



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACION

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE
AROMATERAPIA ORGÁNICOS

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA
UNA ORGANIZACIÓN

BERENICE MARICELA ROSALES LUCIO



MÉXICO, D.F.

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACION

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE
AROMATERAPIA ORGÁNICOS

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA
ORGANIZACIÓN

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

BERENICE MARICELA ROSALES LUCIO

ASESOR:

M.A. RAFAEL RODRIGUEZ CASTELAN



MÉXICO, D.F.

2009

AGRADECIMIENTOS:

Doy gracias a Dios por haberme brindado la oportunidad de vivir, por regalarme a mis padres, hermanos y mis amigos, por darme la oportunidad de entrar a la mejor universidad de México y América Latina.

Mamá, por ser mi más grande y mejor amiga, mi confidente incondicional, mi apoyo y consuelo constantes.

Papa, por guiarme y reforzar mi carácter, por enseñarme a ser fuerte y resistir tempestades.

Adán y Silvia, por enseñarme que se pueden tener hermanos, sin que estos sean de sangre.

Miguel, por ser una guía desde pequeña para mí, por consentirme y permitirme ayudarte y con ello obtener experiencia.

Evelyn, por ser la parte mas espiritual de la familia y rogar a Dios por cada una de las personas que formamos parte de tu vida.

Jacqueline, por ser ejemplo de lo importante que es estar enamorado de tu profesión.

Eduardo, por mostrar el mejor camino para lograr tus metas es el trabajo duro.

Raquel, por ser un ejemplo del perdón sincero.

Dulce, por ser mi gran compañera de juegos infantiles, de habitación, mi confidente y amiga.

Gabriel, por ser mi cómplice, por ayudarme en todo momento que lo necesite, sin importar la hora ni el día.

A mi amiga Lesli por su amistad, por invitarme a ser parte de su vida y este pequeño gran proyecto.

Rafael Rodriguez Castelan por ser la guía en este proyecto y enriquecerlo con su experiencia.

A La Barda por ser mis amigos constantes, incondicionales y de grandes aventuras.

Por último a la UNAM y a la FCA, por darme la oportunidad de ser parte de ella, por brindarme vivencias y conocimientos incontables, por la formación profesional, y por ponerme justo en el lugar y momentos precisos que me permitieron conocer a grandes profesores y compañeros.

INTRODUCCION

El presente proyecto de inversión muestra la creación de una empresa dedicada a la producción de productos de aromaterapia.

Debido a la naturaleza del proyecto que es la creación de una microempresa, se iniciaran tomando en cuenta solo la producción de aceites corporales, sales de baño orgánicos elaborados artesanalmente y distribución de aceites esenciales que contengan todos los beneficios que la aromaterapia y los productos orgánicos nos pueden brindar.

Así mismo se crearán cadenas productivas con agricultores mexicanos, creando vínculos fuertes que permitan el crecimiento de cada uno de los eslabones que componen esta cadena, siendo lo más importante el comercio justo entre cada una de las partes.

Uniendo características específicas de los productos se busca el posicionamiento de nuestros productos en la mente de los consumidores.

Al tratar de buscar un equilibrio en este mundo dinámico, estresante y cuya premisa es "EL TIEMPO ES ORO", y donde el oro se ha vuelto más importante que la salud, las tendencias actuales regresan la vista a la estabilidad emocional, a los orígenes básicos del humano, a lo esencial, a lo natural, a lo orgánico. Los aceites esenciales, surgen de plantas aromáticas, de la mano con los aceites esenciales surge la aromaterapia, que es la disciplina que utiliza y aplica los aceites esenciales con fines terapéuticos.

I. ANTECEDENTES	1
1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	1
II. CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS O PROYECTO DE INVERSIÓN	3
1. ORIGEN DEL PLAN DE NEGOCIOS	4
2. ELEMENTOS QUE DEBEN INTEGRAR EL PLAN DE NEGOCIOS	5
2.1. Estudio de mercado	5
2.2. Estudio administrativo	5
2.3. Estudio técnico	5
2.4. Estudio financiero	5
2.5. Resumen ejecutivo	5
III. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO (CREACIÓN DE LA EMPRESA)	6
1. ESTUDIO DE MERCADO	
1.1. Investigación de mercado	8
A. Investigación preliminar	8
A.1 ¿Qué es la aromaterapia?	8
A.2 La aromaterapia en México	9
A.3 Los productos orgánicos	9
B. Análisis de la demanda	10
C. Análisis de la competencia	11
D. Segmentación de mercado	13
E. Objetivos generales y específicos	15
F. Hipótesis	16
G. Metodología	16
G.1 Determinación de la muestra	18
H. Interpretación de resultados	19
I. Informe de resultados	24
1.2. Estrategias de las 4p's	25
A. Producto	25
A.1 Características del producto	26
A.2 Clasificación del producto	27
A.3 Mezcla del producto	28
A.4 Marca	30
A.5 Slogan	30
A.6 Logotipo	30
A.7 Envase y Empaque	31
A.8 Etiqueta	32
A.9 Precio	33
A.10 Precio del Producto	33
A.11 Descuentos	33
B. Plaza - Distribución	34
C. Promoción Y Comercialización	35
C.1 Ventas Indirecta	35
C.2 Exhibidores	35
C.3 Medios Electrónicos	35
1.3. Conclusiones estudio de mercado	37
2. ESTUDIO TÉCNICO	
2.1. Localización de la planta	39
A. Macrolocalización	39
B. Microlocalización	41
2.2. Tamaño y distribución de la planta	42
A. Distribución de la planta	42
2.3. Procesos de producción	43
A. Producción aceites hidratantes 1 litro	43
B. Producción sales 1 kg	43
C. Etiquetar aceites esenciales 50ml	44
2.4. Capacidad Instalada	45
2.5. Capacidad Utilizada	46
2.6. Programa de Producción	47
2.7. Estudio de las materias primas e insumos y requerimientos tanto materiales como de personal	48

A.	Materias primas	48
B.	Materiales industriales	48
C.	Materiales auxiliares	48
D.	Servicio	50
E.	Requerimiento de personal	51
F.	Equipo de reparto	52
G.	Equipo de cómputo	52
H.	Mobiliario y equipo de oficina	52
2.8.	Medidas de seguridad	53
2.9.	Conclusiones Estudio Técnico	54
3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	
3.1.	Descripción del negocio	56
3.2.	Denominación de la empresa	56
3.3.	Naturaleza del negocio	56
3.4.	Misión	56
3.5.	Visión	56
3.6.	Valores	57
3.7.	Organigrama	58
3.8.	Descripción de opuestos	59
3.9.	Cálculo de nómina	64
3.10.	Reglamento interno de trabajo	65
3.11.	Tramites a realizar para establecer una empresa en el D. F.	67
3.12.	Fundamentos de la constitución de la empresa	69
3.13.	Conclusiones Estudio Administrativo	70
3.4	ESTUDIO FINANCIERO	
3.4.1	Investigación necesaria	73
A.	Valor de salvamento de la inversión	74
B.	Vida útil del proyecto	75
3.4.2	Costos y gastos	75
A.	Costo variables del producto	75
B.	Gastos fijos	76
3.4.3	Punto de equilibrio	77
3.4.4	Aprovechamiento de la capacidad instalada	78
3.4.5	Pronósticos de ventas	78
3.4.6	Presupuesto de Costos de Producción	80
3.4.7	Presupuestos de Gastos de Ventas	83
3.4.8	Presupuestos de Gastos de Administración	84
3.4.9	Costo Total De La Operación	86
3.4.10	Balance General	87
3.4.11	Estados De Resultados Proforma	88
3.4.12	Evaluación De La Inversión A Través Del Tiempo	89
A.	Flujos Netos De Efectivo Y Flujos Netos Descontados	89
B.	Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento Tmar	89
C.	Valor Presente Neto VPN	90
D.	Tasa Interna de Rendimiento	91
E.	Retorno de la Inversión Return On Investment ROI	92
3.4.13	Evaluación de la inversión sin tomar en cuenta el tiempo	93
A.	Liquidez	93
B.	Actividad	93
C.	Rentabilidad	93
3.4.14	Conclusiones Estudio Financiero	94
4.	RESUMEN EJECUTIVO	95
IV.	CONCLUSIONES	96
V.	BIBLIOGRAFÍA	97
VI.	ANEXOS	98

I. ANTECEDENTES

1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Melixtli es una empresa que surge de la idea de una estudiante de la Facultad de contaduría y administración. Compuesta por la combinación de 2 palabras de la lengua náhuatl METZTLI=LUNA y AHUALIZTLI=PERFUME o BUEN OLOR, dando como resultado PERFUME DE LUNA

Preocupada y sumergida también en el estrés que cada día afecta a miles y millones de personas en el mundo, busca la tranquilidad en las medicinas alternativas (mal llamadas así, pues éstas son complementarias) muy de moda en los últimos años.

Sin embargo, esto no quiere decir que eran inexistentes, pues en nuestra cultura como en muchas otras alrededor del mundo (egipcia, china, hindú, etc.) la aromaterapia o bien la fitoterapia siempre se ha utilizado, y no debemos olvidar que el origen de la medicina actual o de patente son la creación de manera sintética de los principios activos de las plantas, principios activos que a través de los años y con ayuda de la ciencia se fueron descubriendo.

MELIXTLI se crea con la finalidad de crear productos destinados a la aromaterapia que ayuden al bienestar de la sociedad y el medio ambiente. En cuanto a la social se tratará de lograr a través de un beneficio en cada individuo y en lo ambiental por la utilización de materiales 100% orgánicos.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Hoy en día la sociedad llena de estrés, el planeta nos está cobrando la factura de todos los daños que le hemos provocado, es en estos momentos cuando los medicamentos o tratamientos que nos curan ciertas enfermedades, terminan produciéndonos otras.

Es en éste punto cuando la sociedad de manera individual ha vuelto la vista a los orígenes y entre éstos ha redescubierto los beneficios que se tenían de las plantas medicinales, pues recordemos que éstas son las que dieron origen a los medicamentos de patente, que no son más que la producción sintética del principio activo de cada planta.

Las plantas, flores o cortezas nos brindan todos éstos beneficios a través de tés, aceites esenciales aplicados de manera cutánea o por inhalación. Brindándonos todos los beneficios sin efectos secundarios.

Hoy en las grandes urbes de nuestro país, esto se ha olvidado, afortunadamente solo ha sido en las urbes, pues en las comunidades rurales, aún existen mexicanos que conservan sus tradiciones y siguen utilizando la fitoterapia.

No se trata de poner en contradicción un método con otro, sino tomar la riqueza de cada uno de éstos, es por ello que creo que éste tipo de terapias son mal llamadas alternativas, deberían ser llamadas complementarias, para así crear una combinación cósmica, tal como la raza cósmica que el maestro José Vasconcelos denominó en cada uno de nosotros como latinoamericanos mexicanos.

Hoy en México y en todo el mundo se vive una crisis que no nos permite visualizar la falta de fortaleza en nuestro mercado, hoy necesitamos realizar inversiones productivas que permitan eliminar tasas de desempleo del 5% que se mostró en el mes de enero de 2009 y que hace aproximadamente 13 años no se presentaban, al 25 de febrero del 2009 hay 2 millones 260 mil mexicanos desocupados en México.

Es necesario reactivar la economía creando empleos para que las personas obtengan recursos y consuman, hoy en día la tasa de crecimiento estimada llegó a 1.3%, lo cual indica una desaceleración, pues recordemos que a finales de año se esperaba en 2% y a inicios de 2007 del 3.9%¹.

Crear cadenas productivas es lo que desde mi punto de vista el país necesita, fortalecerse y aliviar a su gente.

¹ El porvenir miércoles 20 de febrero de 2009, “Anticipan una fuerte caída del PIB”

II CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS O PROYECTO DE INVERSIÓN

Un proyecto de inversión, según José Antonio y Arturo Morales Castro es una “***inversión en rubros de capital que tienen un estudio cuidadoso en todas las áreas que conforman sus partes integrales o que justifican el estudio***”²

Por su parte Vaca Urbina nos dice que “***es un plan que, si se le asigna determina monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general***”.³

² PROYECTOS DE INVERSION, línea académica José Antonio y Arturo Morales Castro. Ed. Gasca Sicco, México 2006.

³ EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Gabriel Baca Urbina, 5ª ed. Editorial Mc Graw Hill, México 2008

1. ORIGEN DEL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios surge de la necesidad de crear la empresa MELIXTLI, es un plan de creación de una microempresa mexicana dedicada a la aromaterapia y que con ello como principales objetivos:

- Crear empleo
- Creación de cadenas productivas mexicanas
- Y principalmente dar mayor empuje a la medicina complementaria en el distrito federal, retomando los conocimientos de las culturas mesoamericanas, egipcias e hindús en cuanto a la fitoterapia.

2. ELEMENTOS QUE DEBEN INTEGRAR EL PLAN DE NEGOCIOS

El presente plan de negocios está confirmado por 4 estudios (de mercado, técnico, organizacional y financiero) que nos permitirán conocer la viabilidad y factibilidad de la puesta en marcha de la empresa MELIXTLI, cuyo primer producto será la producción de aceites de aromaterapia orgánicos 100% mexicanos. Éstos estudios junto con el resumen ejecutivo integran el plan de negocios, a continuación se menciona en que consiste cada una de éstas 5 partes.

2.1. Estudio de mercado

Éste es el primer estudio que se realiza, pues nos permite conocer quiénes son las personas, tanto físicas como morales, a las cuales va dirigido nuestro producto o servicio, la competencia que se tiene, el análisis de precios y la comercialización.

2.2. Estudio administrativo

El estudio administrativo nos muestra el tipo de sociedad que se determinará, la estructura organizacional, descripción de los puestos que en ella se desempeñarán, horarios de trabajo, políticas y reglas de la empresa y responsabilidades legales de la empresa, misión, visión, entre otras cosas.

2.3. Estudio técnico

Nos permite conocer las características ideales de la planta, la ubicación óptima, activos fijos, etc., para realizar este estudio es importante tener en cuenta que al igual que el estudio de mercado y organizacional, no solo depende de datos cuantitativos, sino que en su mayoría son cualitativos, tales como beneficios fiscales, medios de comunicación, logística, etc.

2.4. Estudio financiero

Es el estudio más cuantitativo de todos y nos permite conocer los presupuestos de la empresa, indicadores financieros tales como TIR, VPN, TASA DE RENDIMIENTO, financiamiento (en caso de que exista), etc., factores netamente cuantitativos que nos permitirán comparar el riesgo y rendimiento con la tasa líder de comparación CETE o bien por el horizonte de inversión quizá BonosM a 1 o 2, de tal manera que se busque un punto de vista objetivo en cuanto a la rentabilidad de la creación de dicha empresa.

2.5. Resumen ejecutivo

Nos brinda de una manera breve, objetiva y precisa los resultados de los estudios realizados. Anunciando la viabilidad o no de la puesta en marcha del proyecto, recomendaciones y/o sugerencias.

III. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO

El desarrollo del plan de negocios es la creación de la empresa, ésta muestra a detalle el desarrollo de cada uno de los estudios realizados, las características del mercado, la aceptación del producto en el mercado, la factibilidad del desarrollo del proyecto, los elementos humanos y materiales necesarios para poner en marcha el negocio.

ESTUDIO DE MERCADO

1. ESTUDIO DE MERCADO

Éste es el primer estudio que se realiza, pues nos permite conocer quienes son las personas, tanto físicas como morales, a las cuales va dirigido nuestro producto o servicio, la competencia que se tiene, el análisis de precios y la comercialización.

1.1. Investigación de mercado

A. Investigación preliminar

A.1 ¿Qué es la aromaterapia?

Existen varias definiciones de lo que es la aromaterapia y a continuación mencionaré algunas:

- ***“Es un método delicado pero efectivo para sanar la mente, el cuerpo y el espíritu mediante el uso de aceites naturales de hierbas y árboles aromáticos”⁴***
- ***“Utilización médica de los aceites esenciales”⁵***
- ***“Disciplina que estudia todo lo relacionado con los aromas y métodos con que se cultivan las plantas aromáticas y procesos de extracción, así como su calidad, y su aplicación en los distintos campos de la cosmetología, dermatología, psicología y medicina en general”⁶***

Aunque en los últimos años la aromaterapia a tenido un impulso importante de las sociedades ya hace muchos años que las culturas usaban la aromaterapia.

Es importante mencionar que esencia y aceite esencial son palabras distintas que con facilidad son tomadas como sinónimos. La esencia es una secreción natural elaborada por determinado organismo vegetal, es lo básico de cada uno de sus órganos, frecuentemente una esencia está acompañada de resinas, las moléculas aromáticas de la esencia, son el aceite esencial.

Culturas como la egipcia, griega, y las mismas culturas mexicanas utilizaban las plantas, sus aceites esenciales para el alivio de malestares y de echo éstos son el origen de la medicina que hoy en día utilizamos, pues estás no son más que la imitación de los ingredientes activos en las plantas.

En Egipto se utilizaban los aceites esenciales para curar, para usos cosméticos y para embalsamar y preparar a los muertos para su viaje a la eternidad.

⁴Sibley, Verónica. Soluciones de aromaterapia. Ed MARABOUT enero 2006

⁵ Diccionario de la Real Academia Española, vigésima segunda edición

⁶ Asociación Mexicana de Investigación y Práctica de Aromatología y Aromaterapia A.C.

Los Griegos y los Romanos daban gran importancia a los placeres y entre ellos estaban las esencias aromáticas, además de dar importancia al poder de sanación de las esencias.

“Los aceites esenciales son los extractos naturales de la planta sumamente olorosos y perfumados”.⁷

René-Maurice Gattefiose, es conocido como el padre de la aromaterapia y usó este término por primera vez, en 1928 publicó su libro de Aromaterapia

A.2 La aromaterapia en México

En el México prehispánico todas las culturas han dejado testimonio del uso de plantas aromáticas con fines curativos y rituales.

En México existe la herbolaria desde hace 3,500 o hasta 4,000 años, de hecho por tradición oral, cualquiera de nosotros conoce algún remedio casero para algún malestar físico o anímico.

El copal, que es una resina vegetal y que los mayas quemaban y utilizaban para limpiar y purificar las energías de los lugares religiosos y se obtiene del árbol aromático COPALLI.

Otro ejemplo es el temazcal que es un baño de vapor con hierbas, y en náhuatl significa “casa de vapor”.

