrico+az clear y blanco yc</b>	12	\$0,40	\$4,80
<b>Atomizador 24/410 aluminio plata yc</b>	12	\$0,20	\$2,40
<b>Pet 100ml cilindricotrns pd</b>	12	\$0,40	\$4,80
<b>Pote 20 ml acrilico yc</b>	12	\$0,25	\$3,00
<b>Paleta hectagoal clear yc</b>	12	\$0,35	\$4,20

**Elaborado por: Los autores.**

Los precios que este proveedor ofrece son por la compra mínima de una docena de cada tipo de envase. Si la compra fuera por un monto menor, el precio de los productos sería más elevado.

Frasco S.A. tiene sus instalaciones en Cdl. Quisquis Mz- E1 solar 2 entrando por Costaneras, Ave. Segunda y Calle Unidad, en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Se encuentra bajo la gerencia del Sr. Roberto Nogales.

- **Proveedores de los Recursos Naturales para la elaboración de los cosméticos.**

Los proveedores para la compra de los recursos naturales necesarios para poder producir el maquillaje que ofrece FLORA Make up son varios.

A continuación se muestra cuales son los proveedores, los productos requeridos que nos pueden ofrecer y los precios.

- **COR'S NATURAL**

Es un negocio, propiedad de Jhomaira Mora Chiquito, cuya matriz está ubicada en Lorenzo de Garaycoa 1213 entre Aguirre y Clemente Ballén.

Será proveedor de insumos para la producción de maquillaje natural que se detallan a continuación:

**Tabla 5: Descripción de los insumos Cor´s Natural**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario
Agua de rosas ( 100cc.)	1	\$ 1,00
Aceite de Almendras (150 ml)	1	\$ 1,50
Aceite de Ricino Orravan (150 ml)	1	\$ 4,75
Cera de abeja (1 Onz)	1	\$ 0,80
Arcilla blanca (500 ml)	1	\$ 10,00
Gel Aloe Vera (120 ml)	1	\$ 5,00
Frasco de Vitamina E	1	\$ 10,00

**Elaborado por: Los autores.**

- **LABORATORIOS LUQUE**

Su actividad principal es la venta de materiales especializados para laboratorios y línea dermo-cosmética.

Están ubicados en 10 de Agosto 637 y García Avilés.

Esta empresa será el proveedor de insumos que se muestran en la siguiente tabla, con los precios.

**Tabla 6: Descripción de insumos Laboratorio Luque**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario
Alcohol	1	\$ 9,60
Agua destilada	1	\$ 5,50
vaselina sin olor	1	\$ 8,00

Elaborado por: Los autores.

## PRODUCTOS SUSTITUTOS

Aquellas empresas que realizan sus productos a base de minerales.

- **ANGELISIMA**



Angelissima proviene de la empresa Omnilife, es una línea de belleza 100% natural elaborado en países desarrollados como Estados Unidos, España, Canadá y Alemania, con los más altos estándares de calidad.

La línea de cosméticos es la única en el mercado elaborado con una alta tecnología nutricional, ya que son elaborados con vitaminas y minerales. (Angelissima, 2014)

- **PALLADIO**



Es una compañía localizada en Florida, con más de 20 años en el negocio de la belleza. PalladioBeautyGroup es el fabricante de la Línea de Cosméticos Palladio, Rice Powder, Rice Paper y BeChic de alta calidad. Sus productos son elaborados a base de hierbas y vitaminas.

- **SAMY**



Samy es una compañía de Medellín, Colombia, dedicada a la producción y comercialización de productos de belleza y cuidado corporal.

La actividad a la cual se dedicada Samy es comercializar al por menor productos en diferentes áreas tales como: farmacéutica, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería y cosméticos en establecimientos especializados. (COSMETICOS SAMY, 2014)

En Ecuador la marca fue promocionada por la empresa De Prati, actualmente se encuentra en todas sus tiendas a nivel nacional.

## **CAPITULO 6**

### **PLAN DE MARKETING**

#### **Objetivo General:**

Investigar el grado de aceptación del producto en la ciudad de Guayaquil.

#### **Objetivos Específicos:**

- Determinar la frecuencia de consume del productos naturales en la ciudad de Guayaquil
- Reconocer el mejor canal de distribución de nuestro producto.
- Determinar el precio que estará dispuesto a pagar.

#### **Estrategia del Producto**

La presentación que será comercializada en Guayaquil será maquillaje hecho a base de productos naturales.

#### **Marca e Imagen**

La marca del producto es FLORA MAKE UP el cual da relevancia a nuestro producto para que de esta manera se posicione en la mente del consumidor de tal forma que su nombre refleje vigorosidad y fuerza.

#### **Atributos de la Marca**

- Producto natural
- Excelente para el cuidado de la pie, ya que son extractos naturales de la misma materia prima.
- 100% Producto Ecuatoriano

### **Empaque:**

Los productos que FLORA MAKE UP ofrecerá, al ser elaborados de manera artesanal, de manera inicial su presentación serán los envases propios del producto con la marca.

### **MARKETING MIX**

El Marketing Mix analiza el comportamiento de los mercados y de los consumidores, buscando retener y llegar al cliente mediante la satisfacción de su necesidad. Esta teoría la inicio McCarthy, denominándolo como la teoría de las “4p”, en el año 1960 aproximadamente.



Se busca principalmente que cada producto que se lance a la venta tenga una finalidad que interese a los clientes a los que va dirigido, comprendiendo que la satisfacción de los consumidores es uno de los objetivos primordiales de la empresa.

### **Producto**

**FLORA MAKE UP Cia. Ltda** es una empresa que se dedica a la elaboración de maquillaje ecológico a base de productos 100% naturales, cuya finalidad es exaltar la belleza femenina. Pretende ser una empresa dinámica, innovadora y de confianza.

La empresa tiene como fin brindar productos de calidad a cada uno de sus clientes, mediante el cual se busca satisfacer a las necesidades de éstos.

Por ello se ha considerado que son importantes las características de los productos, ya que les darán una ventaja competitiva a la empresa y beneficios para nuestros consumidores.

Como ya se mencionó anteriormente, estos son productos 100% naturales, duraderos que están enfocados a embellecer a la mujer de hoy de forma natural y saludable. Ya que uno de nuestros objetivos principales es que el cliente reciba un producto de calidad y que sea considerado el mejor.

“Las tendencias de moda y maquillaje están cambiando constantemente, pero ser ecológico siempre ha estado de moda.”

A continuación se mostrara los diferentes productos de maquillaje que se ofrecerá:

Tabla 7: Descripción por producto

<u>PRODUCTO</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>
<p><b>Base de Maquillaje</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ La base de maquillaje natural busca suavizar el tono de piel y disimular ciertas imperfecciones en el rostro.</li></ul>
<p><b>Desmaquillante Bifásico</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Permite remover el maquillaje, como parte de la rutina diaria de cuidado que debe de tener una mujer.</li></ul>
<p><b>Rubor</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Brindan iluminación al rostro, otorgándole una apariencia saludable y fresca.</li></ul>
<p><b>Labial</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Brinda color a los labios y los humecta al mismo tiempo, debido a que su principal ingrediente es la cera de abeja.</li></ul>

Elaborado por: Los autores.

## Precio

La fijación de precio ha sido establecida en relación con los precios ofertados por los proveedores tanto de los envases como de la materia prima. Ya que se quiere ingresar al mercado con un producto nuevo, teniendo en cuenta que el precio no debe de ser superior al de los competidores indirectos.

A continuación se muestra los gastos incurridos para la elaboración de los productos por lote.

**Tabla 8: Costos lote de Desmaquillante Bifásico**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
DOSIFICADOR 24/410 PLATA TAPA PEQ YC	20	\$ 0,40	\$ 8,00
PET 150 ML CILINDRICO+AZ CLEAR Y BLANCO YC	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Agua de rosas (100 cc)	15	\$ 1,00	\$ 15,00
Aceite de almendra (150ml)	7	\$ 1,00	\$ 7,00
aceite de ricino (150ml)	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Agua destilada	2	\$ 0,70	\$ 1,40
<b>Total</b>			<b>\$67,40</b>
<b>costo unitario</b>			<b>\$3,37</b>

Lote de 20 frascos de 150 ml.

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 9: Costos de Base de Maquillaje**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Atomizador 24/410 aluminio plata yc	20	\$ 0,20	\$ 4,00
Pet 100ml cilindrico trns pd	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Colorantes colores varios (1ml)	100	\$ 0,16	\$ 16,00
BASE CREMA (1 lb)	20	\$ 2,50	\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>\$ 78,00</b>
<b>Costo unitario</b>			<b>\$ 3,90</b>

Lote de 20 frascos de 100 ml.

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 10: Costos de lote de Paleta de labiales**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Paleta heptagonal clear yc	15	\$ 0,35	\$ 5,25
Cera de abeja (400 gr)	10	\$ 0,80	\$ 8,00
Aceite de almendras (150ml)	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Colorante colores varios (1 ml)	140	\$ 0,16	\$ 22,40
Manteca de cacao (1kg)	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total			\$ 75,65
Costo unitario			\$ 5,04

Lote de 15 paletas de labiales de 7 colores.

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 11: Costos de lote de rubor**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Colorante colores varios (1ml)	80	\$ 0,16	\$ 12,80
Arroz triturado (16 gr)	20	\$ 0,02	\$ 0,40
Vaselina	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Total			\$ 25,70
Costo unitario			\$ 1,29

Lote de 20 potes de rubor de 20 ml.

**Elaborado por: Los autores.**

Basado en lo expuesto anteriormente los precios de venta serán los que se muestran a continuación.

**Tabla 12: Descripción de costos de cada uno de los productos**

Descripción	costo por lote	costo unitario	PVP
<b>Desmaquillante Bifasico - lote de 20</b>	\$ 67,40	\$ 3,37	\$ 10,00
<b>Base de maquillaje - lote de 20</b>	\$ 78,00	\$ 3,90	\$ 7,00
<b>paleta de labiales 7 colores - lote de 15</b>	\$ 47,65	\$ 3,18	\$ 8,50
<b>rubor de 20 ml - lote de 20</b>	\$ 25,70	\$ 1,29	\$ 4,50
<b>Total</b>	<b>\$ 218,75</b>	<b>\$ 11,73</b>	<b>\$ 30,00</b>

**Elaborado por: Los autores.**

Los precios que se han fijado para los 4 productos que ofrece FLORA MAKE UP permiten ser competitivos con los productos que se encuentran ya en el mercado.

### **Plaza**

El establecer una plaza incluye el manejo de varios canales de distribución.

Inicialmente FLORA MAKE UP realizará ventas en las instalaciones de la compañía y en una Isla comercial ubicada en el centro comercial Mall del Sol, este será el principal punto de venta en donde las consumidoras podrán adquirir los productos.

Es importante mencionar que el abastecimiento de productos para la isla comercial se realizará en la camioneta propiedad de la compañía, debido al carácter artesanal del producto y que FLORA MAKE UP es una empresa pequeña.

Posteriormente se desea establecer alianzas con supermercados y farmacias, pero antes de esto es necesario conseguir un número óptimo de consumidores para poder lograr economía de escala

Además el consumidor podrá realizar sus compras por medio de las redes sociales tales como Facebook e Instagram de la empresa, en donde se darán a conocer los productos y las promociones que se darán.

## Promoción

La estrategia de promoción tiene como fin posicionar el producto en el mercado y en la mente del consumidor.

Los medios que se usaran al inicio para promocionar la marca y producto, será mediante volantes, uso de redes sociales tales como: instagram, Facebook, twitter, etc.

Otra estrategia a utilizar será mediante marketing de sensaciones, en donde el consumidor pueda probar el producto, muestras gratis en locales como: De Prati, Fybecca, Pharmacys.

**Tabla 13: Presupuestos de Campaña Publicitaria**

Descripción	Cantidad mensual	Valor	Valor total
Flyers impresos ciento	4	\$15,00	\$ 60,00
uso de redes sociales	4	\$0,00	\$ -
muestra de productos varios	150	\$0,54	\$ 81,00
roll up con estructura	4	\$40,00	\$ 160,00
<b>Total</b>		<b>\$55,54</b>	<b>\$ 301,00</b>

Elaborado por: Los autores.