El temazcal representa el vientre de la Madre tierra y tiene como propósito la confrontación con Tezcatlipoka. Así el propósito del temazcal es el sanar física, mental, espiritual y emocionalmente. Aromaterapia pura.

A.3 Los productos orgánicos

El mercado orgánico en México ha crecido poco a poco, pues pocos saben que desde hace 6 años existen los tianguis orgánicos⁸.

Para poder entrar en alguno de los Tianguis orgánicos es necesario la aprobación del comité. La coordinadora del Tianguis Orgánico de Chapingo nos comenta en entrevista personal “Hoy en día son muchos los productos que se venden como orgánicos y muy pocos son los que realmente lo son, adicionalmente, muchas empresas no valoran el trabajo de las campesinos mexicanos y eliminan sus marcas, etiquetas, etc, sobreponiendo la propia”⁹.

Se ha crecido tanto en este rubro que Chapingo tiene vinculación con Alemania y Canadá, sin embargo, la demanda es más fuerte que la oferta que se tiene.

B. Análisis de la demanda

⁷ PLANTAS AROMÁTICAS, Tratado de Aromaterapia Científica. Mónica Diana Romero Márquez 1ª ed. Editorial Kier. Buena Aires, Arg. 2003

⁸ Vinculando.org. red de tianguis orgánicos

⁹ Texcoco, Universidad Chapingo, entrevista 10 de noviembre de 2008

A nivel nacional los comercios o empresas dedicadas a producir bienes iguales o similares son pocos y no satisfacen la demanda nacional e internacional.

Por lo general éstas empresas se encuentran en el interior de la República Mexicana, según el último censo económico:

		TOTAL NACIONAL	CLASE 325610 FABRICACION DE JABONES, LIMPIADORES Y DENTIFRICOS	CLASE 325620 FABRICACION DE COSMETICOS, PERFUMES Y OTRAS PREPARACIONES DE TOCADOR	CLASE 325190 FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS BASICOS ORGANICOS
NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS	TOTAL	328718	431	301	159
	GRANDES/1	15870	115	70	61
PERSONAL OCUPADO	TOTAL	4,198,579	18,959	20,461	7,218
	GRANDES/1	1,980,696	16,630	15,607	5,813
VALOR DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS	TOTAL	2,403,394,625	20,763,760	16,451,547	17,519,647
	GRANDES/1	2,271,923,946	20,164,266	16,044,237	17,275,771
VALOR DE LAS MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES CONSUMIDAS	TOTAL	1,266,007,204	8,307,850	2,957,189	10,389,310
	GRANDES/1	1,203,312,761	8,037,565	2,771,048	10,271,146
VENTAS NETAS DE PRODUCTOS ELABORADOS	TOTAL	2,394,668,506	20,924,705	16,234,964	17,467,039
	GRANDES/1	2,262,634,926	20,325,135	15,821,318	17,225,313
VALOR TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS	TOTAL	1,258,435,455	4,437,999	2,886,904	10,533,185
	GRANDES/1	1,090,631,864	4,218,939	2,491,965	9,674,868[1]

Hay que tomar en cuenta que según estudios el mercado de productos orgánicos crece a nivel mundial a una tasa del 30% anual y en México en un 45%¹⁰ aproximadamente. Sin embargo, éste crecimiento no es siquiera similar al crecimiento en empresas productoras de bienes orgánicos, recordemos que la etapa de crisis en la que vivimos podría cambiar éstos porcentajes, a pesar de ello el crecimiento anual esperado es del 1.3%¹¹, y cada industria tuvo caídas muy fuertes, es aquí donde se puede encontrar una oportunidad y reactivar la economía a través de inversiones productivas.

¹⁰ http://www.alimentaria-mexico.com/files/ORGANICOS_ALIMEX2008.pdf

¹¹ La jornada 22 de febrero 2009 “México entró en una etapa de plena recesión”

C. Análisis de la competencia

En México son pocas las empresas que se dedican a la producción, venta y distribución de productos de aromaterapia de manera formal o seria.

Hoy el mercado está inundado de productos de éste tipo, sin embargo, son pocos los que se encuentran dentro del DF.

EMPRESA	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	MEDIOS PROMOCIÓN	DE IMAGEN
Herbalist and essences oils	Accesorios, Aceites, Afrodisiacos ,Bebidas Energizantes , Extractos , Inciensos , Nutricional , Reductiva, Plantas Medicinales, Popurrí	Desde \$100.00 hasta \$300.00	Ecatepec, EDOMEX	Pagina Web, portales de Internet	
VIE	Canela, Enebro, Eucalipto, Lavanda, Limón, Mandarina Roja, Manzanilla Azul al 10%, Melisa, Rosa Absoluto al 10%, Tea Tree etc	No proporcionados	Cuernavaca, Morelos	Pagina Web, portales de Internet	
Hoja verde	Aceites esenciales, aceite para masajes, sales para baño, jabón, velas, crema para labios, gel de ducha y jabón liquido para manos, velas de te, fibras para baño, cremas corporales, porta velas, inciensos miel y jalea	No proporcionados	Campeche, Campeche	Pagina Web, portales de Internet	
Los Reyes	Aceites terapéuticos, relajantes, desestresantes, afrodisiacos y medicinales	Desde \$55.00	Los Reyes Michoacán	Portales de Internet	

EMPRESA	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	MEDIOS DE PROMOCIÓN	IMAGEN
Jabones Shantideva	Aceites para masaje, jabones artesanales y lociones áuricas	\$30.00	Guadalajara, Jalisco	Portales de Internet	
Herbol	Cremas, Pomadas, Aceites y Fricciones Magistrales, Aceites para Masajes Canela Naranja Almendras amargas, Coco Zanahoria y Avellana	\$125.00	Zapopán, Jalisco	Portales de Internet	
Duch Cosmetics	Aceites para masajes y aromaterapia TAIKA con tratamiento medicinal 100% natural para estimular, relajar, desinflamar, etc. en 120 ml	No proporcionado	No proporcionado	Teléfono, Web	
Lucy Garden	Aceite esencial, aceite diluido, desodorante, gel, loción aromática, mascarillas, shampoo y paquetes de spa	Desde \$99.00 hasta \$800.00	Guadalajara, Jalisco	Pagina Web, portales de Internet y catálogo	
CUAKI	Aceite para masaje, lociones y jabones para aromaterapia	Desde \$25.00 hasta \$45.00	Azcapotzalco, México DF	Portales de internet	
Armoniz	Aceites para masajes, velas aromáticas, crema para masaje, armonizadores cosméticos, cursos y clínica de belleza	Desde \$150.00 hasta \$230.00	DF Gustavo A. Madero	Portales de Internet	

D. Segmentación de mercado

El mercado al que vamos dirigidos son personas que busquen el bienestar psíquico y físico a través de productos 100% naturales y orgánicos.

Además de ser quienes busquen productos 100% mexicanos y artesanales, y que el desarrollo de éste país sea importante en su filosofía.

Mujeres y hombres que habiten en México, específicamente el Distrito Federal y área metropolitana y cuyo nivel socioeconómico sea A/B, C+ y C. Que tengan de entre 20 y 60 años de edad

Nuestro mercado potencial serán centros holísticos, ubicados dentro del área metropolitana del DF, empresas dedicadas a la venta de productos naturales y cosméticos y empresas dedicadas al cuidado de la salud y belleza.

El nivel de ingresos familiar según el nivel socioeconómico es el siguiente:

Nivel	Ingreso Mínimo	Ingreso Máximo
<u>A/B</u>	85,000.00+	
<u>C+</u>	35,000.00	84,999.00
<u>C</u>	11,600.00	34,999.00
<u>D+</u>	6,800.00	11,599.00
<u>D</u>	2,700.00	6,799.00
<u>E</u>	0.00	2,699.00 ¹²

¹² Fuente: Niveles Socioeconómicos AMAI, actualización 2005.

Ciudad de México			
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
De 20 a 24 años	1,686,125	812,734	873,391
De 25 a 29 años	1,650,197	790,231	859,966
De 30 a 34 años	1,435,449	682,838	752,611
De 35 a 39 años	1,274,450	601,770	672,680
De 40 a 44 años	1,057,438	499,734	557,704
De 45 a 49 años	820,534	385,849	434,685
De 50 a 54 años	671,733	317,042	354,691
De 55 a 59 años	478,249	224,053	254,196
TOTAL	9074175	4314251	4759924¹³

	PORCENTAJE DE NIVELES SOCIOECONOMICOS					
	A/B	C+	C	D+	D	E
D.F.	7.4	7.9	24	23.6	28	9.1 ¹⁴

¹³ INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

¹⁴ www.brain-research.com

E. Objetivos generales y específicos

La información de fuentes secundarias solo nos proporcionan información sobre el ambiente que rodea al proyecto, sin embargo, para conocer su viabilidad es importante acudir a los consumidores, que nos permitirán visualizar de manera concreta la viabilidad del mismo, además de identificar que es lo que en específico busca el mercado

Objetivo general:

Conocer la aceptación que tendrán los aceites hidratantes y para masajes, sales de baño y aceites esenciales orgánicos en el área metropolitana de la ciudad de México.

Objetivos específicos:

- ☞ Saber la frecuencia en la cual las personas del área metropolitana clase A/B, C y C+ de entre 18 y 60 años se sienten mal física y anímicamente.
- ☞ Conocer la solución que buscan dichas personas a su malestar.
- ☞ Saber que cantidad de dinero gastan en solucionar su malestar.
- ☞ Saber el conocimiento que dicha población tiene sobre los productos orgánicos.
- ☞ Conocer el nivel de consumo de los productos orgánicos.
- ☞ Conocer la opinión que se tienen de las medicinas alternativas.
- ☞ Conocer el nivel de consumo de la aromaterapia.
- ☞ Saber la frecuencia de consumo de productos de aromaterapia.
- ☞ Saber la aceptación de las medicinas complementarias (alternativas).
- ☞ Conocer la vía de administración más aceptada por aquellos que utilizan o les gustaría utilizar la aromaterapia.
- ☞ Conocer cual es el aroma preferido.
- ☞ Conocer el precio que la población antes mencionada estaría dispuesta a pagar por los productos que se pretenden vender.

F. Hipótesis

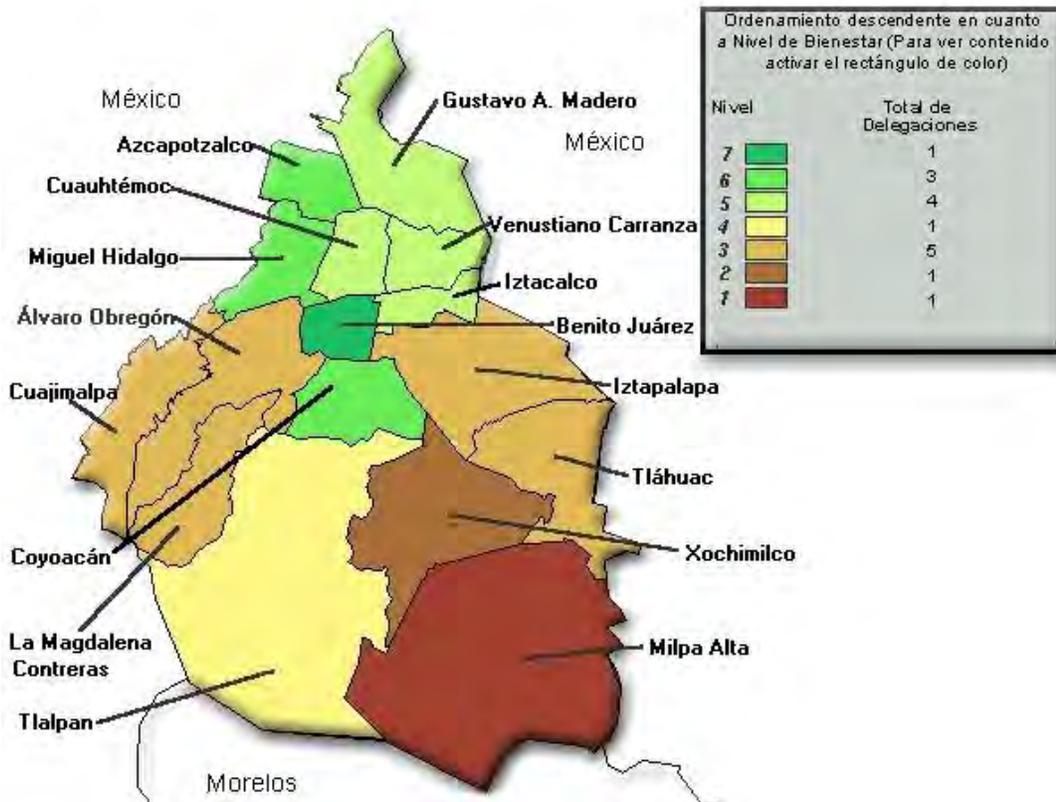
Actualmente las personas de nivel socioeconómico A/B, C y C+ que tiene entre 18 y 60 años de edad y que viven dentro del área metropolitana de la ciudad de México tiene padecimientos físicos y anímicos y buscan un alivio lo más natural posible.

G. Metodología

La información se obtendrá a través de una encuesta realizada físicamente a mujeres y hombres de entre 18 y 60 años de edad de las clases socioeconómicas A/B, C+ Y C.

Dicha encuesta se realizó utilizando el programa **Survey 9.1**

La encuesta se realizó en las delegaciones con mayor índice de bienestar, esto quiere decir, mayor número de empleos, empleos mejor pagados, etc, estas delegaciones son: **Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, Iztacalco, Cuauhtémoc, Azcapotzalco, Miguel Hidalgo, Coyoacán y Benito Juárez.**



15

¹⁵ *Scripta Nova* REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788. Depósito Legal: B. 21.741-98 Vol. VI, núm. 119 (55), 1 de agosto de 2002

El total de la muestra se dividirá entre éstas 8 delegaciones.

Se tiene un encuestador por delegación:

<i>ENCUESTADOR</i>	<i>DELEGACION</i>
Ingrid Medina	Benito Juárez
Isaac García	Miguel Hidalgo
<i>Silvia de la Torre</i>	Coyoacan
Efrain Najera	Azcapotzalco
Lilia Espinosa	<i>Gustavo A. Madero</i>
Liliana de la Vega	<i>Venustiano Carranza</i>
Margarita Sastrias	<i>Iztacalco</i>
Lesli Quiroz	<i>Cuauhtémoc</i>

G.1 Determinación de la muestra

Nuestro universo es:

NIVEL	TOTAL	HOMBRES	MUJES	EDAD
A/B	671489	319254.6	352234.4	TOTAL
C+	716859.8	340825.8	376034	
C	2177802	1035420	1142382	
	3,566,151	1,695,501	1,870,650	¹⁶

Se tomará:

- ☒ Nivel de confianza 95% $Z = 1.96$
- ☒ Probabilidad a favor 30% $p = 0.30$
- ☒ Probabilidad en contra 70% $q = 0.70$
- ☒ Error de estimación 7.5% $e = 0.075$
- ☒ Muestra n

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.30 * 0.70}{(0.075)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.30 * 0.70}{0.005625}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.005625}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.005625}$$

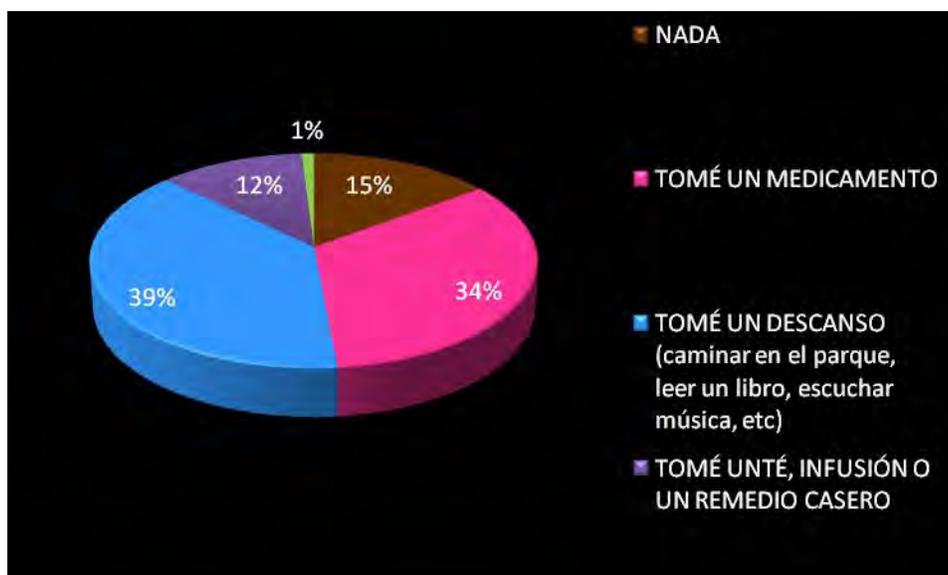
$$n = 143$$

¹⁶ ELABORACION PROPIA

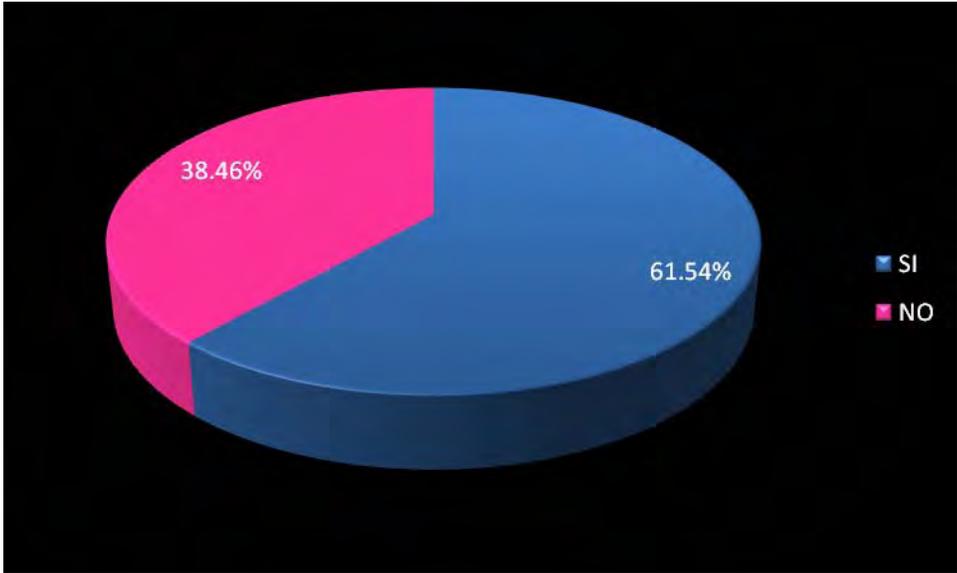
H. Interpretación de resultados

Después de realizar las 143 encuestas a la población del distrito federal el estudio de mercado se llegaron a los siguientes resultados:

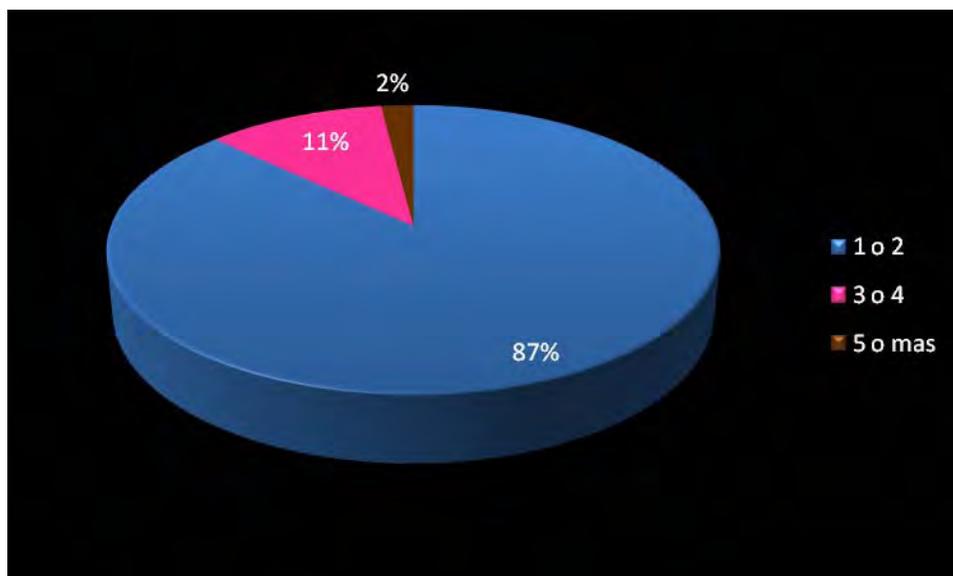
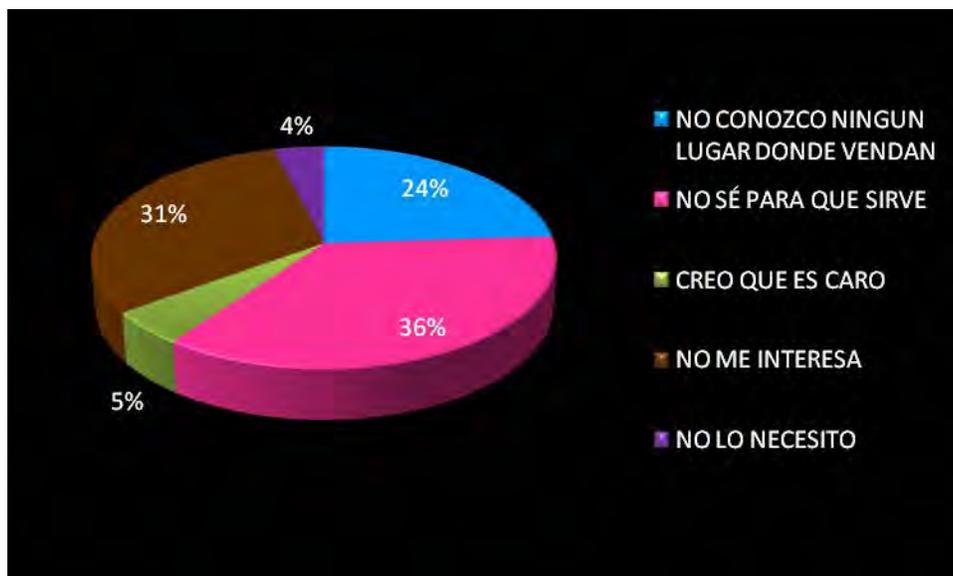
Sobre el estado anímico y físico los resultados nos demuestran que de la mayoría de las personas entrevistadas en el último año 69.18% de las personas se sintieron mal (pregunta 1) y en el último mes el 68.42% se ha sentido mal entre 1 y 5 días 8.77% entre 6y10 días, el 5.26% de 11 a 15 días, el 7.89% de 16 a 20 días y 9.65% de 21 a 30 días al mes (pregunta 2), así podemos deducir que de las personas que viven en el Distrito Federal y de las clases A/B, C+ Y C, se sienten mal física o anímicamente, y un porcentaje considerable se siente mal la mayor parte del mes, y la solución que dan a su malestar es en su mayoría tomar un descanso con un 39% y 34% toma un medicamento, el 15% no hace nada, y el 12% utiliza algún remedio casero (pregunta 3) y el 37% no gasta nada en resolver su malestar, sin embargo mas del 63% gastan desde \$1.00 a \$200.00, las cantidades más comunes son: de \$51 a\$100.00 con un 24.56% y el mismo porcentaje para \$101.00 a \$200.00 (pregunta 4). Adicional a ésto el 94% de las personas esta dispuesto a utilizar un producto natural que le brinde los beneficios de las medicinas de patente (pregunta 10).



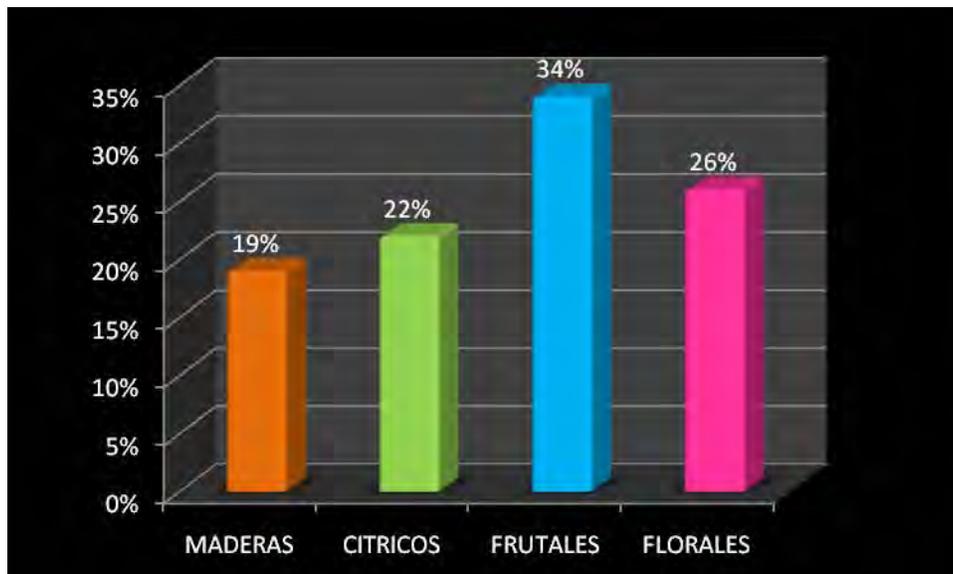
De los productos orgánicos las personas tienen una buena opinión, 69% de la población cree que son buenos, al 24% le son indiferentes, pero aún el 7% de personas en el DF y de clases socioeconómicas altas no saben que son los productos orgánicos (pregunta 5) y más de la mitad, es decir el 61.54% ha consumido productos orgánicos, lo que nos muestra que cada día más personas optan por productos más naturales.



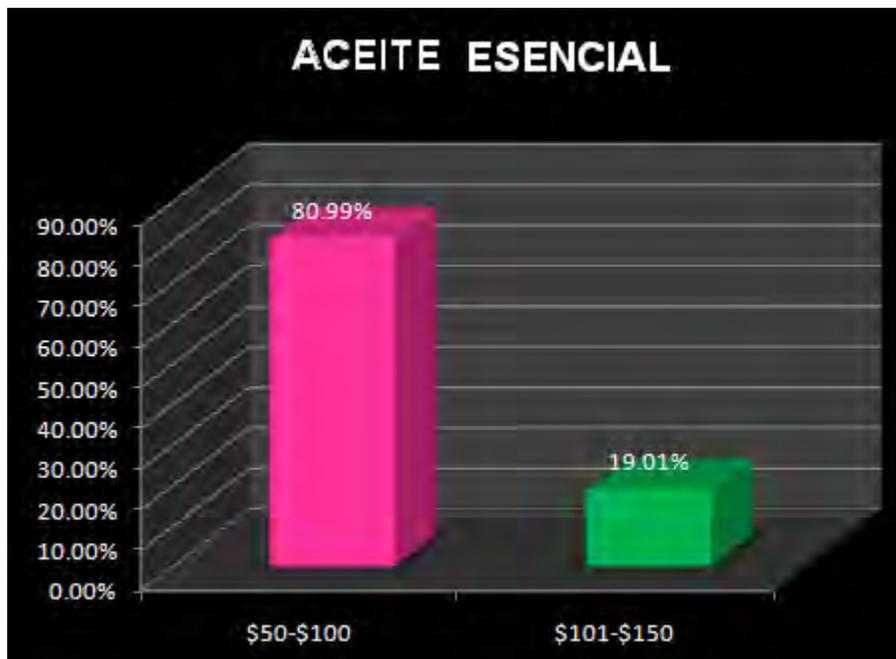
Como ya se mencionó la aromaterapia es una medicina alternativa y es la base de nuestro proyecto, sobre estos temas el 14% de los entrevistados creen que no funcionan, 48% creen que funcionan pero no sustituyen a la medicina de patente y el 38% creen que pueden sustituirlas. (pregunta 7), sobre la aromaterapia el 44% de las personas ha consumido aromaterapia, y del resto no ha consumido por 2 fuertes razones no saben para que sirve o simplemente no les interesa (pregunta 8) cabe destacar que el 90% de las personas que respondieron que no les interesaba fueron hombres. De las personas que si lo consumen el 87% compra 1 o 2 productos de aromaterapia al mes, 11% 3 o 4 y tan solo el 2% más de 5 productos al mes (pregunta 9).



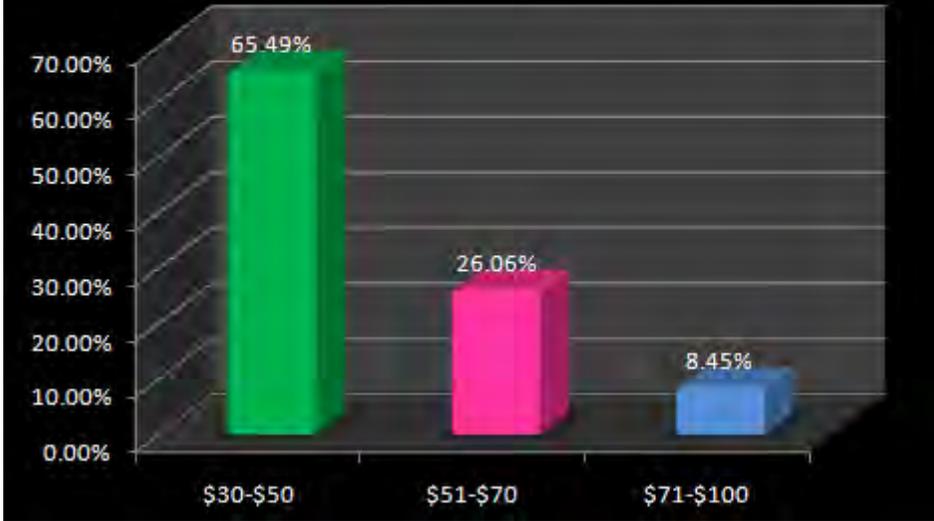
Como ya se había comentado con anterioridad el 94% de las personas usarían un producto natural que les brindara los beneficios de la medicina de patente (pregunta 10) y la vía de administración que prefirieron fue la respiratoria (pregunta 11), y la preferencia de los aromas que tienen son muy similares (pregunta 12).



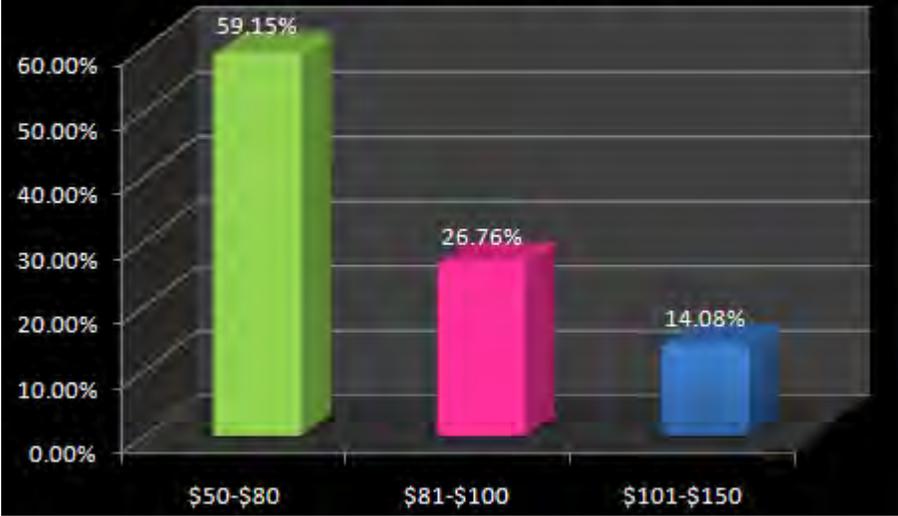
La cantidad de dinero que las personas estarían dispuestos a pagar por cada uno de nuestros productos en su gran mayoría se encuentra entre los \$30.00 y \$100.00 (pregunta 13, 14 y 15).



SALES DE BAÑO



ACEITE HIDRATANTE



I. Informe de resultados

Las personas que viven en el distrito federal y que pertenecen a niveles socioeconómicos medio o altos en su mayoría tiene al menos un malestar físico o anímico al mes y buscan una solución lo más natural posible, por lo que un producto natural y que le brinde los beneficios de patente tendrá éxito.

Es por ello que hoy en día los productos orgánicos han tenido un gran éxito y la gran mayoría del mercado meta ha consumido productos orgánicos y sabe cuales son sus beneficios. Por lo cual sugieren tener en el mercado productos orgánicos, pues hoy en día es lo que el mercado solicita, productos cada vez más naturales.

La terapia con aromas muestra beneficios para nuestra salud y un porcentaje considerable de la población meta ya lo utiliza, y tenemos la oportunidad de llegar a ellos, y un área de oportunidad que nos arrojó el estudio de mercado es que aun tenemos un gran mercado que cubrir pues una parte de las personas que no utilizan aromaterapia es por que no conocen el beneficio que tiene. Así mismo muestra que las mujeres son las que tienen mayor interés en estos productos, pues a la gran mayoría de los hombres no les interesa la aromaterapia.

Aunque no es mucha la diferencia, el mercado prefiere consumir productos naturales via respiratoria , de la misma manera los aromas no tienen una gran diferencia de resultados, sin embargo los aromas frutales son preferibles para el mercado.

Los hombres no están interesados en consumir productos de aromaterapia, por lo cual en éste momento no es conveniente enfocarnos a ellos. El 44% de la población consume productos de aromaterapia, los cual nos brinda una demanda del:

<i>NIVEL</i>	<i>MUJES</i>	<i>POBLACION QUE CONSUME</i>
<i>A/B, C+ y C</i>	<i>1,870,650</i>	<i>823,086</i>

De éstas:

El consumo mínimo es de 1 vez al mes, por lo cual tenemos una demanda de 823086 piezas al mes.

El precio que el mercado pagaría por cada uno de los productos que manejamos son:

- ☞ Aceite esencial de \$50-\$100
- ☞ Sales baño \$30-\$50
- ☞ Aceite hidratante \$50-\$80

1.2. Estrategias de las 4p's

A. Producto

Los productos que manejamos serán:

Productos	Descripción
ACEITES HIDRATANTE	Aceites para masajes e hidratación de la piel. Elaborado con aceites esenciales orgánicos, pigmento natural y aceite mineral y vitamina E. En envases de vidrio de 100ml. Tapa de corcho.
SALES DE BAÑO	Sal de baño, elaborado con aceite esencial orgánico, sal marina y vitamina E. Envasado en vidrio de 100gr.
ACEITES ESENCIALES	Aceites esenciales 100% orgánicos embasados en vidrio oscuro de 5ml.



A.1 Características del producto

- ☞ Aceite esencial
 - ☞ 100% orgánico
 - ☞ 100% mexicano
 - ☞ 100% aceite esencial
 - ☞ Con propiedades terapéuticas

- ☞ Sales baño
 - ☞ Elaborado con sal marina original
 - ☞ Aceite esencial orgánico
 - ☞ Con propiedades terapéuticas
 - ☞ Hidratante

- ☞ Aceite hidratante
 - ☞ Hidratante gracias a la vitamina E
 - ☞ Con propiedades terapéuticas
 - ☞ Aceite esencial orgánico

Ventajas competitivas:

- ☞ Son los primeros productos aromaterapéuticos elaborados con aceite esencial orgánicos en la ciudad de México.
- ☞ No contiene conservadores.
- ☞ Realmente brinda las propiedades terapéuticas que busca la aromaterapia.
- ☞ Será un producto elite.
- ☞ Ofrecerá diversos aromas adicionales a los tradicionales, pues además de ofrecer agradables aromas brinda las propiedades terapéuticas.



A.2 Clasificación del producto

En los tres productos que Melixtli lanzará mantienen las mismas clasificaciones.

Son productos **no duraderos**, pues no sobreviven al uso continuo, sino que van gastándose cada vez que se utilizan. Cada uno depende de las veces que se use, en promedio:

- ☞ Aceite esencial.- por lo general se usa de manera diaria, lo cual hace que dure entre 30 y 45 días.
- ☞ Sales baño.- tiene la duración de 4 o 5 baños, éstas se sugieren sean 1 vez a la semana, por lo que la duración es de 1 mes
- ☞ Aceite hidratante.- si se tiene uso diario dura aproximadamente 45 o 30 días.

Por la naturaleza misma son **bienes de consumo** pues los compran los consumidores para su propio consumo.