## **CAPITULO 7**

### **ESTUDIO TECNICO**

#### **Ingeniería del Proyecto**

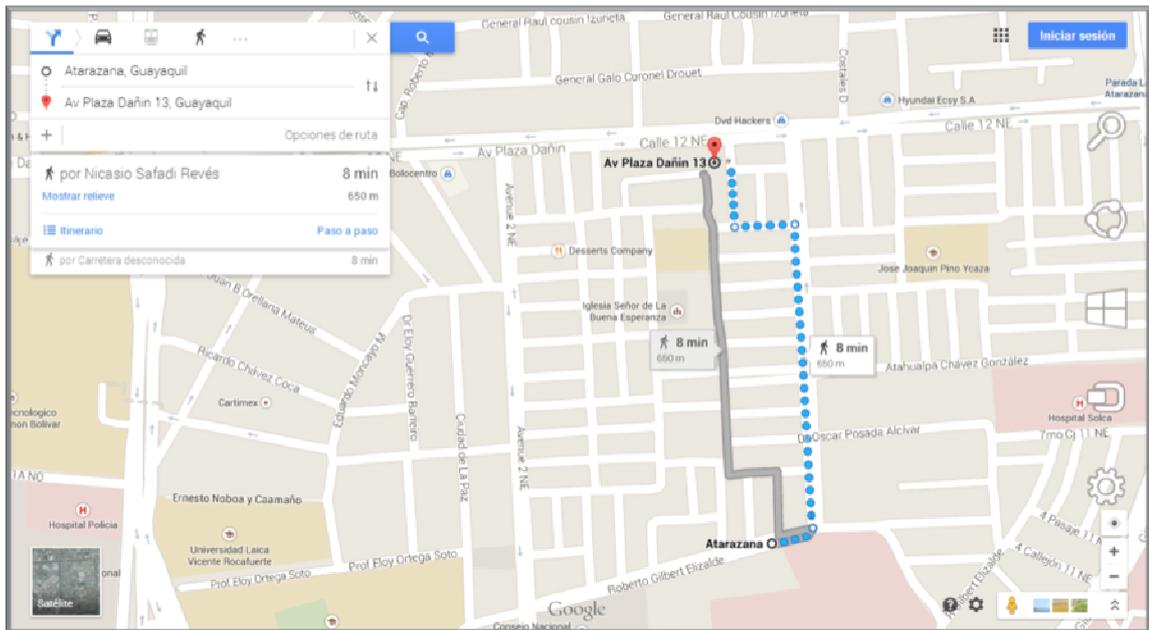
El estudio de la ingeniería del proyecto está relacionado con los aspectos técnicos de infraestructura, que permitan el proceso de elaboración del producto.

Se necesita información que proviene del estudio de mercado, las posibles alternativas de localización, posibilidades financieras, y disponibilidad del personal.

El resultado de estudio, determina la productividad óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos para la producción del producto. Para establecer la producción óptima se analizarán las alternativas y condiciones donde se pueda combinar los factores de producción, a través de la cuantificación y proyección en los montos de inversión, costos e ingresos de operación. Las necesidades de utensilios o herramientas.

#### **Localización de la empresa**

Se empezará la producción de los maquillajes de una manera artesanal en un departamento ubicado en la Ciudadela La Atarazana en la ciudad de Guayaquil; en el mismo lugar se encontrarán las oficinas de la empresa.



### **Descripción del Proceso de elaboración del producto**

En la actividad a realizar existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de cada uno de nuestros productos que permite un flujo constante de materia prima natural, eficiencia en cuanto al tiempo, orden, etc.

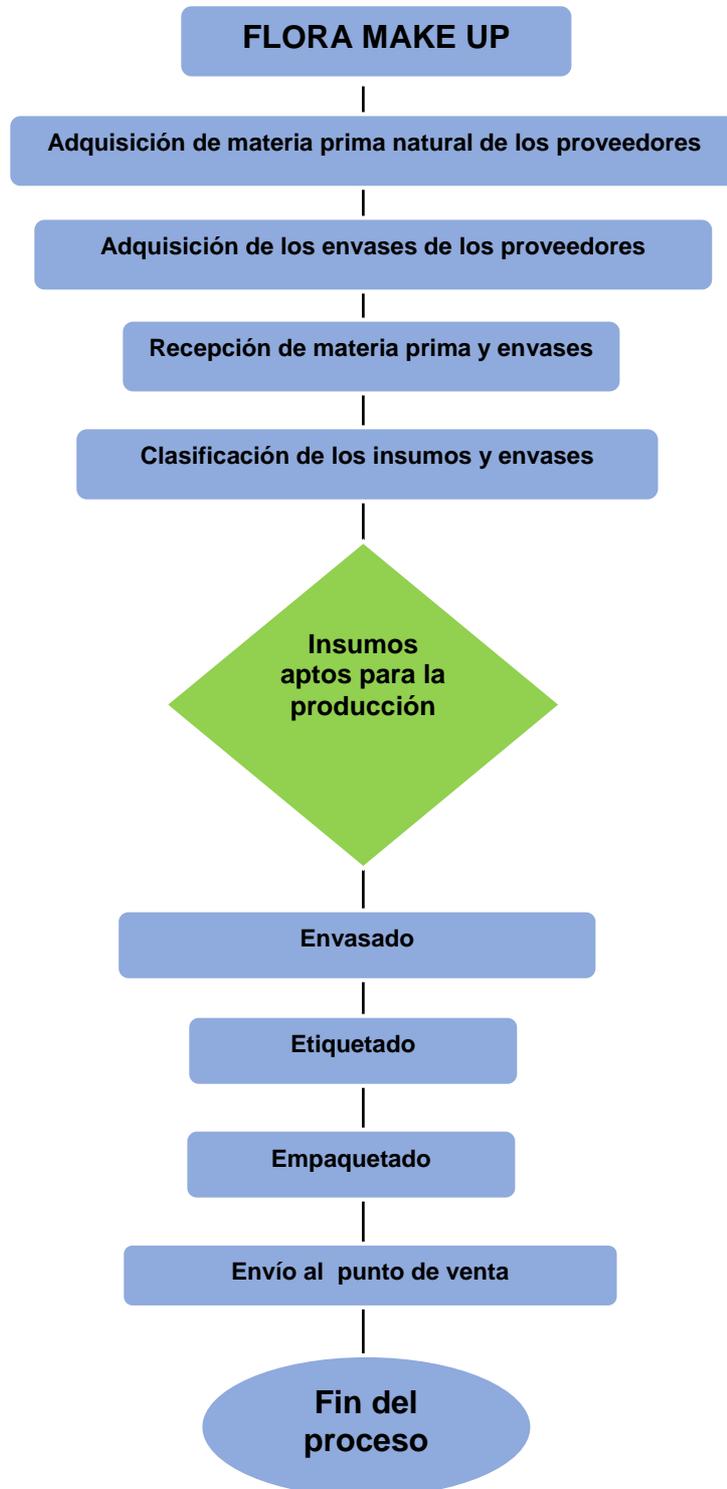
Se empezará a realizar con la producción del producto de forma artesanal, de tal manera que el proceso será el que se detalla a continuación.

Proceso de los operarios en el área de producción:

- Recepción de la Materia Prima y el Material de Envase o estuches.
- Almacenaje de los insumos de acuerdo a la distribución de la bodega d insumos.
- Jefe de Operación realiza una planificación del proceso productivo y delega funciones.
- Proceden a realizar la preparación y de su respectivo almacenaje para que se mantenga fresco.
- Proceden a medir la cantidad previamente de todos los insumos de acuerdo a la preparación de cada producto.
- Clasifican y ordenan los utensilios a usar.
- Elaboración de cada uno de los productos que se ofrece.

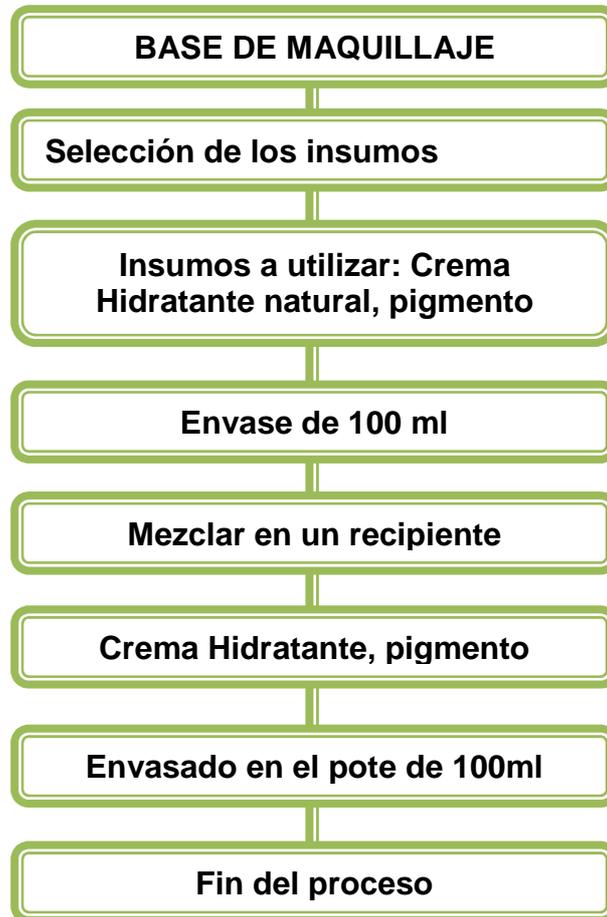
- Envasan el producto determinado en su respectivo envase.
- Etiquetada y codificado los envases a la salida o término del proceso productivo.
- Empacan en cajas
- Verificación

## *Flujo de Proceso*

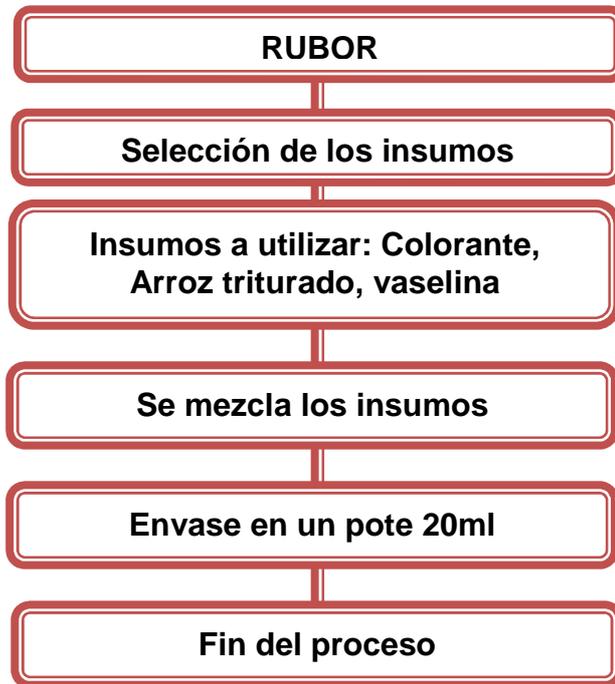


Proceso de los productos a producir:

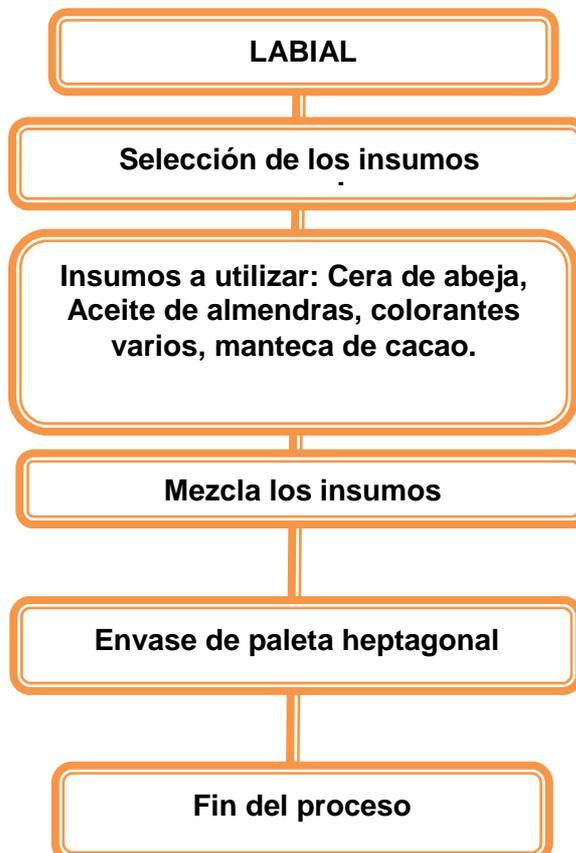
### Flujo de proceso productivo de Base de Maquillaje



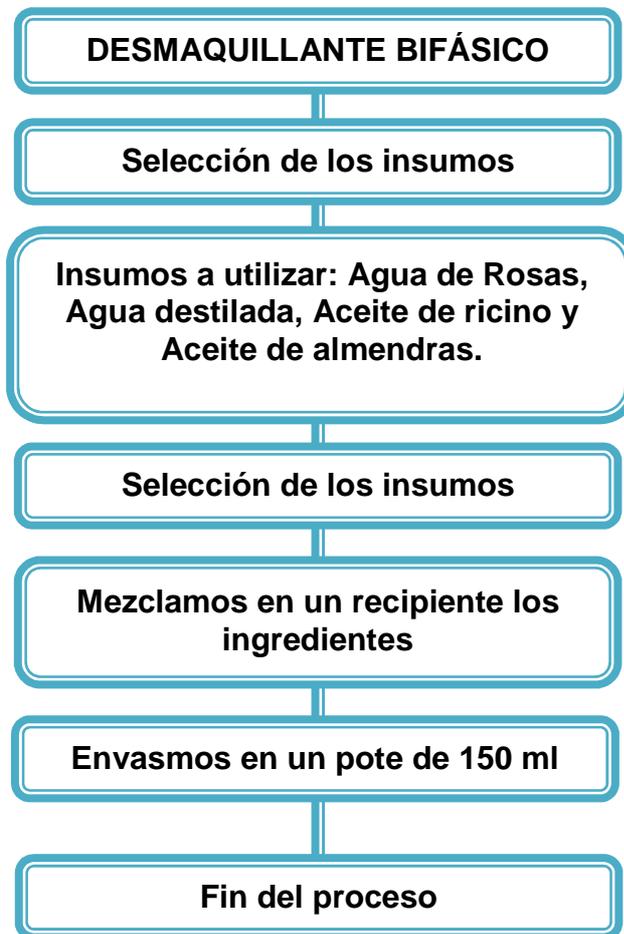
**Flujo del Proceso Productivo de Rubor**



**Flujo del Proceso de Producción de Paleta de Labiales**



### Flujo del Proceso Productivo de Desmaquillante Bifásico



### Capacidad productiva y capacidad instalada

Para poder establecer la capacidad productiva, es necesario conocer que tiempo se toma por cada uno de los productos que se va a ofrecer. La producción de los productos, de acuerdo a las medidas estándar, se realiza para preparaciones de lote de 20 y 15 unidades.