Son **bienes de especialidad**, pues cuentan con varias características especiales:

- ☞ Productos orgánicos
- ☞ Productos de aromaterapia
- ☞ Productos 100% mexicanos
- ☞ Productos artesanales

Así mismo son **bienes de comparación**, pues aunque no son mucho los competidores en el mercado existen, lo cual hace que las personas interesadas en los beneficios de la aromaterapia, comparen entre los productos existentes en el mercado.

De acuerdo a la clasificación internacional de los productos y servicios, los productos que manejará Melixtli, se encuentra en el bloque de: **“Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.”**¹⁷

¹⁷ <http://gaceta.impi.gob.mx/buscaCIPS/>

A.3 Mezcla del producto

Melixtli busca ser la empresa líder en México especializada en aromaterapia, por lo cual pretende ampliar las líneas de productos que maneja.

Amplitud

Por lo tanto MELIXTLI manejará al inicio los 3 de productos que ya se mencionaron con anterioridad:

LINEAS	
ACEITES HIDRATANTE	Aceites para masajes e hidratación de la piel con distintos fines terapéuticos. Producidos con aceites tanto base como esenciales 100% orgánicos y de origen mexicano. Enriquecido con Vitamina E.
SALES DE BAÑO	Sal marina originaria del estado de Veracruz enriquecida con aceites esenciales 100% orgánicos y de origen mexicano, para ser utilizados en el baño de tina, en pies, etc., brindando toda la energía y descanso que las sales de baño nos brindan. Enriquecido con Vitamina E.
ACEITES ESENCIALES	Aceites esenciales 100% orgánicos y mexicanos que pueden ser utilizados como ambientadores naturales y dependiendo del tipo de aceite nos proporcionará sus beneficios. Enriquecido con Vitamina E.

Cada una de estas líneas tendrá sub-líneas

SUBLINEAS	
RELAJACION	Ylang-Ylang, Rosa, Naranja, Cedro, Fresa.
AFRODICIACO	Canela, Jasmín, Sándalo, Coco.
REVITALIZANTE	Melisa, Limón, Bergamota, Mandarina.
ANTISÉPTICO	Pino, Lavanda, Eucalipto, Árbol de té, Lima.

Profundidad

Cada sub línea del producto tendrá profundidad de acuerdo al aroma que se tiene:

RELAJACION	REVITALIZANTE	AFRODICIACO	ANTISÉPTICO
Ylang-Ylang	Melisa	Canela	Pino
Rosa	Limón	Jazmín	Lavanda
Naranja	Bergamota	Sándalo	Eucalipto
Cedro	Mandarina	Coco	Árbol de té
Fresa			Lima

Propiedades terapéuticas

RELAJACIÓN	Ylang-ylang	Estrés, tensión nerviosa, ansiedad, depresión y cambios de humor
	Rosa	Sedante, relajante, trastornos emocionales. También funciona como afrodisiaco
	Naranja	Antidepresivo con efecto calmante. Desinflamatorio y antiséptico. Combate el insomnio, equilibra emociones.
	Manzanilla	Uno de los aceites esenciales más suaves, es tranquilizante y calmante para el cuerpo físico, mental y emocional, y tiene un amplio rango de uso, especialmente para niños
	Cedro	El placentero aroma de madera de este aceite esencial expresa fuerza espiritual que es armonizante y estabilizante.
REANIMANTE	Fresa	Humecta, protege y embellece la piel excelente fuente de vitamina c, beta carotenos y vitamina e buen protector contra el cáncer, la gota, la artritis y la anemia contiene un ácido que neutraliza los efectos cancerígenos del humo del tabaco.
	Melisa	Estimula en momentos de desánimo y depresión. Tónico y relajante en el sistema nervioso. Útil para aliviar síntomas premenstruales
	Limón	Remineralizante, desintoxicante, bactericida, diurético. Fortalece el sistema inmunológico. Antidepresivo. Aumenta la concentración.
	Bergamota	Analgésico, antidepresivo, estimulante.ayuda para estados de depresion, tension, o ansiedad
AFRODICIACO	Mandarina	Estimulante, produce alegría. Actúa como antidepresivo y levanta el ánimo
	Canela	Antiespasmódica, antibacteriana, antifúngica y afrodisíaco. Excelente para el agotamiento, la depresión y la sensación de debilidad.
	Jazmín	Cálido, seductivo y afrodisiaco. Antiespasmódico, estimulante, antidepresivo, analgésico, expectorante, antiséptico.
	Sándalo	Antidepresivo, antiséptico, antiespasmódico, afrodisíaco.
ANTISÉPTICO	Coco	Vigoriza, tonifica y estimula el ambiente a la alegría y al descanso. Reconfortante. Afrodisíaco.
	Pino	Antirreumático, antiescorbútico, antimicrobiano, antineurálgico, antiséptico (pulmonar, urinario y hepático),bactericida, reconstituyente y rubefaciente
	Lavanda	Analgésico, anticonvulsivo, antidepresivo, antimicrobiano, antirreumático,
	Eucalipto	Antiséptico, antiespasmódico, antitóxico, cicatrizante, insecticida y tónico nervioso
	Árbol de té	Antiséptico, bactericida, expectorante. Excelente remedio contra hongos, herpes, picaduras de insectos, acné.
	Lima	Antiséptico, antiviral, astringente, desinfectante, insecticida. Muy estimulante en los casos de la apatía, la depresión y la ansiedad.

A.4 Marca

El nombre de los productos será la misma que la de la empresa: "MELIXTLI", cuyos orígenes pertenecen a la lengua náhuatl METZTLI=LUNA y AHUALIZTLI=PERFUME o BUEN OLOR, dando como resultado PERFUME DE LUNA.

Se busca que ésta palabra muestre la filosofía de la empresa, ser una empresa orgullosamente mexicana, preocupada por el bienestar de las personas a través de un agradable aroma.

A.5 Slogan

"RENACE EN AROMA"

La frase que brinda Melixtli nos invita a volver a nacer, la aromaterapia nos ayuda a mejorar el estado físico o anímico, y cuando nos sentimos aliviados, a volver a la estabilidad; volvemos a nacer, salir de la confrontación con nuestro Tezcatlipoka. Invita a los consumidores a reencontrarse en equilibrio.

A.6 Logotipo



El logotipo muestra en su totalidad la representación del trabajo artesanal mexicano, el estilo mismo de las letras que lo conforman y la flor que se muestra al centro de la palabra.

El logotipo base está conformado por los colores que buscan equilibrio:

- ☞ El Café de nuestra tierra
- ☞ Y el azul del cielo
- ☞ El blanco que significa pureza, limpieza, equilibrio.

Sin embargo el color cambiará de acuerdo a la sublínea del producto.

A.7 Envase y Empaque

Presentación Individual:

- ☞ Aceite esencial.- envase de vidrio color ambar de 5 ml



- ☞ Sales baño.- envase de vidrio transparente de 100ml



- ☞ Aceite hidratante.- envase de vidrio transparente de 100ml

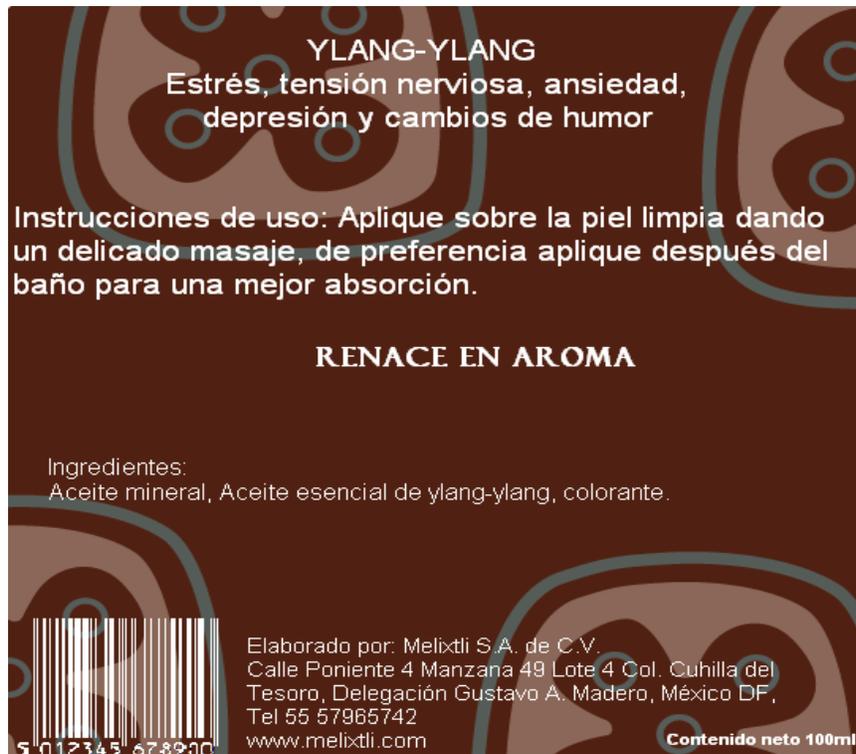


A.8 Etiqueta

Las etiquetas del producto variarán dependiendo de la línea del producto que tengan:



En el reverso tendrá el aroma, propiedades, las instrucciones de uso, ingredientes, datos de la empresa, código de barras y contenido neto.



B. Precio

B.1 Precio del Producto

El precio está establecido por el mercado en el que nos encontramos, donde los precios van desde los \$ 25.00 hasta los \$800.00, lo cual está integrado por el prestigio de la marca y el material tanto materia prima como los embases.

Melixtli ha deseado tener la materia prima de la más alta calidad y en embases que mantengan el producto en el mejor estado.

Por la naturaleza del producto en cualquiera de las líneas, el mejor material es el vidrio. Y el precio establecido tanto por el mercado como por el estudio de mercado será:

PRECIOS DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTO	
ACEITES HIDRATANTES	\$80
SALES DE BAÑO	\$50
ACEITES ESENCIALES	\$100

B.2 Descuentos

Debido a su compromiso con el medio ambiente Melixtli, trata de buscar la maneras de no contaminar el ambiente, sin embargo uno de los materiales que utiliza es el vidrio, que a pesar de ser material reciclable, tarda aproximadamente 4mil años en reintegrarse a la naturaleza, sin embargo este es un material 100% reciclable, por lo cual existe una política mercadológica en Melixtli:

No es necesario volver a comprar el producto completo, trae tu embase vacío y se rellena solo pagando el 80% del precio del producto

C. Plaza – Distribución

Los productos se ofrecerán directamente en clínicas de belleza, centros holísticos, centros de aromaterapia, cadenas comerciales, tiendas naturistas, hoteles, centros eco-turísticos, etcétera, de todo el país.

En un futuro se buscará la venta a través de establecimientos propios de la empresa Melixtli, sin embargo por el momento las ventas se realizarán a través de los medios anteriormente mencionados.

Requisitos:

Para poder distribuir nuestros productos en las distintas opciones son:

- ☒ Carta expedida por el director de la empresa ofreciendo nuestros productos
- ☒ Presentar copia de inscripción en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- ☒ Comprobante de domicilio
- ☒ Verificación electrónica de comprobantes fiscales por el SAT

D. Promoción y Comercialización

Melixtli manejará distintos canales de comercialización son:

D.1 Ventas Indirectas

A través de los distintos centros, clínicas de belleza, spas, tiendas naturistas, tiendas especializadas, etcétera; los usuarios podrán comprar los productos que Melixtli ofrece. Los vendedores de Melixtli crearán una cartera de clientes institucionales que servirán como distribuidores de nuestros productos.



D.2 Exhibidores

En los distintos spas, centros holísticos, etcétera, si puede acordar establecer un pequeño lugar para colocar exhibidores de nuestros productos, y así los usuarios no solo los usen a través del servicio que brindan los spas o clínicas de belleza, sino que puedan adquirir el producto directamente.



D.3 Media Electrónicos

Cuando los usuarios visiten nuestra página web, podrán solicitar los productos que necesitan, podrán acudir por ellos a nuestras oficinas o bien pagar por gastos de envío a domicilio \$10.00



En la página web se encontrará más información sobre la empresa tal como:

- Historia
- Ubicación
- Misión
- Visión
- Valores
- Bolsa de trabajo

Datos de los productos

- Línea de productos
- Aromas
- Propiedades terapéuticas

Servicios

- Boletín
- Maquila
- Línea hotelera

Contacto

- Bolsa de trabajo
- Teléfono
- Dirección
- Correo electrónico

Meliotli

20%

Trag tu fraseo vacío y
nosotros lo llenamos

1.3. Conclusiones estudio de mercado

Con base en la recopilación de la información, tanto de fuentes primarias como secundarias, podemos deducir:

- ☒ Los hombres no están interesados en adquirir nuestro producto.
- ☒ La mayoría de las mujeres entre 18 y 60 años, que no han consumido aromaterapia, es por que no conocen sus beneficios, o por que no saben donde comprarla y piensan que es cara.
- ☒ Debido a que tenemos una población objetivo muy grande, tenemos un gran mercado que satisfacer.
- ☒ Los medios electrónicos, serán un medio de apoyo, pues nuestra comercialización más fuerte es la venta a través de centros holísticos, tiendas naturistas, etc.
- ☒ Ofrecer distintas líneas, y una profundidad amplia en nuestros productos nos permitirá satisfacer más necesidades y llegar a más clientes.
- ☒ Los precios que ofreceremos resultan bajos para el nivel socioeconómico de nuestro mercado meta.

ESTUDIO TÉCNICO

2. Estudio técnico

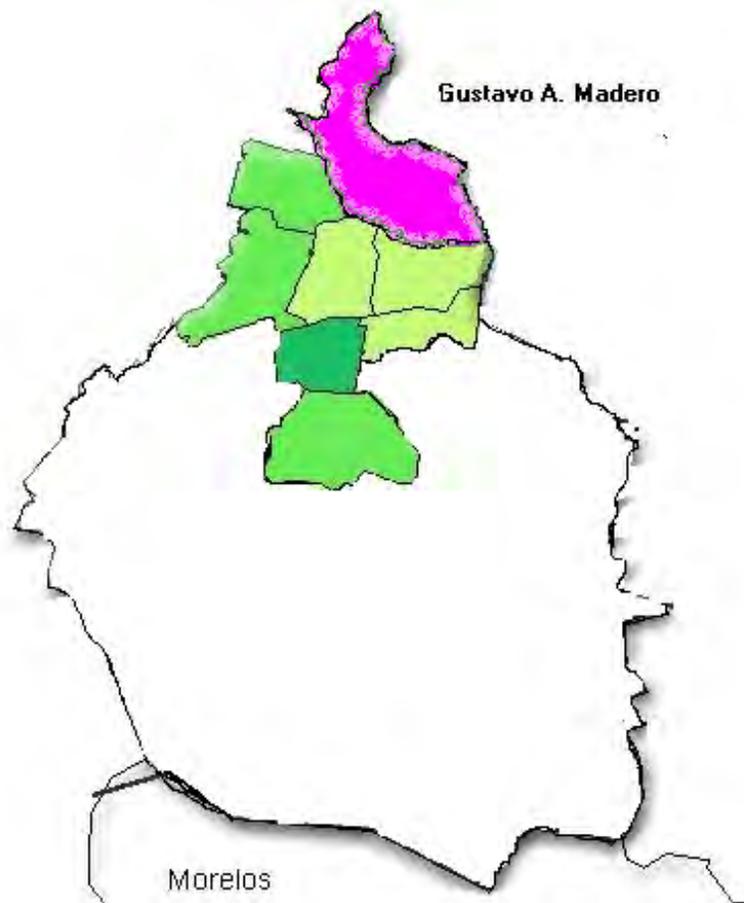
El estudio técnico consiste en especificar las características que deben tener nuestra maquinaria, nuestra planta de producción y nuestra materia prima; eligiendo los materiales, distribución, inmobiliario y herramientas óptimas, para crear un producto de calidad.

2.1. Localización de la planta

A. Macrolocalización

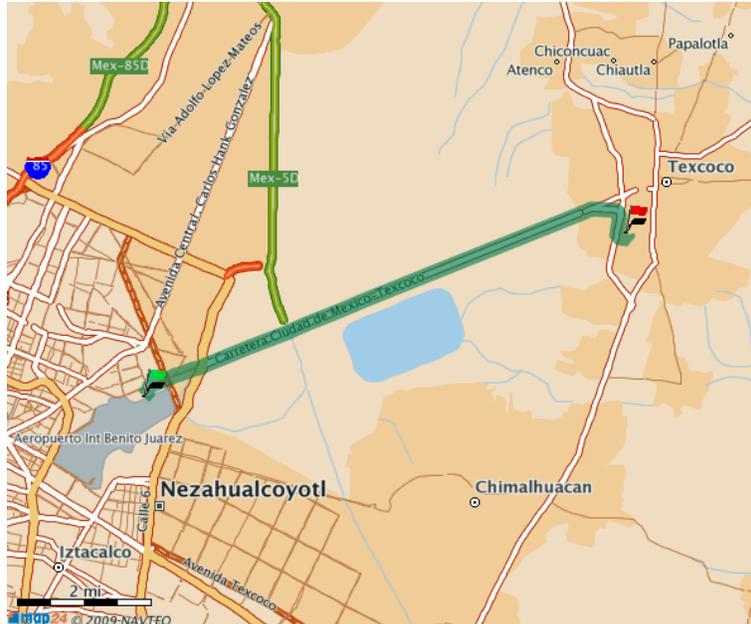
La planta se ubicará en El distrito Federal en la delegación Gustavo A. Madero. Debido a los siguientes puntos:

- ☞ Cercanía con los clientes



☒ Cercanía con proveedores

Los proveedores de material auxiliares se encuentran dentro de la misma delegación Gustavo A. Madero a unos 15 min, entre Eje 1 Norte y calzada de Guadalupe, y los proveedores de materia prima se encuentran a 30min, en el Edo.



☒ Importantes vías de acceso

Circuito interior, periférico, av. 608-av central, transval, eje1 Norte.

☒ El predio tendrá una renta de \$ 5' 000.00 pesos mensuales.

B. Microlocalización

Se localizará en el Distrito federal en la Del Gustavo A. Madero en la Calle Poniente 4 Mz. 49 Lote 4 Col. Cuchilla del Tesoro C.P. 07900.

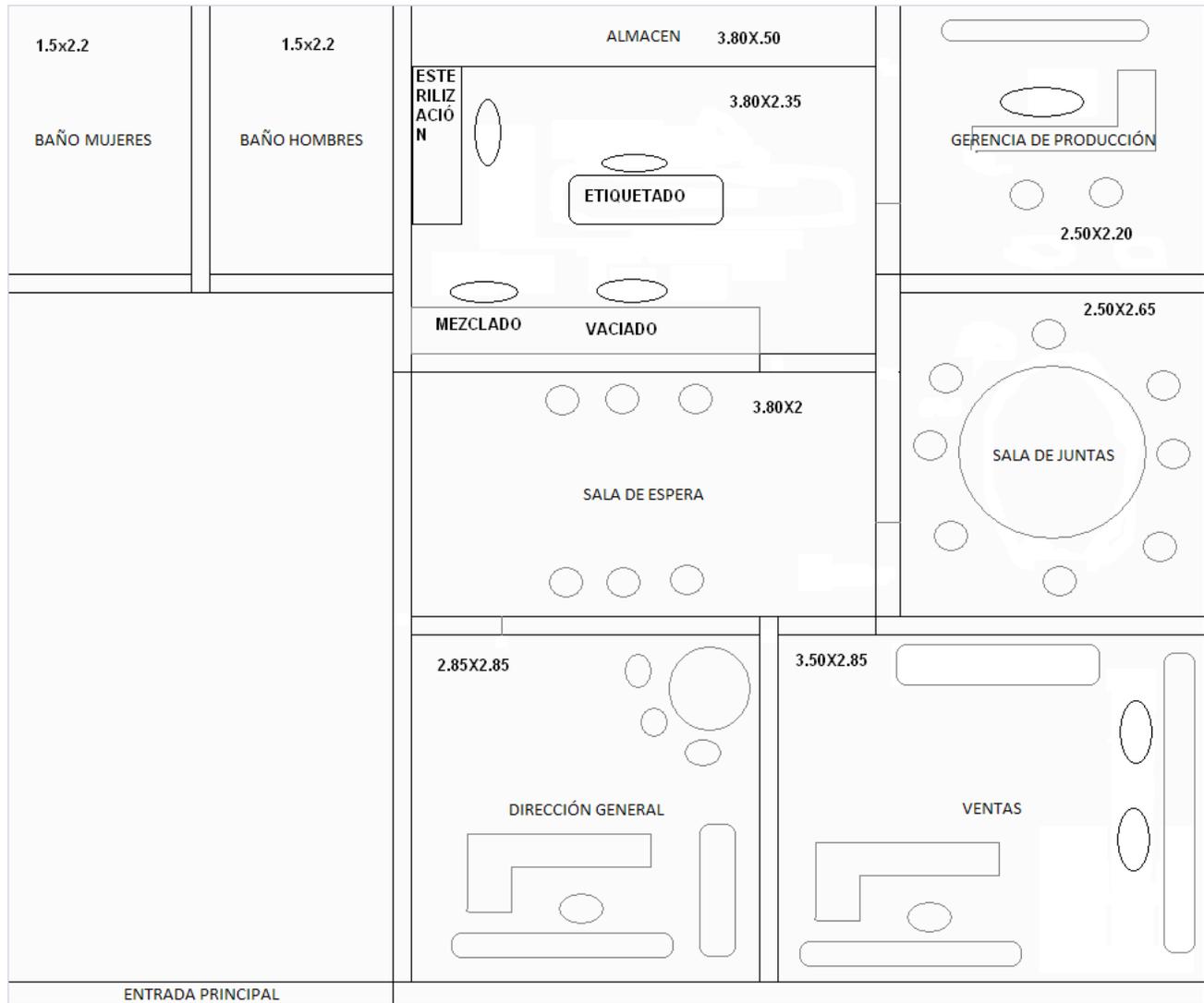
Ésta dirección es el domicilio de los accionistas se ocupará la planta baja y por tanto no se pagará renta.



2.2. Tamaño y distribución de la planta

A. Distribución de la planta

El espacio que ocupará la planta es de 10 metros de ancho por 15 metros de largo.



2.3. Procesos de producción

A. Producción aceites hidratantes 1 litro

PROCESO	Actividad	minutos
selección	Selección de la materia prima necesaria para cubrir los requerimientos de la orden de producción	1
preparación	Vaciar los litros de aceite mineral en el recipiente de acero inoxidable adecuado para la cantidad de aceite solicitado en la orden de producción	1
	Poner colorante hasta alcanzar la tonalidad deseada (1ml aproximadamente por litro de aceite hidratante)	3
	Con la pipeta graduada tomar los mililitros de aceite esencial (10ml por litro) y los mililitros de Vitamina E (10ml por litro)	1
	Vaciarlos mientras con el agitador se mueve constantemente, de tal manera que el aceite esencial quede distribuido totalmente.	4
envasado	Vaciar en frascos de vidrio de 100 ml	10
	Colocar el corcho correspondiente a cada frasco.	10
etiquetado y empacado	Etiquetar con el cuadernillo correspondiente al aroma del aceite.	30
	Empacarlos en las cajas correspondientes para su venta, almacenamiento y/o distribución.	5
total minutos		65

B. Producción sales 1 kg

PROCESO	Actividad	minutos
selección	Selección de la materia prima necesaria para cubrir los requerimientos de la orden de producción	1
preparación	Vaciar el kilogramo de sal marina en el recipiente	1
	Poner colorante hasta alcanzar la tonalidad deseada (1ml aproximadamente por kg)	3
	Con la pipeta graduado tomar los ml de aceite esencial necesario para la cantidad de sal marina (10 mililitros de aceite esencial por kg) y los mililitros de Vitamina E (10ml por litro)	1
	Vaciar dicho aceite mientras con el cucharon de acero inoxidable mover constantemente, de tal manera que el aceite esencial quede distribuido en toda la sal.	4
envasado	Dejar de se seque la sal	20
	Vaciar en frascos de vidrio con capacidad de 100 gramos de sales de baño y cerrarlos	10
etiquetado y empacado	Etiquetar con el cuadernillo correspondiente al aroma de las sales	30
	Empacarlos en las cajas correspondientes para su venta, almacenamiento y/o distribución.	5
total minutos		75

C. Etiquetar aceites esenciales 50ml

PROCESO	Actividad	minutos
Selección	Desempacar los aceites esenciales	5
	Elegir el número necesario de frascos de aceites esenciales de 5ml correspondiente al aroma.	5
Vaciado etiquetado y empacado	Vaciado en recipientes de vidrio oscuro de 5ml y taparlo	20
	Empacarlos para su venta y/o distribución	5
total minutos		35

2.4. Capacidad Instalada

Tomando en cuenta el número de minutos hombres tenemos y los minutos que se tarda en realizar al los 3 procesos la suma total es de 175 minutos para producir 10 pizas de cada uno de los productos.

Podemos repetir cada uno de los procesos 6.4 veces.

PROCESO	UNIDADES PRODUCIDAS		
	AL DÍA	A LA SEMANA	AL MES
ACEITE HIDRATANTE	64	320	1280
SALES DE BAÑO	64	320	1280
ACEITE ESENCIAL	64	320	1280
TOTAL	192	960	3840

Sin embargo no podemos dejar procesos incompletos, así que nuestra capacidad práctica es de:

PROCESO	UNIDADES PRODUCIDAS		
	AL DÍA	A LA SEMANA	AL MES
ACEITE HIDRATANTE	60	300	1200
SALES DE BAÑO	60	300	1200
ACEITE ESENCIAL	60	300	1200
TOTAL	180	900	3600

2.5. Capacidad Utilizada

Con base en las condiciones del mercado, específicamente con la introducción de un nuevo producto al mercado, comenzaremos a trabajar al 78% de nuestra capacidad instalada y de acuerdo al incremento y demanda del mercado se irá aumentando

PROCESO	UNIDADES PRODUCIDAS		
	AL DÍA	A LA SEMANA	AL MES
ACEITE HIDRATANTE	50	250	1000
SALES DE BAÑO	50	250	1000
ACEITE ESENCIAL	50	250	1000
TOTAL	150	750	3000

MES	DÍA LABORAL	DIA INHABIL	UNIDADES
ENERO	20	11	3000
FEBRERO	19	9	2850
MARZO	22	9	3300
ABRIL	20	10	3000
MAYO	19	12	2850
JUNIO	22	8	3300
JULIO	22	9	3300
AGOSTO	22	9	3300
SEPTIEMBRE	21	9	3150
OCTUBRE	21	10	3150
NOVIEMBRE	20	10	3000
DICIEMBRE	21	10	3150
TOTAL	249	116	37350

2.6. Programa de Producción

MES	VENTAS	INICIAL	FINAL	PRODUCCIÓN
ENERO	2700	0	300	3000
FEBRERO	3150	300	0	2850
MARZO	2700	0	600	3300
ABRIL	3200	600	400	3000
MAYO	3200	400	50	2850
JUNIO	3000	50	350	3300
JULIO	3300	350	350	3300
AGOSTO	3600	350	50	3300
SEPTIEMBRE	3000	50	200	3150
OCTUBRE	3000	200	350	3150
NOVIEMBRE	3000	350	350	3000
DICIEMBRE	3500	350	0	3150
TOTAL	37350			37350

2.7. Estudio de las materias primas e insumos y requerimientos tanto materiales como de personal

De acuerdo a Antonio Morales Castro las materias primas e insumos tiene una división, como: materias primas, materiales industriales, materiales auxiliares y servicios.

A. Materias primas

Son aquellos materiales que forman la esencia del producto, en nuestro caso las materias primas serán:

- ☞ Aceite esencial.- pues es la base de nuestros productos y de la aromaterapia. Nuestro proveedor será la empresa **joly** y se comprará para realizar nuestros productos y para su venta.
- ☞ Aceite mineral (base).- es el conductor de los aceites esenciales y sirve para suavizar y humectar la piel.
- ☞ Sal marina.- Nos tonifica la piel, brinda minerales al cuerpo a través del baño.
- ☞ Vitamina E.- Antioxidante, anti envejecimiento y cicatrizante

B. Materiales industriales

Los materiales industriales son aquellos que no forman parte directa del producto y que son utilizados en éstos, los productos que utilizamos en Melixtli no cuentan con materiales industriales.

C. Materiales auxiliares

- ☞ Envase de vidrio de 100 ml para ambos casos, tanto sales como aceites hidratantes.
- ☞ Tapa de corcho.
- ☞ Colorante orgánico

SALES				
MATERIAL	PRESENTACIÒN	COSTO	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
SAL MARINA	1 KG	\$ 5.00	10	\$ 0.50
VITAMINA E	10ML	\$ 20.00	10	\$ 2.00
ESENCIA	10ML	\$ 70.00	10	\$ 7.00
COLORANTE	20ML	\$ 25.00	80	\$ 0.31
EMBASE	1	\$ 10.00	1	\$ 10.00
SERIGRAFÍA	1	\$ 1.00	1	\$ 1.00
SACATE	100MTRS	\$ 50.00	200	\$ 0.25
TOTAL				\$ 21.06

ACEITE HIDRATANTE				
MATERIAL	PRESENTACIÒN	COSTO	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
ACEITE	1LT	\$ 52.50	10	\$ 5.25
VITAMINA E	10ML	\$ 20.00	10	\$ 2.00
ESENCIA	10ML	\$ 70.00	10	\$ 7.00
COLORANTE	20ML	\$ 25.00	80	\$ 0.31
EMBASE	1	\$ 10.00	1	\$ 10.00
SERIGRAFÍA	1	\$ 1.00	1	\$ 1.00
SACATE	100MTRS	\$ 50.00	200	\$ 0.25
TOTAL				\$ 25.81

ACEITE ESENCIAL				
MATERIAL	PRESENTACIÒN	COSTO	RENDIMIENTO	COSTO UNITARIO
ESENCIA	10ML	\$ 70.00	2	\$ 35.00
EMBASE	1	\$ 3.00	1	\$ 3.00
SERIGRAFÍA	1	\$ 1.00	1	\$ 1.00
TOTAL				\$ 39.00

D. Servicio

SERVICIO	COSTO MENSUAL
TELÉFONO E INTERNET	\$ 1,500.00
LUZ	\$ 2,000.00
GASOLINA	\$ 1,000.00
Pag Web	\$ 20.83
TOTAL	\$ 4,520.83

Características:

Paquete de Telmex negocio sin límites \$1 500

Infinitum Negocio, acceso a Internet de banda ancha 1 Mb de velocidad. Transmisión hasta 384 Kbps. Módem inalámbrico¹ 2 Direcciones de correo con el nombre de su negocio.

Registro de dominio.com. Llamadas locales ilimitadas. Minutos de Larga Distancia Nacional ilimitados. Larga distancia a Norte, Centro, Sudamérica y resto del mundo² por sólo \$2.30 el minuto. Todos los Servicios Digitales que le permitirán optimizar su línea. Mensajes Telmex sin costo, reciba y envíe mensajes escritos por medio de un teléfono o una Terminal SMS.

E. Requerimiento de personal

Melixtli contará con 5 personas 1 un staff, para el buen funcionamiento, pues es una microempresa. Los 5 empleados y el staff tienen los siguientes puestos:

Mano de obra directa	Horario de trabajo	Horas/Minutos diarios efectivos
OBRERO	Lunes a viernes 8:00-15:00	6 ½ hrs/390minutos
GERENTE DE OPERACIONES	Lunes a viernes 8:00-15:00	6 ½ hrs/390minutos
TOTAL		13 hrs/780 minutos

Personal administrativo	Horario de trabajo	Horas efectivas mensuales
VENDEDOR	Lunes a viernes 8:00-15:00	6 ½ hrs/390minutos
GERENTE DE VENTAS	Lunes a viernes 8:00-15:00	6 ½ hrs/390minutos
DIRECTOR GENERAL	Lunes a viernes 8:00-15:00	6 ½ hrs/390minutos
TOTAL		19 ½ hrs/1120 minutos

Externo	Horario de trabajo
CONTADOR	SIN HORARIO

PUESTO	SUELDO MENSUAL
OBRERO	\$ 4,446.07
VENDEDOR	\$ 5,035.24
GTE VENTAS	\$ 9,788.55
GTE OPERACIONES	\$ 9,788.55
DIRECTOR GENERAL	\$ 12,168.24
CONTADOR	\$ 1,000.00
TOTAL	\$ 42,226.64

F. Equipo de reparto

Debido a que nuestro producto es pequeño y de fácil almacenamiento, en principio solo contaremos con una el equipo de reparto que será:

EQUIPO	COSTO	CARACTERÍSTICAS
VW Van 2009	\$ 120,000.00	4cilindros, inyección múltiple, transmisión manual, aire acondicionado.
TOTAL	\$ 120, 000.00	

G. Equipo de cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO	COSTO	MODELO
3 LAPTOP	\$ 45 000.00	Dell Vostro 1520 superior rosa
MULTIFUNCIONAL	\$ 3 900.00	HP Officejet J6480
MOUSE	\$ 450.00	Dell óptico alámbrico
TOTAL		19 ½ hrs/1120 minutos

H. Mobiliario y equipo de oficina

CANTIDAD	MATERIAL MOBILIARIO	PRESENTACIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO
1	Laboratorio completo		\$20,000.00	\$20,000.00
2	Recipiente cilíndrico de acero inoxidable	5 LTRS	\$200.00	\$400.00
2	Pipeta graduada	30ml	\$50.00	\$100.00
2	Agitador	20ML	\$25.00	\$50.00
1	Embudo		\$25.00	\$25.00
2	Cucharón de acero inoxidable		\$20.00	\$40.00
3	Centro de trabajo en L		\$2,499.00	\$7,497.00
2	Centro trabajo vidrio esmerilado		\$1,899.00	\$3,798.00
1	Teléfono	Inalámbrico duo	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
TOTAL				\$34,910.00

2.8. Medidas de seguridad

- ☒ Usa siempre lentes de seguridad y guardapolvo, de preferencia que sea de algodón, largo y con mangas largas.
- ☒ No uses faldas, shorts o zapatos abiertos. Las personas de cabello largo deberán sujetarlos mientras estén en el laboratorio.
- ☒ No trabajes solo, principalmente después del horario normal de trabajo.
- ☒ No fumes, comas o bebas en el laboratorio. Lávate bien las manos al entrar y al salir del lugar.
- ☒ Nunca pipetees líquidos con la boca. En este caso usa peras de plástico o trompas de vacío.
- ☒ Todos los materiales se mantendrán en los lugares establecidos para su almacenamiento, nunca los coloques donde les dé la luz natural directamente.
- ☒ Se tendrá que verificar que los insumos estén perfectamente cerrados
- ☒ El área de trabajo siempre se mantendrá libre de humedad
- ☒ En las mesas de trabajo solo se tendrá el material específico para preparar determinado producto y despejadas.
- ☒ No se podrá empezar un nuevo proceso sin terminar el anterior
- ☒ Todos los accesos y ventadas se mantendrán libres de inmoviliario, para evitar el bloqueo de los mismos.
- ☒ Todas las conexiones de energía se mantendrán libre de humedad
- ☒ Usa siempre lentes de seguridad y guardapolvo, de preferencia que sea de algodón, largo y con mangas largas.
- ☒ No uses faldas, shorts o zapatos abiertos. Las personas de cabello largo deberán sujetarlos mientras estén en el laboratorio.
- ☒ No trabajes solo, principalmente después del horario normal de trabajo.
- ☒ No fumes, comas o bebas en el laboratorio. Lávate bien las manos al entrar y al salir del lugar.
- ☒ Nunca pipetees líquidos con la boca. En este caso usa peras de plástico o trompas de vacío.
- ☒ Al usar material de vidrio, verifica su condición. Recuerda que el vidrio caliente puede tener la misma apariencia que la del vidrio frío. Cualquier material de vidrio que esté astillado debe ser rechazado.
- ☒ Los vidrios rotos deben ser descartados en un recipiente apropiado.
- ☒ Antes de insertar tubos de vidrio (termómetro, etc.) en tapas de goma o de corcho, lubrícalos.
- ☒ Al intentar percibir un aroma nunca coloques el producto o el frasco directamente en la nariz.
- ☒ Cuando estes manipulando frascos o tubos de ensayo, nunca dirija la abertura en tu dirección o en la dirección de otras personas.
- ☒ Localiza los **extintores de incendio** y verificar a que tipo pertenecen y que tipo de fuego pueden apagar.
- ☒ Localiza las **salidas de emergencia**.
- ☒ Localiza la **caja de primeros auxilios** y verifica los tipos de medicamentos existentes y su utilidad.
- ☒ Localizar la **ducha** y verificar si está funcionando correctamente.
- ☒ Informarse sobre los **teléfonos** a ser usados en casos **de emergencia** (hospitales, ambulancia, bomberos, etc.)