Se detalla el tiempo total de preparación y envasado de cada uno de los productos:

**Tabla 14: Capacidad Productiva**

<b>Producto</b>	<b>Producción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Envasado diario</b>	<b>Envase mensual</b>
Rubor	20ml de 20	5 horas	20	400
Desmaquillante	150 ml de 20	3 horas	20	400
Labial	Paletas de 7 colores de 15	5 horas	15	300
Base de maquillaje	100 ml de 20	5 horas	20	400

**Elaborado por: Los autores.**

Como se observa, la capacidad productiva de Rubor se tomó un tiempo total en elaborar 20 potes de 20 ml diarios en 5 horas, lo que corresponde a 400 potes mensuales. De acuerdo a la cantidad de operarios, equipos y espacio disponible que tiene la empresa.

De igual manera se producirá 20 frascos de desmaquillante de 150ml diarios y base de maquillaje de 100ml en un total de 5 horas, con un total de 400 frascos mensual de los productos anteriormente mencionados.

Y finalmente la paleta de labial en un tiempo de 5 horas, 15 paletas diarias y 300 mensualmente.

**Tabla 15: Capacidad Instalada**

<b>Operarios</b>	<b>Horas diarias</b>	<b>Horas /h al mes</b>
1	8 horas	160
2	8 horas	160

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 16: Capacidad Requerida**

<b>Producto</b>	<b>Tiempo por lote</b>	<b>Envases por lote</b>	<b>Envases al mes</b>
Rubor	5 horas	20	400
Desmaquillante	3 horas	20	400
Labial	5 horas	15	300
Base de maquillaje	3 horas	20	400

**Elaborado por: Los autores.**

Se detalla los requerimientos de materia prima por producto, cantidad y costo por lote.

#### **REQUERIMIENTOS Y COSTOS DE MATERIA PRIMA**

Se detalla los requerimientos de materia prima por producto, cantidad y costo por lote.

#### **Requerimiento y costos de materia prima Rubor**

**Tabla 17: Requerimiento de Rubor**

Cantidad preparada	20 potes
Tiempo de preparación	4hora
Tiempo de envase	1hora
Tiempo total por lote	5 horas
Cantidad por envase	20
Cantidad de envases mensuales	400

**Elaborado por: Los autores.**

### Tabla 18: COSTO UNITARIO RUBOR

Tabla 18: Costo Unitario Rubor

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Colorante colores varios (1ml)	80	\$ 0,16	\$ 12,80
Arroz triturado (16 gr)	20	\$ 0,02	\$ 0,40
Vaselina	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Total			\$ 25,70
Costo unitario			\$ 1,29

**Elaborado por: Los autores.**

**Requerimiento de materia prima Desmaquillante**

### Tabla 19: Requerimiento de Desmaquillante

Cantidad preparada	20 frascos
Tiempo de preparación	2 horas
Tiempo de envase	1 hora
Tiempo total por lote	3 horas
Cantidad por envase	20
Cantidad de envases mensuales	400

**Elaborado por: Los autores.**

### Tabla 20: Costo Unitario Desmaquillante

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Dosificador 24/410 plata tapa peq yc	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Pet 150 ml cilindrico+az clear y blanco yc	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Agua de rosas (500 ml)	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Aceite de almendra (150ml)	7	\$ 15,00	\$ 105,00
Aceite de ricino (150ml)	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Agua destilada	2	\$ 0,70	\$ 1,40
Total			\$ 153,40
Costo unitario			\$ 7,67

**Elaborado por: Los autores.**

## Requerimiento de materia prima Labial

**Tabla 21: Requerimiento Labial**

Cantidad preparada	15 paletas
Tiempo de preparación	4 horas
Tiempo de envase	1 hora
Tiempo total por lote	5 horas
Cantidad por envase	15
Cantidad de envases	300

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 22: Costo Unitario Labial**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Paleta heptagonal clear yc	15	\$ 0,35	\$ 5,25
Cera de abeja (400 gr)	10	\$ 0,80	\$ 8,00
Aceite de almendras (150ml)	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Colorante colores varios (1 ml)	140	\$ 0,16	\$ 22,40
Manteca de cacao (1kg)	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total			\$ 75,65
Costo unitario			\$ 5,04

**Elaborado por: Los autores.**

## Requerimiento de materia prima Base de Maquillaje

**Tabla 23: Requerimiento de Base de Maquillaje**

Cantidad preparada	20 frascos
Tiempo de preparación	4 horas
Tiempo de envase	1 hora
Tiempo total por lote	5 horas
Cantidad por envase	20
Cantidad de envases	400

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 24: Costo Unitario Base de Maquillaje**

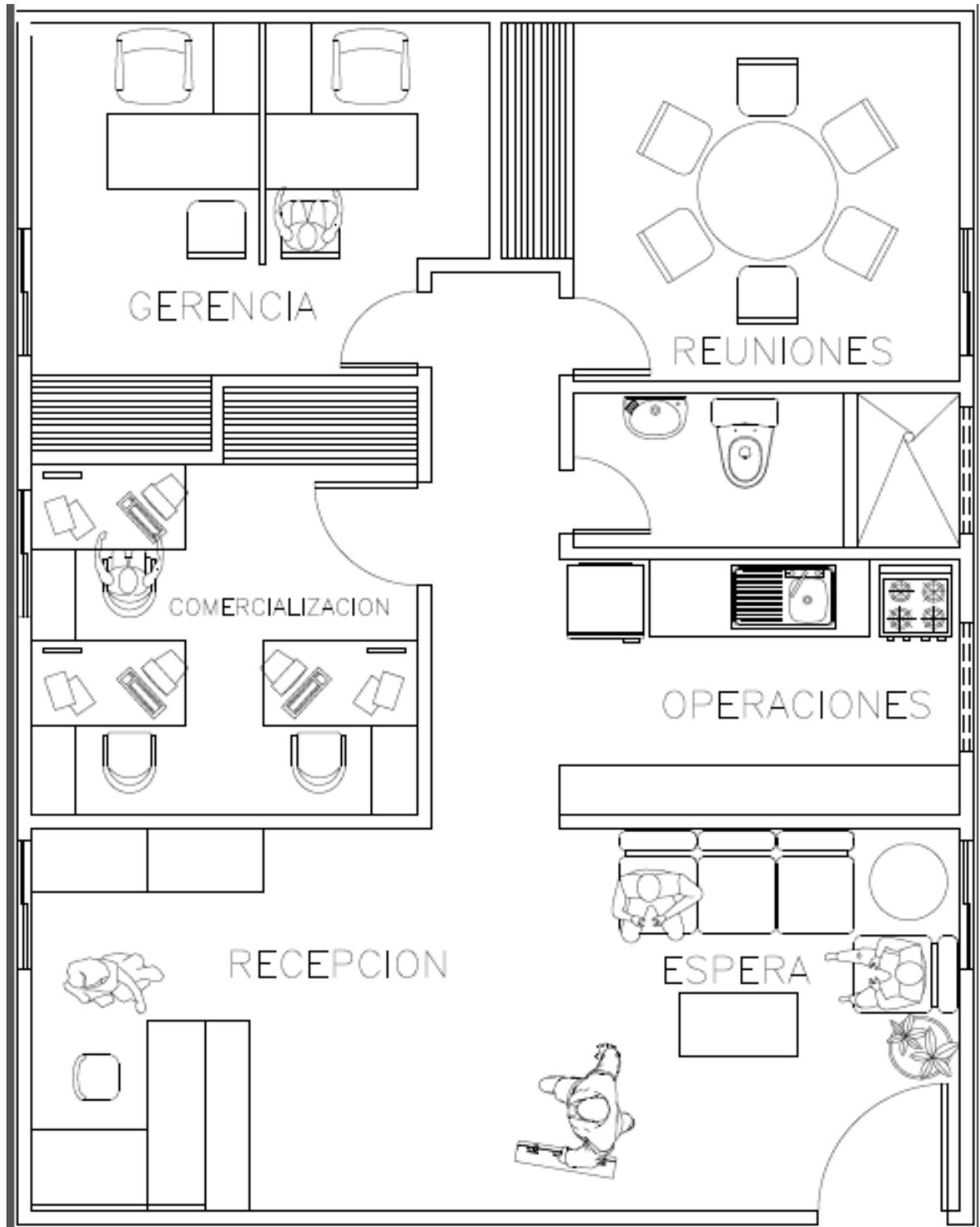
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Atomizador 24/410 aluminio plata yc	20	\$ 0,20	\$ 4,00
Pet 100ml cilindrico trns pd	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Colorantes colores varios (1ml)	100	\$ 0,16	\$ 16,00
BASE CREMA (1 lb)	20	\$ 2,50	\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>\$ 78,00</b>
Costo unitario			<b>\$ 3,90</b>

**Elaborado por: Los autores.**

Como se observa en cada uno de los productos se detalla los costos, lo cual permite ser el respaldo de los costos directos en el estudio financiero.

## Distribución de las instalaciones

### Distribución de Oficina



Cuadro 2: Distribución de Oficina  
Elaborado por: Arq. Marcos Quintana Vera.

### **Requerimiento de mano de obra**

El personal requerido para llevar a cabo las actividades tanto administrativas como de producción de la empresa de acuerdo al organigrama y la capacidad productiva son:

**Tabla 25: Requerimiento de Mano de Obra**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Gerente General</b>	1
<b>Jefe Contable Administrativo</b>	1
<b>secretaria Recepcionista</b>	1
<b>Jefe de Comercialización</b>	1
<b>Jefe de Operaciones</b>	1
<b>Vendedores</b>	2
<b>Operarios</b>	2

**Elabora por: Los autores.**

El informe con los salarios y los beneficios de ley correspondientes a cada colaborador se detallan en el capítulo de estudio financiero

### **Requerimientos de materiales, suministros y servicios**

Se considerará el equipamiento necesario para poder realizar la producción de maquillaje de manera artesanal, lo cual genera costos de inversión y producción bajos.

**Tabla 26: Requerimiento de Equipos de Producción**

<b>PRODUCCION</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
jeringuilla caja	36	\$ 10,00	\$ 360,00
guantes quirurgicos caja x 50	50	\$ 29,44	\$ 1.472,00
maskarillas desechables caja x 50	40	\$ 5,00	\$ 200,00
red para cabello caja x 50	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Toners para impresora	10	\$ 25,00	\$ 250,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 2.602,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 216,83</b>

<b>HERRAMIENTAS DE PRODUCCION</b>			
camiseta tipo polo bordadas	12	\$ 10,00	\$ 120,00
jeans	12	\$ 22,00	\$ 264,00
mandiles para operarios	4	\$ 14,50	\$ 58,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 442,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 36,83</b>

Elaborado por: Los autores.

**Tabla 27: Requerimiento de Equipos de Computación**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>valor</b>	<b>Total</b>
Computadoras personales	7	\$ 400,00	\$2.800,00
Impresora Multifunciones	2	\$ 195,00	\$ 390,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.190,00</b>

Elaborado por: Los autores.

**Tabla 28: Requerimiento de Equipos y Muebles de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Escritorios	8	\$ 170,00	\$ 1.360,00
Sillas ejecutivas	8	\$ 95,00	\$ 760,00
Sillas de espera	12	\$ 22,00	\$ 264,00
Mesa de Reuniones	1	\$ 189,00	\$ 189,00
Teléfono	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Recipiente de Basura	8	\$ 12,00	\$ 96,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.759,00</b>

Elaborado por: Los autores.

**Tabla 29: Requerimiento de Suministros de Oficina**

<b>ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Resmas de papel	30	\$ 4,00	\$ 120,00
Marcadores	16	\$ 1,00	\$ 16,00
Borradores	10	\$ 0,60	\$ 6,00
Lapices caja	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Esferos caja	40	\$ 0,60	\$ 24,00
Clips caja	50	\$ 0,75	\$ 37,50
Toners para impresora	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Separadores plasticos	30	\$ 0,90	\$ 27,00
Carpetas manila	100	\$ 0,30	\$ 30,00
Resaltadores	25	\$ 1,00	\$ 25,00
Archivadores	65	\$ 1,00	\$ 65,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 524,50</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 43,71</b>

Elaborado por: Los autores.

#### Requerimientos de Activos Fijos y Diferidos

**Tabla 30: Activos Fijos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Edificio	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Maquinaria	1	\$ 2.113,76	\$ 2.113,76
vehiculo	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Muebles y Enseres	1	\$ 3.875,00	\$ 3.875,00
Materiales de oficina	1	\$ 302,73	\$ 302,73
Equipos de computación	1	\$ 3.190,00	\$ 3.190,00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 54.481,49</b>	<b>\$ 54.481,49</b>

Elaborado por: Los autores.

**Tabla 31: Activos Diferidos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>GASTOS LEGALES</b>	1	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.700,00</b>

Elaborado por: Los autores.

El costo de constitución de la empresa corresponde al capital suscrito.

## CAPITULO 8

### ESTUDIO FINANCIERO

#### Presupuesto de Inversión

Como parte primordial para el análisis del proyecto se ha realizado el presupuesto de inversión para analizar el porcentaje de financiamiento externo (de instituciones financieras) que se requiere y determinar si la inversión es rentable o no para los inversionistas; todo esto basado en el alcance de la empresa.

#### Activos fijos

Los activos fijos en el proyecto son los necesarios para realizar el proceso de transformación de los insumos a los productos que la empresa ofrece.

En el proyecto el monto estimado en activos fijos es \$ 55.110,00; compuesto de la siguiente manera:

**Tabla 32: Activos Fijos**

Descripción	Cantidad	Valor	Total
<b>Edificio</b>	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
<b>Maquinaria y Equipos</b>	1	\$ 1.485,00	\$ 1.485,00
<b>Vehiculo</b>	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	1	\$ 5.435,00	\$ 5.435,00
<b>Equipos de computación</b>	1	\$ 3.190,00	\$ 3.190,00
<b>TOTAL</b>	3	<b>\$ 55.110,00</b>	<b>\$ 55.110,00</b>

**Elaborada por: Los autores.**

Estos activos están sujetos a depreciaciones, es decir que tienen un periodo de vida útil.

A continuación se presenta las tablas de depreciación de dichos activos.

**Tabla 33: Depreciación de Edificios**

DEPRECIACION DE EDIFICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Area administrativa	m2	25	\$30,00	\$750,00	20	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Area de Recepcion	m2	15	\$350,00	\$5.250,00	20	\$ 262,5	\$ 262,5	\$ 262,5	\$ 262,5	\$ 262,5
Bodega	m2	80	\$300,00	\$24.000,00	20	\$1.200,0	\$ .200,0	\$ .200,0	\$ 1.200,0	\$ 1.200,0
<b>TOTAL</b>				<b>\$30.000,00</b>		<b>\$1.500,00</b>	<b>\$1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>

Si bien es cierto que la depreciación de la edificación es de 10 años, se registra únicamente la información de 5 años ya que este es el tiempo estimado del proyecto.

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 34: Depreciación de Maquinaria y Equipo de Oficina**

DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
cocina industrial de 4 quemadores	1	\$ 400,00	\$ 400,00	5	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
tanque de gas industrial	1	\$ 120,00	\$ 20,00	5	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
juego de ollas de induccion (28 pzs)	1	\$ 700,00	\$ 00,00	5	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$140,00
balanza digital	1	\$ 40,00	\$ 40,00	5	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Cucharones	3	\$ 10,00	\$ 30,00	3	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00		
paletas de madera	4	\$ 3,00	\$ 12,00	3	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00		
recipientes plásticos	4	\$ 10,00	\$ 40,00	3	\$ 13,33	\$ 13,33	\$ 13,33		
set coladores	2	\$ 7,50	\$ 15,00	3	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00		
embudos varias medidas	3	\$ 3,50	\$ 10,50	3	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50		
set de cucharas medidoras digital	3	\$ 22,50	\$ 67,50	3	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50		
set de mortero porcelana	1	\$ 50,00	\$ 50,00	3	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 16,67		
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.485,00</b>		<b>\$ 327,00</b>	<b>\$ 327,00</b>	<b>\$ 327,00</b>	<b>\$ 252,00</b>	<b>\$252,00</b>

Por la diversidad de los elementos que componen estos activos, la vida util es de 5 y otros de 3 años.

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 35: Depreciación del Vehículo**

<b>DEPRECIACIÓN DE VEHICULOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑOS VIDA UTIL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Vehiculos</b>	1	\$15.000,00	\$15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,0	\$ 3.000,0	\$3.000,0	\$ 3.000,0
<b>TOTAL.....</b>			<b>\$15.000,00</b>		<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$3.000,00</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$3.000,00</b>	<b>\$3.000,00</b>

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 36: Depreciación de Muebles y Enseres**

<b>DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑOS VIDA UTIL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Estructura de la isla</b>	1	\$ 1.500,00	\$1.500,00	<b>3</b>	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Mostradores</b>	2	\$ 30,00	\$ 60,00	<b>3</b>	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>Escritorios</b>	8	\$ 170,00	\$ 1.360,00	<b>3</b>	\$ 453,33	\$ 453,33	\$ 453,33
<b>Sillas ejecutivas</b>	8	\$ 95,00	\$ 760,00	<b>3</b>	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33
<b>Sillas de espera</b>	12	\$ 22,00	\$ 264,00	<b>3</b>	\$ 88,00	\$ 88,00	\$ 88,00
<b>Mesa de Reuniones</b>	1	\$ 189,00	\$ 189,00	<b>3</b>	\$ 63,00	\$ 63,00	\$ 63,00
<b>Telefono</b>	6	\$ 15,00	\$ 90,00	<b>3</b>	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>Recipiente de Basura</b>	8	\$ 12,00	\$ 96,00	<b>3</b>	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00
<b>Archivador pared</b>	6	\$ 100,00	\$ 600,00	<b>3</b>	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Archivador de piso</b>	6	\$ 86,00	\$ 516,00	<b>3</b>	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00
<b>TOTAL.....</b>			<b>\$ 5.435,00</b>		<b>\$1.811,67</b>	<b>\$1.811,67</b>	<b>\$ 1.811,67</b>

Elaborado por: Los autores.

**Tabla 37: Depreciación de Equipos de Computación**

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Computadoras personales	7	\$400,00	\$ 2.800,00	3	\$933,33	\$933,33	\$933,33
Impresora Multifunciones Epson	2	\$195,00	\$ 390,00	3	\$130,00	\$130,00	\$130,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.190,00</b>		<b>\$1.063,33</b>	<b>\$1.063,33</b>	<b>\$1.063,33</b>

**Elaborado por: Los autores**

#### **ACTIVO CIRCULANTE**

Los activos circulantes corresponden a los materiales de oficina y a la vestimenta y herramientas de producción, estos activos tienen la característica de que pueden ser convertidos en efectivo y van a ser utilizados en un año.

**Tabla 38: Activo Circulante**

Descripción	Cantidad	Valor	Total
<b>Materiales de Oficina</b>	1	\$302,73	\$302,73
<b>Vestimenta y herramientas produccion</b>	1	\$628,76	\$628,76
<b>Inventarios</b>	1	\$2.200,00	\$2.200,00
<b>TOTAL...</b>			<b>\$3.131,49</b>

**Elaborado por: Los autores**

#### **Activos Intangibles**

Son derechos adquiridos necesarios para le ejecución del proyecto, tales como gastos de constitución de la empresa y certificados y documentación.

**Tabla 39: Activos Intangibles**

Descripción	Cantidad	Valor	Total
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>GASTOS LEGALES</b>	1	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.700,00</b>

El gasto de Constitución de la empresa corresponde al capital suscrito para la misma. **Elaborado por: Los autores**

**Tabla 40: Amortizacion de Activos Intangibles**

Detalle	Valor Inicial	Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Amortización de Activos Intangibles</b>	\$1.700,00	0,20	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00

**Elaborado por: Los autores**

### ***CAPITAL DE TRABAJO***

Dentro de la inversión es necesario contar con un capital de trabajo inicial para obtener liquidez y poder llevar a cabo las actividades de la empresa a corto plazo.

A continuación se muestra detalladamente el capital de trabajo

**Tabla 41: Capital de Trabajo**

Descripción	Cantidad	Valor	Total
<b>Materia Prima</b>	1	\$ 1.894,80	\$ 1.894,80
<b>Materiales</b>	1	\$ 39,50	\$ 39,50
<b>Insumos</b>	1	\$ 406,56	\$ 406,56
<b>Gastos Administrativos</b>	1	\$ 302,73	\$ 302,73
<b>Gastos de Ventas</b>	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>Gastos Varios</b>	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Gastos de Personal</b>	2	\$ 4.891,39	\$ 9.782,78
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 8.534,98</b>	<b>\$ 13.426,37</b>

**Elaborado por: Los autores**

## **DETERMINACION DE LA INVERSION**

El total de la inversión para el proyecto es de \$ 72,436,37 cuyo resumen se muestra a continuación.

**Tabla 42: Resumen de Inversión**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>Activos Tangibles</b>	
<b>Edificios</b>	\$ 30.000,00
<b>Maquinarias y Equipos</b>	\$ 1.485,00
<b>Vehiculos</b>	\$ 15.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 5.435,00
<b>Equipos de Computo</b>	\$ 3.190,00
<b>(A) TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>\$ 55.110,00</b>
<b>Activo Circulante</b>	
<b>Materiales de Oficina</b>	
<b>Vestimenta y herramientas proudccion</b>	
<b>Inventarios</b>	\$ 2.200,00
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE.....</b>	<b>\$ 2.200,00</b>
<b>Activos Intangibles</b>	
<b>Gastos de Constitucion</b>	\$ 800,00
<b>Gastos Legales</b>	\$ 900,00
<b>(B) TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.700,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ 13.426,37
<b>( C ) TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 13.426,37</b>
<b>TOTAL DE INVERSIONES A+B+C...</b>	<b>\$ 72.436,37</b>

**Elaborado por: Los autores**

## ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La inversión total requerida para el proyecto es de \$72,436,37 Parte de esta inversión será cubierta por recursos propios y aportaciones de las socias (70% de la inversión) y el 30% de la inversión se obtendrá por fuentes de financiamiento externas, correspondiendo a un préstamo de \$ 21.730,91

**Tabla 43: Detalle de Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	70%	50.705,46
<b>PRESTAMO BNF</b>	30%	21.730,91
<b>TOTAL</b>		<b>72.436,37</b>

**Elaborado por: Los autores**

El préstamo se realizará en el BANCO NACIONAL DE FOMENTO, en un periodo de 5 años, con pagos trimestrales y una tasa de interés trimestral de 2,5% dando un total del 10% anual.

En la siguiente tabla se muestra la amortización del préstamo: los pagos trimestrales, el interés cobrado por la institución financiera y el costo financiero al final del año.

**Tabla 44: Amortización de Préstamo**

<b>Valor de la Deuda</b>	<b>21.730,91</b>
Tasa	2,50%
Periodos	20
Cuota Fija	\$ 1.086,55

No.	Saldo Inicial	Intereses	Cuotas	Capital Amortizado	Valor a Pagar	Costo Financiero	Amortizacion Anual
1	\$ 21.730,91	\$ 543,27	\$ 1.086,55	\$ 1.086,55	\$ 1.629,82		
2	\$ 20.644,36	\$ 516,11	\$ 1.086,55	\$ 2.173,10	\$ 1.602,66		
3	\$ 19.557,81	\$ 488,95	\$ 1.086,55	\$ 3.259,65	\$ 1.575,50		
4	\$ 18.471,26	\$ 461,78	\$ 1.086,55	\$ 4.346,20	\$ 1.548,33	\$ 2.010,11	\$ 10.865,50
5	\$ 17.384,71	\$ 434,62	\$ 1.086,55	\$ 5.432,75	\$ 1.521,17		
6	\$ 16.298,16	\$ 407,45	\$ 1.086,55	\$ 6.519,30	\$ 1.494,00		
7	\$ 15.211,61	\$ 380,29	\$ 1.086,55	\$ 7.605,85	\$ 1.466,84		
8	\$ 14.125,06	\$ 353,13	\$ 1.086,55	\$ 8.692,40	\$ 1.439,68	\$ 1.575,49	\$ 28.250,30
9	\$ 13.038,51	\$ 325,96	\$ 1.086,55	\$ 9.778,95	\$ 1.412,51		
10	\$ 11.951,96	\$ 298,80	\$ 1.086,55	\$ 10.865,50	\$ 1.385,35		
11	\$ 10.865,41	\$ 271,64	\$ 1.086,55	\$ 11.952,05	\$ 1.358,19		
12	\$ 9.778,86	\$ 244,47	\$ 1.086,55	\$ 13.038,60	\$ 1.331,02	\$ 1.140,87	\$ 45.635,10
13	\$ 8.692,31	\$ 217,31	\$ 1.086,55	\$ 14.125,15	\$ 1.303,86		
14	\$ 7.605,76	\$ 190,14	\$ 1.086,55	\$ 15.211,70	\$ 1.276,69		
15	\$ 6.519,21	\$ 162,98	\$ 1.086,55	\$ 16.298,25	\$ 1.249,53		
16	\$ 5.432,66	\$ 135,82	\$ 1.086,55	\$ 17.384,80	\$ 1.222,37	\$ 706,25	\$ 17.384,80
17	\$ 4.346,11	\$ 108,65	\$ 1.086,55	\$ 18.471,35	\$ 1.195,20		
18	\$ 3.259,56	\$ 81,49	\$ 1.086,55	\$ 19.557,90	\$ 1.168,04		
19	\$ 2.173,01	\$ 54,33	\$ 1.086,55	\$ 20.644,45	\$ 1.140,88		
20	\$ 1.086,46	\$ 27,16	\$ 1.086,55	\$ 21.731,00	\$ 1.113,71	\$ 271,63	\$ 21.731,00

Elaborado por: Los autores.