2.9. Conclusiones Estudio Técnico

- ☒ La localización de la planta tiene distintas áreas de acceso y al ser una colonia popular las rentas son más bajas.
- ☒ La distribución de la planta, ésta diseñada para aumentar la producción en el momento que el mercado lo pida.
- ☒ La producción nos permite llegar a nuestro punto de equilibrio
- ☒ Los requerimientos de personal nos permitirá trabajar con holgura y cubrir las necesidades básicas de la empresa.
- ☒ Las materias primas, cuentan con las características necesarias para brindar un producto de calidad a nuestros clientes.
- ☒ Se cuenta con mobiliario y equipo de oficina y de producción necesario para brindar una buena atención a nuestros clientes, tanto internos como externos.
- ☒ Contar con medidas de seguridad nos ayuda a evitar accidentes.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Nos ayuda a establecer las reglas de la empresa, el marco legal bajo el cual se establecerá la empresa.

La descripción del negocio, su nombre, naturaleza, misión, visión y valores que crearán su filosofía. Las funciones y puestos que son necesarios.

3.1. Descripción del negocio

Melixtli, se dedicará a la producción y venta tanto al menudeo como mayoreo de aceites hidratantes y para masajes, y sales de baño elaborados con aceites esenciales orgánicos. Así mismo se dedicará a la comercialización de aceites esenciales orgánicos.

3.2. Denominación de la empresa

La empresa se constituirá como una sociedad anónima de capital variable y su nombre será Melixtli SA de CV. El nombre de Melixtli viene de la combinación de 2 palabras de la lengua náhuatl, perfume y luna. METZTLI=LUNA y AHUALIZTLI=PERFUME o BUEN OLOR, el nombre comercial, será Melixtli.

3.3. Naturaleza del negocio

Melixtli pertenece al sector industrial, pues transformará las sales y aceites minerales en productos de aromaterapia para el cuidado personal. Naturaleza:

3.4. Misión

Ofrecer productos de calidad orgánicos 100% mexicanos que ayuden al cuidado físico y anímico. Además de formar fuertes cadenas productivas con microempresarios mexicanos.

3.5. Visión

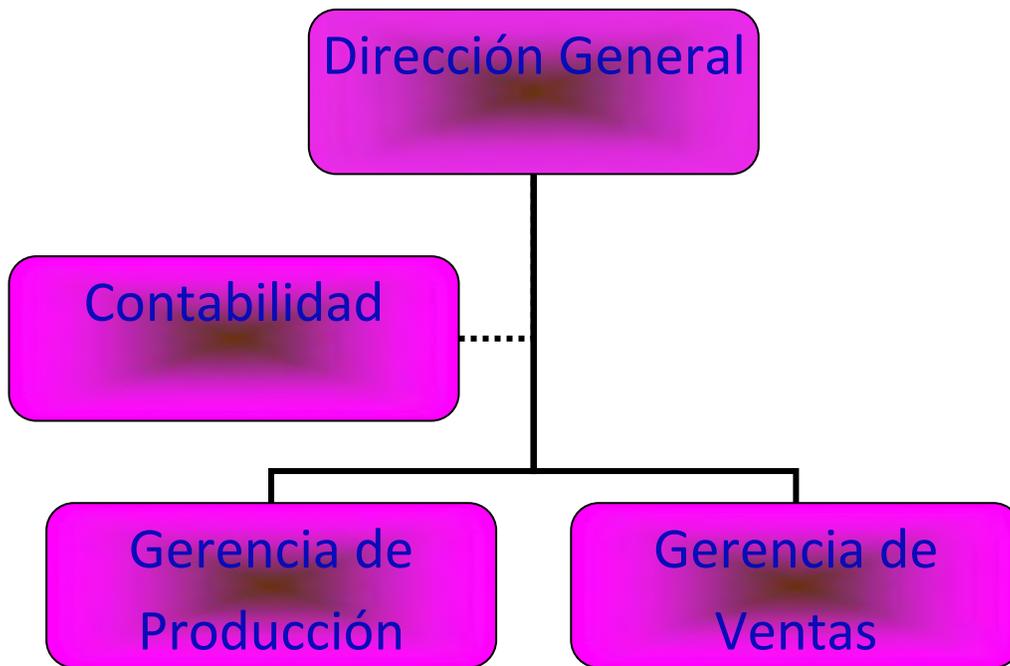
Ser una empresa líder en el mercado holístico a nivel nacional.

3.6. Valores

- ☒ Bienestar: Buscamos proveer a las personas de una solución al estrés, fatigas físicas y mentales, etc, a través de un producto natural.
- ☒ Armonía: Creamos un ambiente armónico en nuestro trabajo y lo transmitimos a nuestros clientes brindándoles un producto que les ayuda a encontrarse en equilibrio.
- ☒ Sustentabilidad: al producir productos orgánicos mantenemos la sustentabilidad de nuestro planeta y de la empresa.
- ☒ Cooperatividad: Mediante la creación de cadenas productivas con microempresarios mexicanos, en especial de comunidades rurales.
- ☒ Justicia: al tener un intercambio comercial justo tanto con los proveedores como con nuestros clientes.

3.7. Organigrama

Debido a que se trata de una microempresa se utilizará un organigrama general, pues la misma estructura nos muestra el tamaño de la empresa, como se interrelacionan las unidades, etc.



3.8. Descripción de opuestos

Las descripciones de puestos nos brindan una explicación de las funciones, responsabilidades, condiciones de trabajo, etc, de un puesto en específico.

Melixtli S.A.		DESCRIPCION DE PUESTO
PERFUME DE LUNA		
Título del puesto		Director General
Área		Dirección
Departamento al que reporta		Asamblea de accionistas
No. De plaza		1
Horario		08:00 – 15:00
Puestos que le reportan		Gerencia de Producción y Gerencia de Ventas
Ubicación en organigrama		<pre> graph TD DG[Dirección General] C[Contabilidad] GP[Gerencia de Producción] GV[Gerencia de Ventas] DG --- C DG --- GP DG --- GV </pre>
Objetivo		Lograr el buen funcionamiento, crecimiento y desarrollo de la empresa.
Funciones		<ul style="list-style-type: none"> ✘ Establecer políticas que permitan el buen funcionamiento de la empresa ✘ Crear estrategias de ampliación de la empresa ✘ Administrar los recursos financieros de la empresa ✘ Crear pronósticos financieros
Relaciones internas		Con el resto de los empleados
Relaciones externas		<ul style="list-style-type: none"> ✘ Clientes estratégicos de la empresa ✘ Asamblea de accionistas ✘ Ejecutivos de cuenta
Perfil del Puesto	Edad	24-50
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Idioma	Ingles mínimo 70%
	Estudios	Licenciatura como mínimo. Lic en administración
	Habilidades	Manejo de PC, paquetería, Outlook
	Experiencia	Mínima 2 años en puesto gerencial
	Actitudes y aptitudes	Liderazgo, proactivo, negociación, trabajo en equipo, manejo de grupos, Pensamiento analítico, Orientación a resultados, implementación de estrategias, visionario, administración de recursos financieros
Analista		Fecha de análisis

Melixtli S.A. PERFUME DE LUNA		DESCRIPCION DE PUESTO
Título del puesto	Gerente de producción	
Área	Gerencia de producción	
Departamento al que reporta	Dirección	
No. De plaza	1	
Horario	08:00 – 15:00	
Puestos que le reportan	Obrero	
Ubicación en organigrama	<pre> graph TD DG[Dirección General] --- C[Contabilidad] DG --- GP[Gerencia de Producción] DG --- GV[Gerencia de Ventas] GP --- GV </pre>	
Objetivo	Lograr la excelencia en el funcionamiento en el área de producción.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Lograr la excelencia en la calidad de los productos. ☒ Idear nuevos diseños o productos. ☒ Lograr el buen funcionamiento del área de producción. ☒ Coordinar y capacitar al personal en su área. ☒ Buscar los mejores proveedores ☒ Cotizar y adquirir los insumos necesarios para la producción. 	
Relaciones internas	<p>Con el director general reportando las unidades producidas, las estrategias de producción.</p> <p>Con los obreros coordinando, capacitándolos y orientándolos.</p> <p>Con el gerente de ventas para coordinar las unidades producidas con las ventas.</p>	
Relaciones externas	Con proveedores	
Perfil del Puesto	Edad	23-50
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Idioma	Ingles mínimo 70%
	Estudios	Licenciatura como mínimo 80%. Ingeniería industrial, diseño industrial, ingeniería mecánica e ingeniería mecatrónica.
	Habilidades	Manejo de PC, paquetería, Outlook
Experiencia	1 año en producción como supervisor como mínimo	
Actitudes y aptitudes	Iniciativa, orientado a objetivos, trabajo bajo presión, trabajo en equipo, excelentes relaciones interpersonales, con visión y actitud positiva, manejo de personal.	
Analista	Fecha de análisis	

Melixtli S.A. PERFUME DE LUNA		DESCRIPCION DE PUESTO
Título del puesto		Obrero
Área		Gerencia de producción
Departamento al que reporta		Gerente de producción
No. De plaza		1
Horario		08:00 – 15:00
Puestos que le reportan		Ninguno
Ubicación en organigrama		<pre> graph TD DG[Dirección General] -.- C[Contabilidad] DG --- GP[Gerencia de Producción] DG --- GV[Gerencia de Ventas] </pre>
Objetivo		Lograr la excelencia en la creación de los productos.
Funciones		<ul style="list-style-type: none"> ✘ Lograr la excelencia en la calidad de los productos. ✘ Lograr el incremento en la producción.
Relaciones internas		Con el director general reportando las unidades producidas, las estrategias de producción.
Relaciones externas		Ninguna
Perfil del Puesto	Edad	18-45
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Idioma	Ninguno
	Estudios	Secundaria terminada mínimo
	Habilidades	Trabajo en equipo
	Experiencia	ninguna
	Actitudes y aptitudes	Iniciativa, orientado a objetivos, trabajo bajo presión, trabajo en equipo, excelentes relaciones interpersonales, y actitud positiva.
Analista		Fecha de análisis

Melixtli S.A. PERFUME DE LUNA		DESCRIPCION DE PUESTO
Título del puesto	Gerente de ventas	
Área	Gerencia de ventas	
Departamento al que reporta	Dirección	
No. De plaza	1	
Horario	08:00 – 15:00	
Puestos que le reportan	Vendedor	
Ubicación en organigrama	<pre> graph TD DG[Dirección General] --- GV[Gerencia de Ventas] DG --- GP[Gerencia de Producción] GV --- GP GV --- GV2[Gerencia de Ventas] GV2 --- GP </pre>	
Objetivo	Lograr el incremento constante en las ventas y consolidar las relaciones con los clientes.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Establecer las metas de ventas conforme a las necesidades de la empresa. ✘ Crear estrategias de venta. ✘ Lograr relaciones sólidas con los clientes de la empresa, de tal manera que cada cliente nuevo se vuelva un cliente cautivo. ✘ Coordinar y capacitar al personal en su área. ✘ Lograr que se logren las metas establecidas. ✘ Incrementar las ventas de manera constante. 	
Relaciones internas	<p>Con el director general reportando las unidades vendidas, las estrategias de ventas.</p> <p>Con los vendedores coordinando, capacitándolos y orientándolos para lograr el cumplimiento de las metas.</p> <p>Con el gerente de producción para coordinar las unidades producidas con las ventas.</p>	
Relaciones externas	Con clientes	
Perfil del Puesto	Edad	23-60
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Idioma	Ingles mínimo 70%
	Estudios	Licenciatura como mínimo 80%. En Administración, relaciones comerciales, Relaciones públicas, Mercadotecnia
	Habilidades	Manejo de PC, paquetería, Outlook
	Experiencia	1 años en ventas industriales como supervisor mínimo
	Actitudes y aptitudes	Iniciativa, orientado a objetivos, trabajo bajo presión, trabajo en equipo, excelentes relaciones interpersonales, con visión y actitud positiva.
Analista	Fecha de análisis	

Melixtli S.A. PERFUME DE LUNA		DESCRICION DE PUESTO
Título del puesto	Vendedor	
Área	Gerencia de ventas	
Departamento al que reporta	Gerente de ventas	
No. De plaza	1	
Horario	08:00 – 15:00	
Puestos que le reportan	Ninguno	
Ubicación en organigrama	<pre> graph TD DG[Dirección General] --- C[Contabilidad] DG --- GP[Gerencia de Producción] DG --- GV[Gerencia de Ventas] </pre>	
Objetivo	Lograr y superar las metas de ventas establecidas y lograr relaciones sólidas con los clientes.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Lograr las metas establecidas por la empresa. ✘ Incrementar las ventas de manera constante. ✘ Lograr relaciones sólidas con los clientes de la empresa, de tal manera que cada cliente nuevo se vuelva un cliente cautivo. 	
Relaciones internas	Con el gerente de ventas entregando sus reportes de ventas	
Relaciones externas	Con clientes, consolidando relaciones comerciales	
Perfil del Puesto	Edad	18-35
	Sexo	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Idioma	Ingles mínimo 40%
	Estudios	Preparatoria terminada, licenciatura trunca o estudiante del 8º semestre como máximo. En Administración, relaciones comerciales, Relaciones públicas, Mercadotecnia
	Habilidades	Manejo de PC, paquetería, Outlook
	Experiencia	No necesaria
Actitudes y aptitudes	Iniciativa, orientado a objetivos, trabajo bajo presión, trabajo en equipo, excelentes relaciones interpersonales, con visión y actitud positiva, facilidad de palabra, bueno en las negociaciones, alto nivel de resistencia a la frustración.	
Analista	Fecha de análisis	

3.9. Cálculo de nómina

NOMBRE	Sueldo Mensual	Sueldo Diario	PAGO TOTAL POR EMPLEADO
OBRERO	3500	116.67	4446.07
VENDEDOR	4000	133.33	5035.24
GERENTE DE VENTAS	5000	166.67	6219.01
GERENTE DE OPERACIONES	5000	166.67	6219.01
DIRECTOR GENERAL	6000	200.00	7408.86
TOTAL	23500	783.34	29328.19

3.10. Reglamento interno de trabajo

- ✿ El horario de las oficinas será de 8:00 a 17:00, cada puesto tiene su horario en específico.
- ✿ Máximo se podrán trabajar 7 horas.
- ✿ No se tendrán horas extras.
- ✿ La hora de entrada es a la 8:00 am.
- ✿ Se contará con 3 min de tolerancia.
- ✿ Se tendrán 30 min para comer y el horario será de 12:00 A 12:30 (no se podrá cambiar el horario, quien no coma en estas horas no lo podrá hacer ni posterior ni anticipadamente).
- ✿ Se tendrán 15 días de vacaciones después de haber cumplido el 1º año laborando.
- ✿ No se podrán tomar más de 5 días seguidos de vacaciones, así que como mínimo se presentarán 3 periodos vacacionales
- ✿ Se contarán con 30 días de aguinaldo.
- ✿ *Los días de descanso obligatorio serán (o en los días que la ley indique)*
 - *1º de enero*
 - *5 de febrero*
 - *21 de marzo*
 - *Jueves y viernes santo*
 - *1 de mayo*
 - *10 de mayo*
 - *16 de septiembre*
 - *20 de noviembre*
 - *1 de diciembre*
 - *24 de diciembre*
 - *25 de diciembre*
 - *31 de diciembre*
- ✿ *No se permite realizar llamadas personales a celular.*
- ✿ *No se permite usar los útiles y herramientas para objeto distinto de aquél a que están destinados.*
- ✿ *No se permite la entrada al personal en estado de ebriedad o bajo la influencia de algún narcótico o enervante.*
- ✿ *No se permitirá realizar actos inmorales dentro del establecimiento.*

- ✖ *Se prohíbe suspender las labores sin autorización.*
- ✖ *No se permite faltar al trabajo sin causa justificada o sin permiso del jefe inmediato superior.*
- ✖ *En caso de falta por enfermedad el certificado medico debe presentarse antes de 3 días hábiles posteriores a la falta.*
- ✖ *Se prohíbe hacer cualquier propaganda en los horarios de trabajo.*
- ✖ *Se prohíbe sustraer del establecimiento útiles de trabajo o maquinaria del mismo.*
- ✖ *Toda actividad relacionada con el puesto fuera de las instalaciones deberá ser reportada al jefe inmediato.*
- ✖ *Deberán presentarse los comprobantes por concepto de viáticos al final de cada semana.*
- ✖ *No se podrán realizar llamadas personales desde las líneas de la empresa.*
- ✖ *El equipo de cómputo, la papelería y todo el material de trabajo solo se utilizará para cumplir los objetivos de la misma*
- ✖ *Cada miembro de la organización tiene la obligación de mantener limpias y en buen estado las instalaciones de la empresa. La tolerancia en la hora de entrada será de 10 minutos, salvo causa justificada.*
- ✖ *Se realizarán periódicamente reuniones de convivencia para la interacción e integración del personal.*
- ✖ *Cada mes se llevará acabo una junta de retroalimentación, a la cual debe asistir sin falta todo el personal.*
- ✖ *Cualquier duda acerca del funcionamiento de alguna gerencia se consultar los manuales de dicha gerencia y en caso de tener alguna duda, se consultará con el gerente del mismo.*

3.11. Trámites a realizar para establecer una empresa en el D. F.

LISTADO DE TRÁMITES ANTE EL GOBIERNO FEDERAL PARA ABRIR UN NEGOCIO

Vo, TRAMITE	COSTO
Constitución de sociedades ante la S. R. E.	\$575.00
Aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades o cambio de denominación o razón social	\$210.00
Registro Público de la Propiedad y el Comercio	\$845.25*
Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes	Gratuito
Certificación de la zonificación para uso específico	\$598.70
Licencia de uso de suelo	\$1988.20
Visto bueno de seguridad y operación	Gratuito
Declaración de apertura	Gratuito
Dictamen técnico para la fijación, instalación, distribución, ubicación, modificación, o colocación de anuncios	Gratuito
Licencia de anuncio	Costo variable**
Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT	Gratuito
Constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento	Gratuito
Registro de fuentes fijas y de descarga de aguas residuales	Gratuito
Programa interno de Protección civil	Gratuito
Acta de integración a la Comisión de Seguridad e Higiene en los Centros de Trabajo	Gratuito
Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento	Gratuito
Inscripción en el patrón de Impuesto sobre Nominas	Gratuito
Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano	\$640.00***
TOTAL APROXIMADO	\$4,857.15

*Variable de acuerdo al monto para la inscripción \$845.25 mínimo / \$8,472.50 máximo.