## Gastos Administrativos: Personal

**Tabla 45: Detalles de Salarios con Beneficios Projectados**

PERSONAL								
ADMINISTRATIVO	CANTIDA D	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE PATRONA L	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONE S	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 00,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17	\$ 900,88
Jefe contable - administrativo	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 66,83	\$ 45,83	\$ 28,33	\$ 22,92	\$ 713,91
Secretaria Recepcionista	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 452,14
		<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 193,19</b>	<b>\$ 132,50</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 66,25</b>	<b>\$2.066,94</b>
PRODUCCION								
Jefe de Operaciones	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 526,93
Operarios	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 904,29
			<b>\$ 1.080,00</b>	<b>\$ 131,22</b>	<b>\$ 90,00</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 45,00</b>	<b>\$1.431,22</b>
VENTAS								
Jefe de Comercialización	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 526,93
Vendedores	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 56,67	\$ 29,17	\$ 929,22
			<b>\$ 1.100,00</b>	<b>\$ 133,65</b>	<b>\$ 91,67</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 45,83</b>	<b>\$1.456,15</b>

Se detalla el sueldo y los beneficios por cada cargo.

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 46: Detalle de Salarios Proyectados**

PERSONAL		AÑO 1						
ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL ANUAL
<b>Gerente General</b>	1	\$ 700,00	\$ 00,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17	\$ 900,88
<b>Jefe contable - administrativo</b>	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 66,83	\$ 45,83	\$ 28,33	\$ 22,92	\$ 713,91
<b>Secretaria Recepcionista</b>	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 452,14
		<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 193,19</b>	<b>\$ 132,50</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 66,25</b>	<b>\$2.066,94</b>
<b>PRODUCCION</b>								
<b>Jefe de Operaciones</b>	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 526,93
<b>Operarios</b>	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 904,29
			<b>\$ 1.080,00</b>	<b>\$ 131,22</b>	<b>\$ 90,00</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 45,00</b>	<b>\$1.431,22</b>
<b>VENTAS</b>								
<b>Jefe de Comercialización</b>	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 526,93
<b>Vendedores</b>	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 56,67	\$ 29,17	\$ 929,22
			<b>\$ 1.100,00</b>	<b>\$ 133,65</b>	<b>\$ 91,67</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 45,83</b>	<b>\$1.456,15</b>

		<b>AÑO 2</b>							
<b>PERSONAL</b>									
<b>ADMINISTRATIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Gerente General</b>	1	\$ 735,00	\$ 735,00	\$ 61,25	\$ 89,30	\$ 61,25	\$ 29,75	\$ 30,63	\$1.007,18
<b>Jefe contable - administrativo</b>	1	\$ 577,50	\$ 577,50	\$ 48,13	\$ 70,17	\$ 48,13	\$ 29,75	\$ 24,06	\$ 797,73
<b>Secretaria Recepcionista</b>	1	\$ 57,00	\$ 357,00	\$ 29,75	\$ 43,38	\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 14,88	\$ 504,50
		<b>\$ 669,50</b>	<b>\$1.669,50</b>	<b>\$ 139,13</b>	<b>\$ 202,84</b>	<b>\$ 139,13</b>	<b>\$ 89,25</b>	<b>\$ 69,56</b>	<b>\$2.309,41</b>
<b>PRODUCCION</b>									
<b>Jefe de Operaciones</b>	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 51,03	\$ 35,00	\$ 29,75	\$ 17,50	\$ 588,28
<b>Operarios</b>	2	\$ 357,00	\$ 714,00	\$ 59,50	\$ 86,75	\$ 59,50	\$ 59,50	\$ 29,75	\$1.009,00
		<b>\$ 777,00</b>	<b>\$1.134,00</b>	<b>\$ 94,50</b>	<b>\$ 137,78</b>	<b>\$ 94,50</b>	<b>\$ 89,25</b>	<b>\$ 47,25</b>	<b>\$1.597,28</b>
<b>VENTAS</b>									
<b>Jefe de Comercialización</b>	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 51,03	\$ 35,00	\$ 29,75	\$ 17,50	\$ 588,28
<b>Vendedores</b>	2	\$ 367,50	\$ 735,00	\$ 61,25	\$ 89,30	\$ 61,25	\$ 59,50	\$ 30,63	\$1.036,93
		<b>\$ 787,50</b>	<b>\$1.155,00</b>	<b>\$ 96,25</b>	<b>\$ 140,33</b>	<b>\$ 96,25</b>	<b>\$ 89,25</b>	<b>\$ 48,13</b>	<b>\$1.625,21</b>

PERSONAL		AÑO 3							
ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
Gerente General	1	\$ 771,75	\$ 771,75	\$ 64,31	\$ 93,77	\$ 64,31	\$ 31,24	\$ 32,16	\$1.057,54
Jefe contable - administrativo	1	\$ 606,38	\$ 606,38	\$ 50,53	\$ 73,67	\$ 50,53	\$ 31,24	\$ 25,27	\$ 837,62
Secretaria Recepcionista	1	\$ 374,85	\$ 374,85	\$ 31,24	\$ 45,54	\$ 31,24	\$ 31,24	\$ 15,62	\$ 529,73
		<b>\$1.752,98</b>	<b>\$1.752,98</b>	<b>\$ 146,08</b>	<b>\$ 212,99</b>	<b>\$ 146,08</b>	<b>\$ 93,71</b>	<b>\$ 73,04</b>	<b>\$2.424,88</b>
<b>PRODUCCION</b>									
Jefe de Operaciones	1	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 36,75	\$ 53,58	\$ 36,75	\$ 31,24	\$ 18,38	\$ 617,69
Operarios	2	\$ 374,85	\$ 749,70	\$ 62,48	\$ 91,09	\$ 62,48	\$ 62,48	\$ 31,24	\$1.059,45
		<b>\$ 815,85</b>	<b>\$1.190,70</b>	<b>\$ 99,23</b>	<b>\$ 144,67</b>	<b>\$ 99,23</b>	<b>\$ 93,71</b>	<b>\$ 49,61</b>	<b>\$1.677,15</b>
<b>VENTAS</b>									
Jefe de Comercialización	1	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 36,75	\$ 53,58	\$ 36,75	\$ 31,24	\$ 18,38	\$ 617,69
Vendedores	2	\$ 385,88	\$ 771,75	\$ 64,31	\$ 93,77	\$ 64,31	\$ 62,48	\$ 32,16	\$1.088,77
		<b>\$ 826,88</b>	<b>\$1.212,75</b>	<b>\$ 101,06</b>	<b>\$ 147,35</b>	<b>\$ 101,06</b>	<b>\$ 93,71</b>	<b>\$ 50,53</b>	<b>\$1.706,47</b>

PERSONAL		AÑO 4							
ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
Gerente General	1	\$ 810,34	\$ 810,34	\$ 67,53	\$ 98,46	\$ 67,53	\$ 32,80	\$ 33,76	\$1.110,41
Jefe contable - administrativo	1	\$ 636,69	\$ 636,69	\$ 53,06	\$ 77,36	\$ 53,06	\$ 32,80	\$ 26,53	\$ 879,50
Secretaria Recepcionista	1	\$ 393,59	\$ 393,59	\$ 32,80	\$ 47,82	\$ 32,80	\$ 32,80	\$ 16,40	\$ 556,21
		<b>\$1.840,62</b>	<b>\$1.840,62</b>	<b>\$153,39</b>	<b>\$ 223,64</b>	<b>\$ 153,39</b>	<b>\$ 98,40</b>	<b>\$ 76,69</b>	<b>\$2.546,12</b>
<b>PRODUCCION</b>									
Jefe de Operaciones	1	\$ 463,05	\$ 463,05	\$ 38,59	\$ 56,26	\$ 38,59	\$ 32,80	\$ 19,29	\$ 648,58
Operarios	2	\$ 393,59	\$ 787,19	\$ 65,60	\$ 95,64	\$ 65,60	\$ 65,60	\$ 32,80	\$1.112,42
		<b>\$ 856,64</b>	<b>\$1.250,24</b>	<b>\$ 104,19</b>	<b>\$ 151,90</b>	<b>\$ 104,19</b>	<b>\$ 98,40</b>	<b>\$ 52,09</b>	<b>\$1.761,00</b>
<b>VENTAS</b>									
Jefe de Comercialización	1	\$ 463,05	\$ 463,05	\$ 38,59	\$ 56,26	\$ 38,59	\$ 32,80	\$ 19,29	\$ 648,58
Vendedores	2	\$ 405,17	\$ 810,34	\$ 67,53	\$ 98,46	\$ 67,53	\$ 65,60	\$ 33,76	\$1.143,21
		<b>\$ 868,22</b>	<b>\$1.273,39</b>	<b>\$ 106,12</b>	<b>\$ 154,72</b>	<b>\$ 106,12</b>	<b>\$ 98,40</b>	<b>\$ 53,06</b>	<b>\$1.791,79</b>

PERSONAL		AÑO 5							
ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
Gerente General	1	\$ 850,85	\$850,85	\$ 70,90	\$ 103,38	\$ 70,90	\$ 34,44	\$ 35,45	\$ 1.165,93
Jefe contable - administrativo	1	\$ 668,53	\$668,53	\$ 55,71	\$ 81,23	\$ 55,71	\$ 34,44	\$ 27,86	\$ 923,47
Secretaria Recepcionista	1	\$ 413,27	\$413,27	\$ 34,44	\$ 50,21	\$ 34,44	\$ 34,44	\$ 17,22	\$ 584,02
		<b>\$1.932,65</b>	<b>\$1.932,65</b>	<b>\$ 161,05</b>	<b>\$ 234,82</b>	<b>\$ 161,05</b>	<b>\$103,32</b>	<b>\$ 80,53</b>	<b>\$ 2.673,43</b>
<b>PRODUCCION</b>									
Jefe de Operaciones	1	\$ 486,20	\$486,20	\$ 40,52	\$ 59,07	\$ 40,52	\$ 34,44	\$ 20,26	\$ 681,01
Operarios	2	\$ 413,27	\$826,54	\$ 68,88	\$ 100,43	\$ 68,88	\$ 68,88	\$ 34,44	\$ 1.168,04
		<b>\$ 899,47</b>	<b>\$1.312,75</b>	<b>\$ 109,40</b>	<b>\$ 159,50</b>	<b>\$ 109,40</b>	<b>\$103,32</b>	<b>\$ 54,70</b>	<b>\$ 1.849,05</b>
<b>VENTAS</b>									
Jefe de Comercialización	1	\$ 486,20	\$486,20	\$ 40,52	\$ 59,07	\$ 40,52	\$ 34,44	\$ 20,26	\$ 681,01
Vendedores	2	\$ 425,43	\$850,85	\$ 70,90	\$ 103,38	\$ 70,90	\$ 68,88	\$ 35,45	\$ 1.200,37
		<b>\$ 911,63</b>	<b>\$1.337,06</b>	<b>\$ 111,42</b>	<b>\$ 162,45</b>	<b>\$ 111,42</b>	<b>\$103,32</b>	<b>\$ 55,71</b>	<b>\$ 1.881,38</b>

Se considera un incremento del 5% anual en los salarios.

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 47: Gastos Administrativos Insumos de Aseo**

<b>ADMINISTRATIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Papel Sanitario rollo	100	\$ 0,35	\$ 35,00
Toallas	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Jabón Líquido galon	6	\$ 3,35	\$ 20,10
Fundas de basura (paquete)	25	\$ 1,10	\$ 27,50
Escoba	2	\$ 2,25	\$ 4,50
Trapeador	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Desinfectante	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Recogedor de basura	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Franela	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Limpiador de Equipos de Computación	5	\$ 3,30	\$ 16,50
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 149,10</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 12,43</b>

Elaborado por: Los autores

**Tabla 48: Detalle mensual de Suministros de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Resmas de papel	30	\$ 4,00	\$ 120,00
Marcadores	16	\$ 1,00	\$ 16,00
Borradores	10	\$ 0,60	\$ 6,00
Lapices caja	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Esferos caja	40	\$ 0,60	\$ 24,00
Clips caja	50	\$ 0,75	\$ 37,50
Toners para impresora	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Separadores plasticos	30	\$ 0,90	\$ 27,00
Carpetas manila	100	\$ 0,30	\$ 30,00
Resaltadores	25	\$ 1,00	\$ 25,00
Archivadores	65	\$ 1,00	\$ 65,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 524,50</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 43,71</b>

Elaborado por: Los autore

**Tabla 49: Resumen de Gastos de Venta Mensual**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
<b>Publicidad</b>	\$ 300,00
<b>Combustible</b>	\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>\$ 400,00</b>

**Elaborado por: Los autores**

### **PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN**

### **PRESUPUESTOS DE INGRESOS**

El precio de venta al público de los productos que FLORA MAKE UP ofrece han sido basados en el estudio de mercado que se realizó.

A continuación se muestra los costos de materia prima y los precios establecidos para poder elaborar la proyección de los ingresos.

**Tabla 50: Resumen de Costos de materia prima y Precios**

<b>Descripción</b>	<b>costo unitario</b>	<b>PVP</b>
<b>Desmaquillante Bifasico - lote de 20</b>	\$ 3,37	\$ 10,00
<b>Base de maquillaje - lote de 20</b>	\$ 3,90	\$ 7,00
<b>paleta de labiales 7 colores - lote de 15</b>	\$ 3,18	\$ 8,50
<b>rubor de 20 ml - lote de 20</b>	\$ 1,29	\$ 4,50
<b>Total</b>	<b>\$ 11,73</b>	<b>\$ 30,00</b>

**Elaborado por: Los autores.**

**Tabla 51: Desmaquillante Lote de 20 Frascos de 150ml**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
DOSIFICADOR 24/410 PLATA TAPA PEQ YC	20	\$ 0,40	\$ 8,00
PET 150 ML CILINDRICO+AZ CLEAR Y BLANCO YC	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Agua de rosas (100 cc)	15	\$ 1,00	\$ 15,00
Aceite de almendra (150ml)	7	\$ 1,00	\$ 7,00
aceite de ricino (150ml)	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Agua destilada	2	\$ 0,70	\$ 1,40
<b>Total</b>			<b>\$ 67,40</b>
<b>Costo unitario</b>			<b>\$ 3,37</b>

Elaborado por: Los autores

**Tabla 52: Base de Maquillaje Lote de 20 Fascos de 100ml**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
ATOMIZADOR 24/410 ALUMINIO PLATA YC	20	\$ 0,20	\$ 4,00
PET 100ML CLINDRICO TRNS PD	20	\$ 0,40	\$ 8,00
COLORANTES COLORES VARIOS (1ML)	100	\$ 0,16	\$ 16,00
BASE CREMA ( 1,5 lb)	20	\$ 2,50	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 78,00</b>
<b>Costo unitario</b>			<b>\$ 3,90</b>

Elaborado por: Los autores

**Tabla 53: Labiales Lote de 15 paletas de 7 colores varios**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>PALETA HECTAGOAL CLEAR YC</b>	15	\$ 0,35	\$ 5,25
<b>CERA DE ABEJA (Onz)</b>	10	\$ 0,80	\$ 8,00
<b>ACEITE DE ALMENDRAS (150ML)</b>	2	\$ 1,00	\$ 2,00
<b>COLORANTE COLORES VARIOS (1 ML)</b>	140	\$ 0,16	\$ 22,40
<b>MANTECA DE CACAO (1KG)</b>	1	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 47,65</b>
<b>Costo unitario</b>			<b>\$ 3,18</b>

Elaborado por: Los autores

**Tabla 54: Rubor Lote de 20 Potes de 20ml**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>COLORANTE COLORES VARIOS (1ML)</b>	80	\$ 0,16	\$ 12,80
<b>ARROZ TRITURADO (16 GR)</b>	20	\$ 0,02	\$ 0,40
<b>VASELINA</b>	5	\$ 2,50	\$ 12,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 25,70</b>
<b>Costo unitario</b>			<b>\$ 1,29</b>

Elaborado por: Los autores

**Tabla 55: Producción Anual**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Rubor</b>	\$400	\$4.800
<b>Desmaquillante</b>	\$400	\$4.800
<b>Labial</b>	\$300	\$3.600
<b>Base de maquillaje</b>	\$400	\$4.800
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.500</b>	<b>\$18.000</b>

**Elaborado por: Los autores**

Para la elaboración del presupuesto de ingresos se tomo en cuenta los costos, el precio fijado para cada producto y la cantidad producida de cada tipo de producto

**Tabla 56: Presupuesto de Ingresos Año 1**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 1</b>															
<b>PRODUC TO</b>	<b>CANTI DAD MENS UAL</b>	<b>P.V.P .</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Rubor</b>	400	\$4,50	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
<b>Desmaqu illante</b>	600	\$ 10,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 72.000,00
<b>Labial</b>	500	\$ 8,50	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	\$ 51.000,00
<b>Base de maquillaj e</b>	500	\$ 7,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.000</b>	<b>\$ 30,00</b>	<b>\$ 15.550,00</b>	<b>\$ 186.600,00</b>											

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 57: Presupuesto de Ingresos Proyectado**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Rubor</b>	\$21.600,00	\$22.680,00	\$23.814,00	\$25.004,70	\$26.254,94
<b>Desmaquillante</b>	\$72.000,00	\$75.600,00	\$79.380,00	\$83.349,00	\$87.516,45
<b>Labial</b>	\$51.000,00	\$53.550,00	\$56.227,50	\$59.038,88	\$61.990,82
<b>Base de maquillaje</b>	\$42.000,00	\$44.100,00	\$46.305,00	\$48.620,25	\$ 51.051,26
<b>TOTAL</b>	<b>\$186.600,00</b>	<b>\$195.930,00</b>	<b>\$205.726,50</b>	<b>\$216.012,83</b>	<b>\$226.813,47</b>

Se considera un incremento del 5% anual durante la ejecución del proyecto.

**Elaborado por: Los autores**

### **PRESUPUESTO DE EGRESOS**

Comprende los pagos o desembolsos que se realizarán durante un periodo de tiempo para el cumplimiento de los objetivos de la empresa; para esto, se ha considerado la materia prima necesaria para la producción de los cosméticos.

**Tabla 58: Costos Directos de Materia Prima**

<b>COSTO POR PRODUCTO</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Costo de Rubor</b>	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$1.348,00	\$16.176,00
<b>Costo Desmaquillante</b>	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$18.720,00
<b>Costo Labial</b>	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$954,00	\$11.448,00
<b>Costo Base de maquillaje</b>	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$516,00	\$6.192,00
Total costo materia prima un año													<b>\$52.536,00</b>

**Elaborado por: Los autores**

**Tabla 59: Proyeccion de costos**

	UNITARIO	AÑO 1		AÑO 2		
		CANT. PRODUCCION	COSTO TOTAL	UNITARIO	CANT. PRODUCCION	COSTO TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>						
Rubor	\$ 1,29	400	\$ 514,00	\$ 1,35	400	\$ 539,70
Labial	\$ 3,18	300	\$ 953,00	\$ 3,34	300	\$ 1.000,65
Desmaquillante	\$ 3,37	400	\$ 1.348,00	\$ 3,54	400	\$ 1.415,40
Base maquillaje	\$ 3,90	400	\$ 1.560,00	\$ 4,10	400	\$ 1.638,00
<b>TOTAL COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 4.375,00</b>			<b>\$ 4.593,75</b>
<b>MANO DE OBRA</b>			\$ 1.402,89			\$ 1.597,28
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			\$ 468,26			\$ 483,94
Depreciación propiedad, planta y equipo		\$ 32,67		\$ 32,67		
Depreciación edificios de produccion		\$ 121,88		\$ 121,88		
Suministros producción		\$ 216,83		\$ 227,68		
Materiales de aseo		\$ 10,05		\$ 10,55		
Herramientas menores de producción		\$ 36,83		\$ 38,68		
Servicios básicos		\$ 50,00		\$ 52,50		
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION MENSUAL</b>			<b>\$ 6.246,15</b>			<b>\$ 6.674,98</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES</b>			\$ 2.502,03			\$ 2.605,64
Sueldos administración		\$ 2.066,94		\$ 2.309,41		
Depreciación muebles y enseres		\$ 150,97		\$ 150,97		
Depreciación edificios administración		\$ 3,13		\$ 3,13		
Depreciación equipos de computación		\$ 83,19		\$ 83,19		
Materiales de oficina		\$ 43,71		\$ 45,89		
Materiales de aseo y limpieza		\$ 12,43		\$ 13,05		
Costos de inicialización		\$ 141,67				

<b>GASTOS DE VENTA MENSUALES</b>			\$ 1.848,65			\$ 2.066,04
Sueldos venta		\$ 1.427,82			\$ 1.625,21	
Depreciación vehículos		\$ 20,83			\$ 20,83	
Promoción y publicidad		\$ 300,00			\$ 315,00	
Combustible		\$ 100,00			\$ 105,00	

		<b>AÑO 3</b>			<b>AÑO 4</b>		
<b>MATERIA PRIMA</b>		<b>UNITARIO</b>	<b>CANT. PRODUCCION</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>CANT. PRODUCCION</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Rubor		\$ 1,49	400	\$ 595,02	\$ 1,56	400	\$ 624,77
Labial		\$ 3,68	300	\$1.103,22	\$ 3,86	300	\$1.158,38
Desmaquillante		\$ 3,90	400	\$ 1.560,48	\$ 4,10	400	\$1.638,50
Base maquillaje		\$ 4,51	400	\$ 1.805,90	\$ 4,74	400	\$1.896,19
<b>TOTAL COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA</b>				\$5.064,61			\$5.317,84
<b>MANO DE OBRA</b>				\$1.761,00			\$ 1.849,05
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				\$ 506,04			\$ 524,20
Depreciación propiedad, planta y equipo			\$ 21,00			\$ 21,00	
Depreciación edificios de producción			\$ 121,88			\$ 121,88	
Suministros producción			\$ 251,01			\$ 263,56	
Materiales de aseo			\$ 11,63			\$ 12,22	
Herramientas menores de producción			\$ 42,64			\$ 44,77	
Servicios básicos			\$ 57,88			\$ 60,78	

<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION MENSUAL</b>				<b>\$7.331,65</b>			<b>\$ 7.691,09</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES</b>				\$2.765,20			\$ 2.895,75
Sueldos administración			\$ 2.546,12			\$ 2.673,43	
Depreciación muebles y enseres			\$ 150,97			\$ 150,97	
Depreciación edificios administración			\$ 3,13			\$ 3,13	
Depreciación equipos de computación							
Materiales de oficina			\$ 50,60			\$ 53,13	
Materiales de aseo y limpieza			\$ 14,38			\$ 15,10	
Costos de inicialización							
<b>GASTOS DE VENTA MENSUALES</b>				\$2.275,67			\$ 2.388,42
Sueldos venta			\$ 1.791,79			\$ 1.881,38	
Depreciación vehículos			\$ 20,83			\$ 20,83	
Promoción y publicidad			\$ 347,29			\$ 364,65	
Combustible			\$ 115,76			\$ 121,55	

	<b>AÑO 5</b>		
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>CANT. PRODUCCION</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Rubor	\$ 1,56	400	\$ 624,77
Labial	\$ 3,86	300	\$1.158,38
Desmaquillante	\$ 4,10	400	\$1.638,50
Base maquillaje	\$ 4,74	400	\$1.896,19
<b>TOTAL COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA</b>			\$5.317,84
<b>MANO DE OBRA</b>			\$ 1.849,05
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			\$ 524,20
Depreciación propiedad, planta y equipo		\$ 21,00	
Depreciación edificios de producción		\$ 121,88	
Suministros producción		\$ 263,56	
Materiales de aseo		\$ 12,22	
Herramientas menores de producción		\$ 44,77	
Servicios básicos		\$ 60,78	
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION MENSUAL</b>			<b>\$7.691,09</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES</b>			\$2.895,75
Sueldos administración		\$ 2.673,43	
Depreciación muebles y enseres		\$ 150,97	
Depreciación edificios administración		\$ 3,13	
Depreciación equipos de computación			

<b>Materiales de oficina</b>			\$ 53,13	
<b>Materiales de aseo y limpieza</b>			\$ 15,10	
<b>Costos de inicialización</b>				
<b>GASTOS DE VENTA MENSUALES</b>				\$2.388,42
<b>Sueldos venta</b>			\$ 1.881,38	
<b>Depreciación vehículos</b>			\$ 20,83	
<b>Promoción y publicidad</b>			\$ 364,65	
<b>Combustible</b>			\$ 121,55	

Se proyecta un incremento anual del 5% en el transcurso del proyecto.

**Elaborado por: Los autores**

### **COSTO UNITARIO**

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Cantidad Producida}}$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\$ 74.953,80}{18.000}$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = 4,16$$

La cantidad producida es 18.000 ya que entre todos los productos, la producción mensual es de 1500 unidades, y al multiplicar esta cantidad por los 12 meses del año se obtiene 18.000.

## ESTADOS FINANCIEROS

### ESTADO DE SITUACION INICIAL

Constituye el primer estado financiero de la empresa y refleja el patrimonio de la misma, además de los activos y pasivos. A continuación se presenta el Estado de Situación Inicial de la empresa.

**Tabla 60: Estado de Situación Inicial**

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 15.626,37</b>	<b>PASIVOS A LARGO</b>	<b>\$22.010,36</b>
Capital de Trabajo	\$13.426,37	<b>PLAZO</b>	
Inventarios	\$2.200,00	Préstamo deBNF	\$22.010,36
		<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$50.426,01</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$55.110,00</b>	Capital Social	\$50.426,01
Edificios	\$30.000,00		
Maquinarias y Equipos	\$1.485,00		
Vehiculos	\$15.000,00		
Muebles y Enseres	\$5.435,00		
Equipos de cómputo	\$3.190,00		
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 1.700,00</b>		
Activos Diferidos	\$ 1.700,00		
<b>TOTAL ACTIVOS .....</b>	<b>\$ 72.436,37</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$72.436,37</b>

**Elaborado por: Los autores**

## **ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS – ESTADO DE RESULTADOS**

La proyección de estado de resultados que se muestra a continuación tiene considerado un incremento del 5%, el cual es el que se presentó en las proyecciones de los ingresos, costos y gastos.