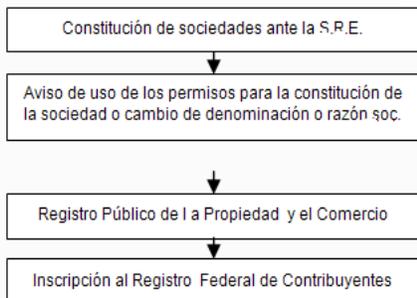
**Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables.

***Comercio Pequeño Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Comercio al por Mayor y Servicios Hasta 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Industrial Hasta 2 empleados \$150.00, 3 a 5 \$350.00, 6 o más \$670.00 pesos.

Fuente de información: <http://www.pyme.gob.mx/>

DIAGRAMA DE TRÁMITES PARA INICIAR Y OPERAR UN NEGOCIO

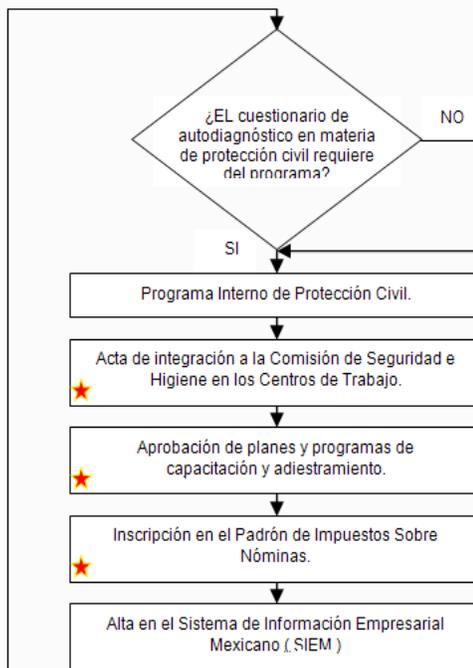
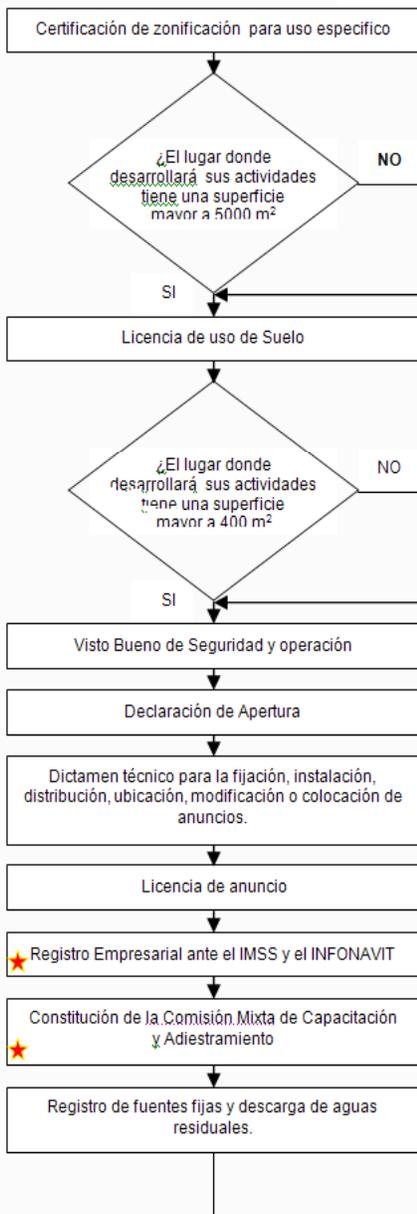
CONSTITUCION



**Trámites obligatorios para constituir o iniciar un negocio en :
Cuahutemoc, Distrito Federal.**

De: Servicios en Asesoría en Administración y Organización de Empresas.

INICIO Y OPERACIÓN



★ Trámite aplicable solo tiene cuando menos un empleado.

NOTA: Esta guía es indicativa y esta sujeta cambios por las autoridades componentes, con los trámites federales están validados por la Comisión Federal y Mejora Regulatoria.

3.12. Fundamentos de la constitución de la empresa

Los fundadores de la empresa Melixtli, con base a un detallado análisis de las ventajas que ofrece el constituir una empresa de acuerdo a las modalidades que señala la Ley General de Sociedades Mercantiles (Capítulo I Artículo 1º), y de acuerdo con las necesidades de la organización, determinaron constituirse como Sociedad Anónima de Capital Variable, de acuerdo con lo previsto a la legislación correspondiente (LGSM Cáp. V Art. 87 al 206).

MOTIVOS.

Entre las múltiples ventajas que los miembros de Melixtli percibieron para tomar como principal opción el constituirse como Sociedad Anónima se encuentran:

- ✿ La responsabilidad de los socios está limitada a las aportaciones: es decir, cada socio tiene la seguridad de que en caso de cierre de la empresa, estos sólo contribuirán a solventar los gastos, cuya proporción del monto total del déficit, en caso de haberlo, será proporcional al monto de sus acciones.
- ✿ Se pueden transmitir las acciones mediante su venta: esta ventaja es significativa, ya que cada socio, en la medida de sus posibilidades, tiene la oportunidad de adquirir un mayor número de acciones para así tener un mayor control y peso en las decisiones administrativas de la organización; por el contrario, si algún miembro considera necesaria su salida de la asamblea de accionistas, este tiene la oportunidad de ceder sus acciones a la persona que a su juicio, considere pertinente, perteneciente o no a la empresa.
- ✿ Ya que se exige un capital mínimo para su constitución, Melixtli no contará con financiamiento, sino que las aportaciones las realizarán los socios.

3.13. Conclusiones Estudio Administrativo

- ☒ Melixtli tiene bases administrativas sólidas, comenzando desde sus valores. El mismo origen de la empresa, su misión y su visión.**

- ☒ El personal es el valor más importante de la empresa, es por ello que se le brindan prestaciones superiores a las de la ley.**

- ☒ Cada puesto tiene una descripción que hace claras las funciones que cada miembro de la empresa debe realizar.**

- ☒ El reglamento de trabajo nos hace tener clara las normas de la empresa, y así se evite caer en una falta.**

- ☒ Para poder establecer la empresa se tiene el listado de trámites necesarios para poder funcionar.**

ESTUDIO FINANCIERO

3.4 ESTUDIO FINANCIERO

Hoy en día el mundo entero vive una crisis económica originada por los problemas de liquidez en el país más importante, Estados Unidos de América.

Aunque a principios del año 2008, los economistas mexicanos comentaban que el problema hipotecario en EUA no afectaría la economía nacional, hoy en día sabemos que esto ha afectado no solo a México, sino a todo el mundo.

Es importante mencionar esto, pues en medio de una crisis económica mundial, con cambio de presidente del país más poderoso y en medio de un sexenio del presidente autodenominado, presidente del empleo en México, las expectativas de un buen resultado de una inversión productiva se ven sumamente disminuidas. Sin embargo creo que es en éstos momentos donde hay que apoyarnos creando empleos, pues lo que se ha venido desencadenando con los cierres de empresas es el desempleo, con esto menos consumo y por tanto menos producción, que vuelve a convertirse en más desempleo, un círculo que nunca acaba.

3.4.1 Investigación necesaria

La inversión necesaria, es el capital total que necesitamos para poner en marcha nuestro proyecto.

TOTAL INVERSION NECESARIA	\$513,993.69
----------------------------------	---------------------

Ésta inversión está determinada por activo fijo, diferido y capital de trabajo

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO				
UNIDADES	EQUIPO	PRECIO UNITARIO	5%FLETES Y SEGUROS	COSTO TOTAL PUESTO EN PLANTA
1	VW Van 2009	\$120,000.00	\$6,000.00	\$126,000.00
3	3 LAPTOP	\$15,000.00	\$750.00	\$47,250.00
1	MULTIFUNCIONAL	\$3,900.00	\$195.00	\$4,095.00
3	MOUSE	\$150.00		\$450.00
1	Laboratorio completo	\$20,000.00	\$1,000.00	\$21,000.00
2	Recipiente cilíndrico de acero inoxidable	\$200.00		\$400.00
2	Pipeta graduada	\$50.00		\$100.00
2	Agitador	\$25.00		\$50.00
1	Embudo	\$25.00		\$25.00
2	Cucharón de acero inoxidable	\$20.00		\$40.00
3	Centro de trabajo en L	\$2,499.00		\$7,497.00
2	Centro trabajo vidrio esmerilado	\$1,899.00	\$94.95	\$3,987.90
1	Teléfono	\$3,000.00		\$3,000.00
TOTAL			\$8,039.95	\$213,894.90

INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO		
CONCEPTO	Calculo	Costo
Gatos de Instalación y organización	10.00%	\$21,389.49
Rentas pagadas por anticipado		\$10,000.00
TOTAL		\$31,389.49

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	BASE DEL CALCULO	COSTO TOTAL
Caja y Bancos (valores o inversiones)	\$48,484.65	\$96,969.30
Inventarios	\$ 85,870.00	\$171,740.00
TOTAL		\$268,709.30

A. Valor de salvamento de la inversión

El valor en el cual podemos vender el activo fijo, después de haberlo utilizado.

CONCEPTO	VALOR	%	1	2	3	VALOR DE SALVAMIENTO
VW Van 2009	\$126,000.00	10	\$12,600.00	\$12,600.00	\$12,600.00	\$88,200.00
3 LAPTOP	\$47,250.00	30	\$14,175.00	\$14,175.00	\$14,175.00	\$4,725.00
MULTIFUNCIONAL	\$4,095.00	10	\$409.50	\$409.50	\$409.50	\$2,866.50
MOUSE	\$450.00	10	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$315.00
Laboratorio completo	\$21,000.00	10	\$2,100.00	\$2,100.00	\$2,100.00	\$14,700.00
Recipiente cilíndrico de acero inoxidable	\$400.00	10	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$280.00
Pipeta graduada	\$100.00	10	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$70.00
Agitador	\$50.00	10	\$5.00	\$5.00	\$5.00	\$35.00
Embudo	\$25.00	10	\$2.50	\$2.50	\$2.50	\$17.50
Cucharón de acero inoxidable	\$40.00	10	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$28.00
Centro de trabajo en L	\$7,497.00	10	\$749.70	\$749.70	\$749.70	\$5,247.90
Centro trab. vidrio esmerilado	\$3,987.90	10	\$749.70	\$749.70	\$749.70	\$1,738.80
Teléfono	\$3,000.00	10	\$ 749.70	\$ 749.70	\$ 749.70	\$ 750.90
	\$213,894.90		\$31,641.10	\$ 31,642.10	\$31,643.10	\$ 118,974.60

B. Vida útil del proyecto

Es el tiempo en el cual es proyecto sigue siendo rentable. Por los movimientos tan constantes y rápidos del mercado, se ha determinado que la vida útil de éste proyecto sea de **10 años**.

3.4.2 Costos y gastos

Los costos y gastos son los egresos que se realizan para poder producir y nos ayudan a determinar nuestro punto de equilibrio.

A. Costo variables del producto

SALES		
LISTA DE MATERIAL PRIMA	CANTIDAD	PRECIO
SAL MARINA	100 gr	\$0.50
VITAMINA E	1ml	\$2.00
ESENCIA	1ml	\$7.00
COLORANTE	.25ml	\$0.31
EMBASE	1	\$10.00
SERIGRAFÍA	1	\$1.00
SACATE	50cm	\$0.25
TOTAL		\$21.06
POR MES		\$21,060.00

ACEITE HIDRATANTE		
LISTA DE MATERIAL PRIMA (MES)	CANTIDAD	PRECIO
ACEITE	100 ml	\$5.25
VITAMINA E	1ml	\$2.00
ESENCIA	1ml	\$7.00
COLORANTE	.25ml	\$0.31
EMBASE	1	\$10.00
SERIGRAFÍA	1	\$1.00
SACATE	50cm	\$0.25
TOTAL		\$25.81
POR MES		\$ 25,810.00

ACEITE ESENCIAL		
LISTA DE MATERIAL PRIMA (MES)	CANTIDAD	PRECIO
ESENCIA	5ml	\$35.00
EMBASE	1	\$3.00
SERIGRAFÍA	1	\$1.00
TOTAL		\$39.00
POR MES		\$ 39,000.00

B. Gastos fijos

COSTOS FIJOS	
Sueldos y salarios	\$42,226.65
Gastos Ventas	\$1,020.83
Gastos Administrativos	\$6,258.00
Gastos Operaciones	\$600.00
	\$50,105.48

DESGLOSE

GASTOS FIJOS PRODUCCIÓN	
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$600.00

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Azúcar	2 kg	\$30.00
Café	1 frasco	\$40.00
Té	1 paquete	\$20.00
Agua de garrafón	4 garrafones	\$48.00
Servilletas	1 paquete de 500	\$20.00
Conos de papel	1 paquete de 100	\$10.00
Energía eléctrica		\$600.00
Teléfono e Internet		\$450.00
Aromatizante de ambiente	1 pieza	\$40.00
Renta		\$5,000.00
		\$6,258.00

GASTOS VENTAS	
Gasolina	\$1,000.00
Publicidad y medios	\$20.83
Teléfono e Internet	\$1,050.00
Energía eléctrica	\$600.00
	\$1,020.83

PUESTO	SUELDO
OBRERO	\$4,446.07
VENDEDOR	\$5,035.24
GTE VENTAS	\$9,788.55
GTE OPERACIONES	\$9,788.55
DIRECTOR GENERAL	\$12,168.24
CONTADOR	\$1,000.00
	\$42,226.65

3.4.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos permite visualizar el momento en que la empresa comienza a tener utilidades y deja de tener pérdidas.

Tiene gran

$$\text{punto de equilibrio} = \frac{\text{costo fijo}}{\text{precio venta unitario} - \text{costo variable unitario}}$$

$$\text{punto de equilibrio} = \frac{\$50,105.48}{\$76.67 - \$28.62} = \mathbf{1043}$$

☒ Sales

$$\text{punto de equilibrio} = \frac{\$50,105.48}{\$50.00 - \$21.06} = \mathbf{1731}$$

☒ Aceite Hidratante

$$\text{punto de equilibrio} = \frac{\$50,105.48}{\$80.00 - \$25.81} = \mathbf{925}$$

☒ Aceite Esencial

$$\text{punto de equilibrio} = \frac{\$50,105.48}{\$100.00 - \$39.00} = \mathbf{821}$$

3.4.4 Aprovechamiento de la capacidad instalada

Con base en los estudios de mercado y técnico, se estableció el aumento en la producción del 8 y 10%.

AÑO	demanda proyectada	
2010	37750	
2011	40770	INCREMENTO DEL 8%
2012	44847	INCREMENTO DEL 10%

AÑO	PRODUCCION ANUAL	PROD POR PRODUCTO	APROVECHAMIENTO DE LA CAPACIDAD
1	37750	12583	79%
2	40770	13590	85%
3	44847	14949	94%

3.4.5 Pronósticos de ventas



3.4.6 Presupuesto de Costos de Producción

Año 1

MATERIA PRIMA	CANTIDAD X PRODUCTO	COSTO	CONSUMO ANUAL	COSTO ANUAL
SALES				
SAL MARINA (GR)	100	\$0.50	1258333	\$6,292
VITAMINA E (ML)	1	\$2.00	12583	\$25,167
ESENCIA (ML)	1	\$7.00	12583	\$88,083
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.31	3146	\$3,901
EMBASE (PZA)	1	\$10.00	12583	\$125,833
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.00	12583	\$12,583
SACATE (MTR)	0.5	\$0.25	6292	\$3,146
ACEITE HIDRATANTE				
ACEITE (ML)	100	\$5.25	1258333	\$66,062.50
VITAMINA E (ML)	1	\$2.00	12583	\$25,166.67
ESENCIA (ML)	1	\$7.00	12583	\$88,083.33
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.31	3146	\$3,900.83
EMBASE (PZA)	1	\$10.00	12583	\$125,833.33
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.00	12583	\$12,583.33
SACATE (MTR)	0.5	\$0.25	6292	\$3,145.83
ACEITE ESENCIAL				
ESENCIA (ML)	5	\$35.00	62917	\$440,416.67
EMBASE (PZA)	1	\$3.00	12583	\$37,750.00
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.00	12583	\$12,583.33
		\$64.81		\$1,080,530.83
<hr/>				
Costos Fijos	COSTO	COSTO ANUAL		
Energía Eléctrica	\$600.00	\$ 7,200.00		
<hr/>				
MANO DE OBRA DIRECTA	PLAZAS	COSTO	SUELDO ANUAL	
Obrero	1	\$4,446.07	53352.84	
Gerente de Producción	1	\$9,788.55	117462.6	
			\$ 170,815.44	
<hr/>				
TOTAL PRESUPUESTADO		\$1,258,546.27		

Año 2

MATERIA PRIMA	CANTIDAD X PRODUCTO	COSTO	CONSUMO ANUAL	COSTO ANUAL
SALES				
SAL MARINA (GR)	100	\$0.53	1359000	\$7,135
VITAMINA E (ML)	1	\$2.10	13590	\$28,539
ESENCIA (ML)	1	\$7.35	13590	\$99,887
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.33	3398	\$4,424
EMBASE (PZA)	1	\$10.50	13590	\$142,695
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.05	13590	\$14,270
SACATE (MTR)	0.5	\$0.26	6795	\$3,567
ACEITE HIDRATANTE				
ACEITE (ML)	100	\$5.51	1359000	\$74,914.88
VITAMINA E (ML)	1	\$2.10	13590	\$28,539.00
ESENCIA (ML)	1	\$7.35	13590	\$99,886.50
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.33	3398	\$4,423.55
EMBASE (PZA)	1	\$10.50	13590	\$142,695.00
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.05	13590	\$14,269.50
SACATE (MTR)	0.5	\$0.26	6795	\$3,567.38
ACEITE ESENCIAL				
ESENCIA (ML)	5	\$36.75	67950	\$499,432.50
EMBASE (PZA)	1	\$3.15	13590	\$42,808.50
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.05	13590	\$14,269.50
				\$68.05
				\$1,225,322

Costos Fijos	COSTO	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	\$630.00	\$ 7,560.00