Este porcentaje se lo consideró por la inflación promedio de los últimos años en el país

**Tabla 61: Estado de Perdidas y Ganancias**

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		\$186.600,00	\$ 195.930,00	\$205.726,50	\$ 216.012,83	\$ 226.813,47
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		\$74.953,74	\$80.099,70	\$84.011,96	\$87.979,84	\$92.293,10
<b>MARGEN BRUTO</b>		\$111.646,26	\$115.830,30	\$121.714,54	\$128.032,99	\$134.520,36
Gastos Administrativos		\$30.024,32	\$31.267,66	\$32.688,67	\$33.182,39	\$34.749,06
Gastos de Ventas		\$24.933,80	\$24.792,49	\$26.019,61	\$27.308,10	\$28.661,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		\$2.010,11	\$1.575,49	\$1.140,87	\$706,25	\$271,63
Intereses del préstamo		\$2.010,11	\$1.575,49	\$1.140,87	\$706,25	\$271,63
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>		\$54.678,03	\$58.194,66	\$61.865,39	\$66.836,25	\$70.838,68
(-) 15% participación a Trabajadores		(\$8.201,70)	(\$8.729,20)	(\$9.279,81)	(\$10.025,44)	(\$10.625,80)
(-) 22% Impuesto a la Renta		(\$12.029,17)	(\$12.802,82)	(\$13.610,38)	(\$14.703,98)	(\$15.584,51)
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$34.447,16	\$36.662,63	\$38.975,19	\$42.106,84	\$44.628,37

Elaborado por: los Autores.

**Tabla 62: Flujo de Efectivo Proyectado**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		<b>\$186.600,00</b>	<b>\$195.930,00</b>	<b>\$205.726,50</b>	<b>\$216.012,83</b>	<b>\$226.813,47</b>
Inversion inicial	\$(72.436,37)					
<b>Costos de producción</b>		\$(74.953,74)	\$(80.099,70)	\$(84.011,96)	\$(87.979,84)	\$(92.293,10)
<b>Gastos Administrativos</b>		\$(30.024,32)	\$(31.267,66)	\$(32.688,67)	\$(33.182,39)	\$(34.749,06)
<b>Gastos de Ventas</b>		\$(24.933,80)	\$(24.792,49)	\$(26.019,61)	\$(27.308,10)	\$(28.661,00)
<b>Costos financieros</b>		\$ (2.010,11)	\$(1.575,49)	\$(1.140,87)	\$ (706,25)	\$ (271,63)
<b>Participación trabajadores</b>			\$(8.201,70)	\$(8.729,20)	\$(9.279,81)	\$(10.025,44)
<b>Impuesto a la renta</b>			\$(12.029,17)	\$(12.802,82)	\$(13.610,38)	\$(14.703,98)
<b>(+) Costos y gastos no en efectivo</b>		\$ 7.664,50	\$ 7.664,50	\$ 7.664,50	\$ 4.714,50	\$ 4.714,50
<b>FLUJO NETO</b>		<b>\$ 62.342,53</b>	<b>\$ 45.628,29</b>	<b>\$ 47.997,86</b>	<b>\$ 48.660,56</b>	<b>\$ 50.823,77</b>

Como muestra el Estado de resultados, y el Flujo de efectivo proyectado el proyecto es rentable, ya que muestra utilidades desde el primer año de ejercicio después de haber hecho el pago de la participación de los trabajadores y el pago de impuesto. Esto es una clara muestra de éxito.

### **CRITERIO DE EVALUACIÓN**

Con la finalidad de adoptar las decisiones oportunas y acertadas, es muy importante que el proyecto sea sometido a un análisis y evaluación, para determinar la posible rentabilidad y sobre todo su viabilidad. Al formar una empresa se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años, como producto de la inversión de capital.

Para este proyecto se ha considerado calcular su viabilidad a través de los dos parámetros más recomendados, como son el **VAN** (Valor Actual Neto) y

el **TIR** (Tasa Interna de Retorno), los cuales se basan en la estimación de los flujos de caja (Ingresos menos gastos).

### **VALOR ACTUAL NETO**

El primero de los parámetros que nos permitirá conocer si el proyecto es rentable es el VAN, donde hacemos una estimación de los ingresos que se obtendrán durante cinco años, por lo que a través de los flujos de caja se deberá actualizar los ingresos futuros a la fecha actual. Si a este valor le descontamos la inversión inicial, tenemos el **Valor Actual Neto** del proyecto.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5}$$

Donde:

F = Corresponde a los Flujos Netos de Caja obtenidos

n= Corresponde a la vida útil del Proyecto

i= Representa la Tasa de interés

oi= Inversión Inicial del Proyecto

**Tabla 63: Determinación del VAN y TIR**

DETERMINACION DE VAN Y TIR DEL PROYECTO			
		<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ (72.436,37)
F1	\$	62.342,53	\$ 62.342,53
F2	\$	45.628,29	\$ 45.628,29
F3	\$	47.997,86	\$ 47.997,86
F4	\$	48.660,56	\$ 48.660,56
F5	\$	50.823,77	\$ 50.823,77
n	\$	5,00 años	
i	\$	0,10	0,1
oi	\$	(72.436,37)	
		<b>VAN</b>	<b>\$ 122.802,87</b>
		<b>TIR</b>	<b>69%</b>
i=	Representa la Tasa de interés		
oi=	Inversión Inicial del Proyecto		
Para determinar el Flujo Neto de Caja, estimamos los ingresos menos los gastos y pagos legales; por cada periodo			
<b>SIMBOLOGIA EMPLEADA</b>			
F =	Corresponde a los Flujos Netos de Caja obtenidos		
n=	Corresponde a la vida útil del Proyecto		
i=	Representa la Tasa de interés		
oi=	Inversión Inicial del Proyecto		
Para determinar el Flujo Neto de Caja, estimamos los ingresos menos los gastos y pagos legales; por cada periodo			
<b>CALCULO DE TIR</b>			
Una vez obtenido el Flujo Neto de Caja, se hacen los cálculos que nos permitan conocer el porcentaje mediante el cual el VAN se convierte en 0, para ello debemos considerar nuestra inversión inicial en negativo			

**Elaborado por: Los autores.**

### **Cálculo del TIR del Proyecto**

Otra forma de conocer la viabilidad del proyecto es mirar la **Tasa Interna de Retorno**, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero, descontando la inversión inicial. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado.

Para nuestro proyecto es resultado de TIR ha sido el 69%.

## **CAPITULO 9**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

La empresa FLORA MAKE UP Cia. Ltda dedicada a la producción y comercialización de maquillaje natural, iniciará su negocio en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, el cual se convierte en un importante nicho por su estrategia en uno de los sectores más comerciales, aspecto que hace que esta propuesta se atractiva.

Se efectuó un análisis del mercado aplicando la técnica de encuesta a mujeres de la ciudad, edades a partir de los 12 años en adelante quienes hacen uso del maquillaje, con el finalidad de determinar el perfil del cliente potencial. El primordial descubrimiento de este proyecto determinaron que el cliente estaría dispuesto a comprar el producto hecho a base de productos naturales en la ciudad de Guayaquil.

Para poner en marcha el proyecto, la empresa deberá contar con una inversión de \$ 72.436,37, la cual sería financiada a través de aportaciones por cada una de las socias y un préstamo bancario para aligerar la carga de intereses.

Por su parte, los criterios de evaluación de rentabilidad TIR (69%) y VAN (\$122.802,87) definen al negocio como rentable, siendo posible recuperar la inversión de llevarla a cabo.

Finalmente, se confirma que el presente plan de negocios se puede implementar, ya que los estudios de mercado, comercialización, operaciones, organizacional, legal y financiera demuestran que es operativamente factible.

## RECOMENDACIONES

Para mejorar los resultados obtenidos o mantenerlos, es importante tomar algunas recomendaciones posteriores al desarrollo del trabajo de titulación:

- FLORA MAKE UP Cia. Ltda como una empresa dedicada a la producción y comercialización de maquillaje hecho a base de productos naturales, deberá estar en constante comunicación con proveedores y actualizada en cuanto a las últimas tendencias en cuanto a las líneas que comercializa.
- Evaluar constantemente los empleados brinden el mejor servicio al cliente en el proceso de venta y post venta, de esta manera motivarlos y retribuir en caso de cumplimiento de metas.
- Expandir a línea de productos para captar la atención de los clientes y lograr de esta manera un mayor nivel de fidelización.
- Realizar una fuerte publicidad permitiendo mejorar la imagen de la empresa y de lograr una mejor identificación o posicionamiento en la mente de los consumidores.
- Invertir en un Customer Relationship Management mejorar e incrementar la base de datos de los clientes, logrando que prefieran adquirir el producto por la calidad y servicio que se brinda.
- Invertir en un Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP, por sus siglas en inglés, enterprise resource planning) buscando mejorar el negocio en cuanto a la producción y comercialización de los productos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Angelissima. (2014). Obtenido de [http://www.angelissima.com.mx/quienes\\_somos.php](http://www.angelissima.com.mx/quienes_somos.php)
- Avon. (2014). Obtenido de [http://www.avon.com.ec/PRSuite/aboutus\\_landing.page](http://www.avon.com.ec/PRSuite/aboutus_landing.page)
- Baca Urbina, G. (1990). *Evaluación de Proyectos*.
- Badía Vila, M. A., & García Miranda, E. (2012). *Cosmetología Aplicada a la Estética Decorativa*. Ediciones Paraninfo S.A.
- Belcorp. (2014). Obtenido de <http://www.belcorp.biz/somosbelcorp/historia.html>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera Edición ed.). Colombia: Pearson.
- Burbano, J. (1997). *Presupuestos Enfoque moderno de la planeación y Control de Recursos*. Colombia.
- Cohen, E. (1992). *Evaluación de Proyectos Sociales*. México: Siglo Veintiuno.
- COSMETICOS SAMY. (2014). Obtenido de <http://empresite.eleconomistaamerica.co/COSMETICOS-SAMY-SA.html>
- CoverGirl LA. (2014). Obtenido de <https://www.facebook.com/CovergirlLA/info>
- Cruz, L., Guzmán, O., & Noboa, P. (2002). Corporación Financiera Nacional. *Diseño y evaluación de un proyecto de inversión: Una aplicación práctica*. Quito.
- Diario El Universo. (16 de Septiembre de 2013). Industria del cosmético está creciendo en el país.
- Diario HOY. (03 de Febrero de 2014). Cosméticos: las normas Inen dejan un saldo rojo.
- Diccionario de Marketing*. (1999). Cultural S.A.

Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. SYPAL- IUTC.

IHK Styling Studio. (2014). Obtenido de <http://www.ihkstudio.com/servicios/>

INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*.

Kelety, A. (1996). *Análisis y Evaluación de Inversiones* (2da. Edición ed.). Editorial EADA.

L'OREAL PARIS. (2014). Obtenido de <http://empresite.economistaamerica.co/COSMETICOS-SAMY-SA.html>

Leebaert, D. (Enero de 2006). La Contribución de la Pequeña Empresa a la Expansión Económica de los Estados Unidos. *iip digital US Embassy* .

Ley de Compañías. (2014). *Ley de Compañías*.

Mac Cosmetics. (2014). Obtenido de <http://www.maccosmetics.jobs/mac/our-history.html>

Maybelline. (2014). Obtenido de <http://www.es.maybelline.com/aboutus/our-history.aspx?>

McCarthy, J., & Perreault, W. *Marketing: Planeación Estratégica de la teoría de la Práctica* (11ª Edición ed.).

Miranda, J. J. (2001). *Gestión de Proyectos* (Quinta Edición ed.). España: MM Editores.

Palladio. (2014). Obtenido de <http://www.dermalia.ec/index.php/novedades/30-servicio-tecnico-3>

REVLON. (2014). Obtenido de <http://www.revlon.com/>

Salandín, C. (Junio de 2014). Maquillaje Ecológico. *Diario Hoy* .

Vogue. (2014). Obtenido de [http://www.joliedevogue.com/page.aspx?page\\_id=5](http://www.joliedevogue.com/page.aspx?page_id=5)

Yanbal. (2014). Obtenido de [http://www.securities.com/Public/company-profile/EC/Yanbal\\_Ecuador\\_SA\\_es\\_1219296.html](http://www.securities.com/Public/company-profile/EC/Yanbal_Ecuador_SA_es_1219296.html)

## ANEXOS

### ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

- **¿Cuál es su edad? \***
  - Menor de 18 años
  - Entre 18 y 25 años
  - Mayores de 25 años
  
- **¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil vive? \***
  - Norte
  - Centro
  - Sur
  - Vía Samborondón
  - Vía a la Costa o Ceibos
  
- **¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al escuchar la palabra cosméticos? \***
  - Perfumes
  - Cremas
  - Maquillaje
  - Jabones
  - Otro: \_\_\_\_\_
  
- **¿Ud. usa maquillaje? Si su respuesta es si continúe con la encuesta. \***
  - Si
  - No
  
- **¿Con qué frecuencia compra maquillaje? \***
  - Cada dos meses
  - Cada 3 a 6 meses
  - Cada 6 meses
  - Todos los meses
  
- **¿Cuáles de los siguientes artículos de maquillaje son los que más usa? \*Se puede escoger más de una opción**
  - Rubor
  - Labial
  - Base de maquillaje
  - Rímel

- Delineador
- Otro:\_\_\_\_\_

• **¿Con qué frecuencia los usa? \***

- Todos los días
- Solo fines de semana
- Una vez al mes
- Eventualmente

• **¿Qué es lo primero que mira al comprar un maquillaje? \***

- Precio
- Marca
- Calidad
- Presentación
- Durabilidad
- Otro:\_\_\_\_\_

• **¿Cuál es la marca de maquillaje que ud compra? \***

- Yanbal
- Revlon
- Maybelline
- L´ebel
- Avon
- Mac
- Otro:\_\_\_\_\_

• **¿Estaría dispuesta a usar maquillaje hecho a base de productos naturales? \***

- Si
- No

• **¿Donde le gustaría adquirir este producto? \***

- Supermercados
- Almacenes especializados en belleza
- Catálogo
- Tienda propia de la empresa
- Farmacias
- Redes Sociales
- Pagina web
- Otro: \_\_\_\_\_

• **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de cosméticos?**

	Rubor	Desmaquillante	Base de maquillaje	Labial
<b>\$4.00 - \$6.00</b>	<input type="radio"/> <input type="checkbox"/>			
<b>\$6.00 - \$8.00</b>	<input type="radio"/> <input type="checkbox"/>			
<b>\$8.00 - \$10.00</b>	<input type="radio"/> <input type="checkbox"/>			
<b>Mayor a \$10.00</b>	<input type="radio"/> <input type="checkbox"/>			

## PERFIL REQUERIDO PARA CADA PUESTO

 <p><b>FLORA</b> MAKE UP</p>	<h3>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</h3>
<h4>INFORMACIÓN BÁSICA</h4>	
<b>PUESTO</b>	Gerente General
<b>SUPERVISA A:</b>	Todos en la organización
<h4>NATURALEZA DEL PUESTO</h4>	
<p>Responsable de todas las actividades funcionales como mercadeo y ventas, es también responsable de liderar, definir estándares de desempeño y coordinar las funciones de planeamiento estratégico.</p>	
<h4><i><b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b></i></h4>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</li> <li>• Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.</li> <li>• Entregar las proyecciones de dichas metas</li> <li>• Motivar al personal para lograr que sus metas propias y de la compañía.</li> <li>• Representa toda la compañía.</li> </ul>	
<h4>REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</h4>	
<b>HABILIDAD:</b>	Técnica Humana, Adaptación c cambios, Iniciativa
<h4>HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO</h4>	
<b>TECNOLOGÍA:</b>	Conocimientos de programas de computación básicos.
<b>OTROS</b>	Dominio de relaciones interpersonales.



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### INFORMACIÓN BÁSICA

**PUESTO**

Jefe de Comercialización y ventas

**SUPERVISA A:**

Jefe de Operaciones y Vendedores

### NATURALEZA DEL PUESTO

Preparar planes y estrategias que promuevan las ventas e incrementen el tamaño de las utilidades.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Calcular la demanda y pronosticar las ventas
- Buscar nuevas vías de comercializar nuestros productos
- Analizar los precios y de la competencia.
- Estudio y conocimiento de la competencia y los mercados.

### REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

**HABILIDAD:**

Técnica, Humana, Conceptual, Capacidad para Planificar, Facilidad de Comunicación.

### HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO

**TECNOLOGIA:**

Conocimientos de programas de computación básicos.

**OTROS**

Dominio de relaciones Interpersonales, Capacidad de búsqueda de nuevas necesidades de los habitantes de Guayaquil.



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### INFORMACIÓN BÁSICA

**PUESTO**

Jefe contable / Administrativo

### NATURALEZA DEL PUESTO

Ejecutar tareas de manipulación de documentos contables y manejar, infirmar, interpretar y presentar los estados financieros de la empresa.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Asignación de Fondos
- Estudiar e investigar nuevos procedimientos
- Mantener informado de las operaciones realizadas por periodo
- Realizar las liquidaciones a personal que labora en trabajos de prestación de servicios.
- Pago a todo el personal.
- Elaborar diferentes tipos de oficios, decretos, informes, certificados y demás documentos que se requiera dentro su cargo.
- Coordinar la elaboración del presupuesto anual de ingresos y egresos.
- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.

### REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

**HABILIDAD:**

Técnicas, Humanas, Conceptuales, Capacidad para Clasificar, Iniciativa

### HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO

**TECNOLOGIA:**

Conocimientos de programas de computación.

**OTROS**

Dominio de Formularios SRI



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### INFORMACIÓN BÁSICA

**PUESTO**

Jefe de Operaciones

### NATURALEZA DEL PUESTO

Responsable del desarrollo de un plan de trabajo, para el adecuado cumplimiento en la preparación de los cosméticos naturales y la buena relación con el personal de trabajo del área.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Dirige la producción y se responsabiliza ante la dirección de la empresa del buen funcionamiento del servicio
- Cuida de que los procesos al realizar el producto cumplan las condiciones exigidas por el recetario.
- Supervisión de la higiene, instalación, y grado de rendimiento de los operarios.
- Buscar la manera de implementar las sugerencias de nuestros clientes en el mejoramiento del producto.
- Fiscalizar el cumplimiento de todas las normas de seguridad en el establecimiento.

### REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

**HABILIDAD:**

Técnica de atención al cliente, Humana, Conceptual, Capacidad para Planificar, Facilidad de Comunicación, Proactividad, Capacidad de trabajo bajo presión.

### HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO

**TECNOLOGIA:**

Conocimientos de programas de computación básicos.

**OTROS**

Conocimientos farmacéutico y de cosméticos. Dominio en relaciones Interpersonales.



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### INFORMACIÓN BÁSICA

**PUESTO**

Vendedores

### NATURALEZA DEL PUESTO

Dar un servicio personalizado a los clientes ofreciendo un producto y servicio de alta calidad, además de estar en comunicación continua para ofrecerle la entera satisfacción de sus necesidades.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Establecer un nexo entre cliente y empresa comunicando oportunamente la información importante, Asesorar a los clientes acerca de cómo los productos y servicios pueden satisfacer sus necesidades, y como utilizar los productos adecuadamente para que tengan optima experiencia con ellos.
- Retroalimentar a la empresa todo lo que sucede con el cliente: inquietudes, quejas, sugerencias, reclamos, agradecimientos, y otros de relevancia

### REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

**HABILIDAD:**

Facilidad de Comunicación, Capacidad para relacionarse,  
Buena presentación, honestidad.

### HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO

**TECNOLOGIA:**

Conocimientos de programas de computación básicos.

**OTROS**

Experiencia en ventas.



## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

### INFORMACIÓN BÁSICA

**PUESTO**

Operarios

### NATURALEZA DEL PUESTO

Responsable de la fabricación de los productos de maquillaje, de acuerdo a las especificaciones establecidas por el jefe inmediato para asegurar que el producto sea de calidad.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Utilizar de manera correcta la materia prima e instrumentos de elaboración del producto.
- Manejar correctamente los desechos de los materiales.
- Hacer inspecciones de calidad en el proceso de elaboración del maquillaje.
- Mantener el orden y aseo en los puestos de trabajo.
- Elaborar productos con eficiencia y eficacia, según las especificaciones técnicas de los mismos.

### REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

**HABILIDAD:**

Capacidad para Planificar, Facilidad de Comunicación.

### HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO

**TECNOLOGIA:**

Conocimientos de programas de computación básicos.

**OTROS**

Experiencia en laboratorios.

## **ANEXO DE ENTREVISTAS**

**Nombre: Janina Ochoa**

**Profesión: Cosmetóloga**

### **1. ¿Como definiría lo que son los cosméticos?**

Son productos que se usan para tener buena apariencia ante los demás

### **2. Según su criterio profesional, el maquillaje convencional ¿Puede ocasionar afecciones a la piel?**

Todo depende del uso que le das la marca que usas porque de acuerdo a eso puede afectarte la piel.

### **3. ¿A qué se debe que las personas presenten anomalías en la piel?**

Se debe a que no tienen un aseo adecuado, no se hacen limpieza facial en la cara no usan productos para su tipo de piel.

### **4. De las marcas de maquillaje reconocidas en el mercado ¿Cuál recomienda no usar?**

Yo ,recomendaría Mac COSMETICS,Mehron,loreal,revlon.

### **5. ¿ Qué opina acerca del maquillaje cuyos componentes son minerales?**

No se cuales son los maquillajes que usan componentes minerales.

**6. Considera usted que el uso de productos naturales, repercute de alguna manera a la piel**

Los productos naturales en los cosméticos así la piel no sería Tan afectada.

**7. Si existiera una empresa que se dedique a la producción y comercialización de maquillaje hecho a base de productos naturales ¿Lo recomendaría?**

Primero lo probaría de ahí veo como reacciona en mi cara el maquillaje en la piel y si es bueno claro que lo recomendaría.

**8. Existen productos naturales que afecten a la piel ¿Cuáles? Y ¿Por que?**

No ,he escuchado pero todo depende del tipo de piel la cual pueda afectar

**9. ¿Qué producto natural recomienda utilizar en la elaboración de maquillaje natural?**

Pepino en los ojos, mascarillas con frutas .

**10. Desde su punto de vista profesional ¿ A qué edad cree usted que la mujer debería de empezar a usar maquillaje?**

Yo, recomendaría a los 18 pero moderadamente porque si afecta mucho maquillarse desde la adolescencia porque así se evitalas arrugas a temprana edad.

**Nombre: Paola López**

**Profesión: Cosmetóloga**

**1. ¿Como definiría lo que son los cosméticos?**

Son productos utilizados para la higiene corporal y también para mejorar la apariencia física.

**2. Según su criterio profesional, el maquillaje convencional ¿Puede ocasionar afecciones a la piel?**

Podría ocasionarlas si no se toman en cuenta ciertas precauciones:

- Usarlo antes de la fecha de expiración
- Que sea de uso personal, no compartirlo
- Conservarlo en ambientes limpios
- Mantener una higiene correcta después de su aplicación, etc

**3. ¿A qué se debe que las personas presenten anomalías en la piel?**

Se debe a diversos factores: predisposición genética, desarreglos hormonales, mala alimentación, desorden del sistema inmunológico, etc.

**4. De las marcas de maquillaje reconocidas en el mercado ¿Cuál recomienda no usar?**

Wet N`Wild no es una marca recomendada, suele causar alergia y en cuanto a duración decae considerablemente.

**5. ¿ Qué opina acerca del maquillaje cuyos componentes son minerales?**

La piel presenta mayor tolerancia a este maquillaje ya que es ligero y no tiene conservantes, evitando irritaciones, alergias y demás reacciones negativas.

**6. Considera usted que el uso de productos naturales, repercute de alguna manera a la piel**

De manera positiva ya que sus ingredientes no son agresivos para la salud de la piel, puede llegar a mejorar sus funciones.

**7. Si existiera una empresa que se dedique a la producción y comercialización de maquillaje hecho a base de productos naturales ¿Lo recomendaría?**

Claro que sí, debido que los productos naturales no tiene efectos en la piel.

**8. Existen productos naturales que afecten a la piel ¿Cuáles? Y ¿Por que?**

Depende del tipo de piel, podrían existir productos naturales que causen alergias.

En el caso del limón se debe tomar la precaución de no exponerse al sol luego de su aplicación ya que mancharía la piel.

**9. ¿Qué producto natural recomienda utilizar en la elaboración de maquillaje natural?**

Aloe vera, ingrediente natural que es astringente, además hidrata la piel y actúa como renovador celular.

**10. Desde su punto de vista profesional ¿ A qué edad cree usted que la mujer debería de empezar a usar maquillaje?**

No hay una edad precisa, depende de las necesidades de la mujer, puede ser una adolescente que necesite cubrir imperfecciones, o una adulta.

**Nombre: Zulay Ibañez Chiriguayo**

**Profesión: Cosmetóloga**

**1. ¿Como definiría lo que son los cosméticos?**

Son productos que se utilizan para la higiene corporal o con la finalidad de mejorar la belleza del rostro

**2. Según su criterio profesional, el maquillaje convencional ¿Puede ocasionar afecciones a la piel?**

Sí, porque algunos maquillajes tienen colorantes y pueden manchar la piel ocasionando afecciones negativas.

**3. ¿A qué se debe que las personas presenten anomalías en la piel?**

Porque utilizan productos de mala calidad sin darse cuenta de los principios activos.

**4. De las marcas de maquillaje reconocidas en el mercado ¿Cuál recomienda no usar?**

Maquillaje aseptia

**5. ¿ Qué opina acerca del maquillaje cuyos componentes son minerales?**

Son excelentes, ayudan mucho a la piel.

**6. Considera usted que el uso de productos naturales, repercute de alguna manera a la piel**

Los productos naturales jamás hacen daño a la piel, son mucho mejores a diferencia de los que tienen componentes químicos.

**7. Si existiera una empresa que se dedique a la producción y comercialización de maquillaje hecho a base de productos naturales ¿Lo recomendaría?**

Sí, es mejor siempre lo natural

**8. Existen productos naturales que afecten a la piel ¿Cuáles? Y ¿Por que?**

No creo, todo depende si eres alérgica o no.

**9. ¿Qué producto natural recomienda utilizar en la elaboración de maquillaje natural?**

La sábila, ayuda mucho a hidratar la piel.

**10.Desde su punto de vista profesional ¿ A qué edad cree usted que la mujer debería de empezar a usar maquillaje?**

A los 15 las mujeres tienden a desarrollarse, pero lo recomendable sería a los 18 años