MANO DE OBRA DIRECTA	PLAZAS	COSTO	SUELDO ANUAL
Obrero	1	\$4,668.37	56020.482
Gerente de Producción	1	\$10,277.98	123335.73
			\$ 179,356.21

TOTAL PRESUPUESTADO	\$1,412,238.18
----------------------------	-----------------------

Año 3

MATERIA PRIMA	CANTIDAD X PRODUCTO	COSTO	CONSUMO ANUAL	COSTO ANUAL
SALES				
SAL MARINA (GR)	100	\$0.55	1494900	\$8,241
VITAMINA E (ML)	1	\$2.21	14949	\$32,963
ESENCIA (ML)	1	\$7.72	14949	\$115,369
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.34	3737	\$5,109
EMBASE (PZA)	1	\$11.03	14949	\$164,813
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.10	14949	\$16,481
SACATE (MTR)	0.5	\$0.28	7475	\$4,120
ACEITE HIDRATANTE				
ACEITE (ML)	100	\$5.79	1494900	\$86,526.68
VITAMINA E (ML)	1	\$2.21	14949	\$32,962.55
ESENCIA (ML)	1	\$7.72	14949	\$115,368.91
COLORANTE (ML)	0.25	\$0.34	3737	\$5,109.19
EMBASE (PZA)	1	\$11.03	14949	\$164,812.73
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.10	14949	\$16,481.27
SACATE (MTR)	0.5	\$0.28	7475	\$4,120.32
ACEITE ESENCIAL				
ESENCIA (ML)	5	\$38.59	74745	\$576,844.54
EMBASE (PZA)	1	\$3.31	14949	\$49,443.82
SERIGRAFÍA (PZA)	1	\$1.10	14949	\$16,481.27
				\$68.05
				\$1,225,322

Costos Fijos	COSTO	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	\$661.50	\$ 7,938.00

MANO DE OBRA DIRECTA	PLAZAS	COSTO	SUELDO ANUAL
Obrero	1	\$4,901.79	58821.5061
Gerente de Producción	1	\$10,791.88	129502.5165
			\$ 188,324.02

TOTAL PRESUPUESTADO	\$1,611,508.89
----------------------------	-----------------------

3.4.7 Presupuestos de Gastos de Ventas

Año 1

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Gerente de Ventas	\$9,788.55	1	\$117,462.60
Vendedor	\$5,035.24	1	\$60,422.88
			\$177,885.48

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Gasolina	\$1,000.00	12000
Publicidad y Medios	\$20.83	249.96
Telefonía e Internet	\$1,050.00	12600
Energía Eléctrica	\$600.00	7200
		\$24,849.96
TOTAL PRESUPUESTADO		\$202,735.44

Año 2

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Gerente de Ventas	\$10,277.98	1	\$123,335.73
Vendedor	\$5,287.00	1	\$63,444.02
			\$186,779.75

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Gasolina	\$1,050.00	12600
Publicidad y Medios	\$21.87	262.458
Telefonía e Internet	\$1,102.50	13230
Energía Eléctrica	\$630.00	7560
		\$26,092.46
TOTAL PRESUPUESTADO		\$212,872.21

Año 3

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Gerente de Ventas	\$10,791.88	1	\$129,502.52
Vendedor	\$5,551.35	1	\$66,616.23
			\$196,118.74

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Gasolina	\$1,102.50	13230
Publicidad y Medios	\$22.97	275.5809
Telefonía e Internet	\$1,157.63	13891.5
Energía Eléctrica	\$661.50	7938
		\$27,397.08
TOTAL PRESUPUESTADO		\$223,515.82

3.4.8 Presupuestos de Gastos de Administración

Año 1

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Director general	\$12,168.24	1	\$146,018.88
GASTOS DE OFICINA			
	MESUAL	ANUAL	
Azúcar	\$30.00	360	
Café	\$40.00	480	
Té	\$20.00	240	
Agua de garrafón	\$48.00	576	
Servilletas	\$20.00	240	
Conos de papel	\$10.00	120	
Energía eléctrica	\$600.00	7200	
Aromatizante de ambiente	\$40.00	480	
Telefonía e Internet	\$450.00	5400	
Renta	\$5,000.00	60000	
			\$75,096.00
TOTAL PRESUPUESTADO			\$221,114.88

Año 2

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Director general	\$12,776.65	1	\$153,319.82
GASTOS DE OFICINA			
	MESUAL	ANUAL	
Azúcar	\$31.50	378	
Café	\$42.00	504	
Té	\$21.00	252	
Agua de garrafón	\$50.40	604.8	
Servilletas	\$21.00	252	
Conos de papel	\$10.50	126	
Energía eléctrica	\$630.00	7560	
Aromatizante de ambiente	\$42.00	504	
Telefonía e Internet	\$472.50	5670	
Renta	\$5,250.00	63000	
			\$78,850.80
TOTAL PRESUPUESTADO			\$232,170.62

Año 3

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	PLAZAS	SUELDO ANUAL TOTAL
Director general	\$13,415.48	1	\$160,985.82

GASTOS DE OFICINA	MESUAL	ANUAL
Azúcar	\$33.07	396.9
Café	\$44.10	529.2
Té	\$22.05	264.6
Agua de garrafón	\$52.92	635.04
Servilletas	\$22.05	264.6
Conos de papel	\$11.03	132.3
Energía eléctrica	\$661.50	7938
Aromatizante de ambiente	\$44.10	529.2
Telefonía e Internet	\$496.13	5953.5
Renta	\$5,512.50	66150
		\$82,793.34

TOTAL PRESUPUESTADO	\$243,779.16
----------------------------	---------------------

3.4.9 Costo Total de la Operación

COSTO TOTAL DE OPERACIÓN AÑO 1		
37750		
CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE
COSTO DE PRODUCCION	\$1,258,546.27	0.836515106
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	\$221,114.88	0.146967927
COSTO DE VENTAS	\$24,849.96	0.016516967
TOTAL	\$1,504,511.11	100

COSTO UNITARIO	\$39.85
-----------------------	----------------

3.4.10 Balance General

BALANCE GENRAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009			
ACTIVO CIRCULANTE		PAIVO CIRCULANTE	
caja y bancos	\$96,969.30	sueldos, deudores e impuestos	\$42,226.65
inventarios	\$171,740.00		
subtotal	\$268,709.30	PASIVO FIJO	
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO	\$42,226.65
equipo y mobiliario	\$213,894.90		
ACTIVO DIFERIDO			
Gatos de Instalación y organización	\$21,389.49		
Rentas pagadas por anticipado	\$10,000.00		
subtotal	\$31,389.49	CAPITAL SOCIAL	\$471,767.04
TOTAL	\$513,993.69	PASIVO +CAPITAL	\$513,993.69

3.4.11 Estados de Resultados Proforma

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA			
AÑO	2010	2011	2012
PRODUCCION	37750	40770	44847
+ INGRESO	\$2,894,166.67	\$3,125,700.00	\$3,438,270.00
- COSTO DE PRODUCCION	\$1,258,546.27	\$1,412,238.18	\$1,611,508.89
- COSTO DE ADMINISTRACION	\$221,114.88	\$232,170.62	\$243,779.16
- COSTO DE VENTAS	\$202,735.44	\$212,872.21	\$275.58
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$1,211,770.07	\$1,268,418.99	\$1,582,706.37
- IMPUESTOS	\$ 206,000.91	\$ 215,631.23	\$ 269,060.08
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$1,005,769.16	\$1,052,787.76	\$1,313,646.29
+ DEPRESIACION	\$749.70	\$749.70	\$749.70
FLUJO NETOS EFECTIVO	\$1,006,518.86	\$1,053,537.46	\$1,314,395.99

3.4.12 Evaluación de la Inversión a través del tiempo

A. Flujos Netos de Efectivo y Flujos Netos Descontados

Para poder evaluar el dinero a través del tiempo, es importante conocer nuestros Flujos Netos de Efectivo, y los Flujos Netos Descontados

Para realizar los FND se tomó como base la inflación en 5%

	FLUJOS NETOS DESCONTADOS =	$\frac{\text{FNE}}{(1+i)^n}$
	FND	FNE
año1	\$958,589	\$1,006,519
año2	\$955,590	\$1,053,537
año3	\$1,135,425	\$1,314,396

B. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

El premio al riesgo se tomará serán 10pb más la tasa de los bonos gubernamentales M3 que al día de hoy equivale a 6.18% anual

$$\begin{aligned} i &= \text{premio al riesgo} & \text{TMAR} &= i + f + i*f \\ f &= \text{inflación} \\ f &= 0.05 & \text{TMAR} &= 0.21989 \\ i &= 0.1618 \end{aligned}$$

Con base en éstos resultados, podemos decir, que mínimo debemos tener un rendimiento anual de 22% para cubrir con las necesidades de los inversionistas.

C. Valor Presente Neto VPN

Nos indica lo que valdría en estos momentos la inversión, con base en los Flujos de Efectivo e inflación que se tienen.

TMAR=	22%	=	0.21989			
VPN=	-	inversión inicial	+	$FNE_1/(1+TMAR)^1$	$+ FNE_2/(1+TMAR)^2$	$+ FNE_3/(1+TMAR)^3$
VPN=	-	\$513,993.69	+	$\frac{\$1,006,518.86}{1.21989}$	$\frac{\$1,053,537.46}{1.488131612}$	$\frac{\$1,314,395.99}{1.815356872}$
VPN=	-	\$513,993.69	+	825089.8531	707959.8677	724042.7536
VPN=	-	\$513,993.69	+	\$2,257,092.47		
VPN=		\$1,743,098.78				

Tomando en cuenta que la inflación se mantuviera en 5% en los próximos tres años, nuestras ganancias equivaldrían el día de hoy a **\$ 1, 743, 098.78**

D. Tasa Interna de Rendimiento

Es la tasa que nos indica cual es el rendimiento de nuestro proyecto, el Ingeniero Gabriel Baca Urbina la define como **“la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero”**¹⁸

$i = \text{TIR}$

inversión inicial	=	$FNE_1/(1+i)^1 +$	$FNE_2/(1+i)^2 +$	$FNE_3/(1+i)^3$
\$513,993.69	=	$\frac{\$1,006,518.86}{2.95}$	$\frac{\$1,053,537.46}{8.7025}$	$\frac{\$1,314,395.99}{25.672375}$
\$513,993.69	=	341192.8342	121061.4719	51198.84656
\$513,993.69	=	\$513,453.15		

Con esto podemos ver que la TIR es del 195%, razón suficiente para decir que realizar el proyecto será una buena inversión.

¹⁸ Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos 5ª Ed. Pag 224 Editorial Mc Graw Hill

E. Retorno de la Inversión Return On Investment ROI

Es un indicador del tiempo que tarda en recuperarse la inversión

Base FNE

AÑO	FNE ACUMULADO	FNE	POR RECUPERAR
0			\$513,993.69
1	\$1,006,518.86	\$1,006,518.86	-\$492,525.17
2	\$2,060,056.32	\$1,053,537.46	-\$1,546,062.63
3	\$2,367,933.45	\$1,314,395.99	-\$2,860,458.62

Si en un año se recuperan \$1,056,318.86, \$ 513,993.69 se recuperan en 0.51 años, lo que equivale a 186 días, que son 6 meses y 6 días.

Base FND

AÑO	FND ACUMULADO	FNE	POR RECUPERAR
0			\$513,993.69
1	\$958,589.39	\$958,589.39	-\$444,595.70
2	\$1,914,178.92	\$955,589.53	-\$1,400,185.23
3	\$3,049,603.60	\$1,135,424.67	-\$2,535,609.91

Si en un año se recuperan \$1,006,017.96, \$ 513,993.69 se recuperan en 0.53 años, lo que equivale a 6 meses y 17 días.

3.4.13 Evaluación de la inversión sin tomar en cuenta el tiempo

A. Liquidez

Prueba del ácido= (activo circulante-inventario)/ pasivo circulante

Prueba del ácido =	\$268,709.30	-\$171,740.00
	<hr/>	
	\$42,226.65	
	\$96,969.30	
	<hr/>	
	\$42,226.65	
	2.30	

La empresa tiene la capacidad de pagar 2.3 veces sus pasivos

B. Actividad

Rotación de activos totales= ventas anuales/activos totales

Rotación de activos totales=	<u>\$2,894,166.67</u>
	\$513,993.69
	5.63

Si se supusiera que las ventas pronosticadas fueran concretadas, nos indicaría que estaríamos en posibilidad de renovar el activo total casi 6 veces.

C. Rentabilidad

Tasa de rendimiento sobre el valor neto de la empresa= rendimiento/inversión de los accionistas

Tasa de rendimiento sobre el valor neto de la empresa=	<u>\$1,006,518.86</u>
	\$513,993.69
	1.96

Esto quiere decir, que los accionistas tienen una tasa de rendimiento del 196% sobre su inversión inicial.

3.4.14 Conclusiones Estudio Financiero

- ✿ La inversión inicial, a pesar de ser una suma grande, tiene un retorno muy rápido, pues de acuerdo a los pronósticos de ventas, en seis meses la inversión inicial será recuperada.
- ✿ Tiene gran liquidez y solvencia, y una de las principales ventajas es que no se busca un financiamiento, sino una aportación total de los inversionistas, pues en estos momentos de crisis contratar un financiamiento quizá sea más arriesgado.

4. RESUMEN EJECUTIVO

- ✿ El proyecto es viable de acuerdo al mercado, pues las empresas que se dedican a los productos de aromaterapia no cubren el mercado que los solicita, además de que los productos no son muy conocidos. Pues el estudio nos mostró, que aunque pequeña, una parte del mercado, nos muestra que no tiene conocimiento de los beneficios de la aromaterapia, o bien, de dónde comprar los productos.
- ✿ La ubicación de la planta en la colonia cuchilla del tesoro, en la delegación Gustavo A. Madero, nos permite tener contacto cercano con nuestros proveedores y nuestros clientes, además que la planta permite el ampliarla para que, cuando el mercado así lo requiera, aumente la capacidad productiva.
- ✿ Unas bases sólidas, siempre permiten el buen funcionamiento y convivencia de una empresa, sus valores, el como se constituirá y sus políticas, permiten que cada persona conozca las funciones que desempeñará. Para así poder llegar a cumplir la misión y visión de la empresa, constituida como sociedad anónima.
- ✿ La viabilidad y factibilidad del proyecto es claro y visible, pues el estudio financiero nos muestra el pronto retorno de la inversión inicial, cubriéndose en 6 meses, ofreciendo una tasa de rendimiento muy superior a la tasa gubernamental de bonos a 3 años.

IV. CONCLUSIONES

Este proyecto es resultado de una gran idea que ya a comenzado a dar pequeños frutos, es un sueño en el que un pequeño grupo de jóvenes ha creído y aunque no contamos con la infraestructura para realizarlo, esperamos la búsqueda de nuestros accionistas, para que poco a poco se vayan instalando cada una de las piezas que el presente estudio muestra.

Sin embargo, esto nunca podría haber sido posible sin el apoyo mis padres, hermanos y amigos que me acompañaron y guiaron en la construcción de ésta idea y qu además creyeron en ella.

Es el esfuerzo de todos estos años en la Facultad de Contaduría y Administración, de la máxima casa de estudios en México, la Universidad Nacional Autónoma de México.

Y fueron todos aquellos profesores que crearon en mí la idea de ser empleador y no empleado, de ser autosustentable. Y sobre todo el apoyo de mi asesor que me guío para que este proyecto saliera adelante y fuera real y se hiciera realidad.

Seguir con ésta idea y cerrar tratos será el camino, éste apenas es el inicio.

V. BIBLIOGRAFÍA

- ✿ PROYECTOS DE INVERSIÓN, línea académica José Antonio y Arturo Morales Castro. Ed. Gasca Sicco, México 2006.
- ✿ EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Gabriel Baca Urbina, 5ª ed. Editorial Mc Graw Hill, México 2008
- ✿ ADMINISTRACIÓN DE LA COMPENSACIÓN, Ricardo A. Varela 2006, Pearson Prentice Hall.
- ✿ MERCADOTECNIA 3ED Laura Fisher y Jorge Espejo Mc Graw Hill. 2004
- ✿ Sibley, Verónica. Soluciones de aromaterapia. Ed MARABOUT enero 2006
- ✿ PLANTAS AROMÁTICAS, Tratado de Aromaterapia Científica. Mónica Diana Romero Márquez 1ª ed. Editorial Kier. Buenos Aires, Arg. 2003
- ✿ **Scripta Nova REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES** Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788. Depósito Legal: B. 21.741-98 Vol. VI, núm. 119 (55), 1 de agosto de 2002
- ✿ El porvenir miércoles 20 de febrero de 2009, “Anticipan una fuerte caída del PIB”
- ✿ La jornada 22 de febrero 2009 “México entró en una etapa de plena recesión”
- ✿ Asociación Mexicana de Investigación y Práctica de Aromatología y Aromaterapia A.C
- ✿ <http://gaceta.impi.gob.mx/buscaCIPS/>
- ✿ mexicoantiguo.org
- ✿ www.brain-research.com
- ✿ http://www.alimentaria-mexico.com/files/ORGANICOS_ALIMEX2008.pdf
- ✿ INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000.
- ✿ Fuente: Niveles Socioeconómicos AMAI, actualización 2005.
- ✿ Vinculando.org. red de tianguis orgánicos
- ✿ Diccionario náhuatl
- ✿ Diccionario de la Real Academia Española, vigésima segunda edición

VI ANEXOS

ENCUESTA MELIXTLI

- 1- ¿En éste último mes te has sentido mal física o anímicamente?
 SI NO
- 2- ¿Cuántos fueron los días del último mes en los que te sentiste mal física o anímicamente?
 1 a 5 6 a 10 11 a 15 16 a 20 21 a 30
- 3- ¿Qué hiciste para solucionar tu malestar?
 Nada
 Tomé algún medicamento
 Tomé un descanso (caminar en el parque, leer un libro, escuchar música, etc)
 Tomé un té, infusión o remedio casero
 OTRA:
- 4- ¿Cuánto dinero gastaste en solucionar tu problema?
 0 \$1 - \$50 \$51 - \$100 \$100 - \$200
- 5- ¿Qué opinas de los productos orgánicos?
 Creo que son buenos
 Me son indiferentes
 No sé que es un producto orgánico
- 6- ¿Has consumido productos orgánicos?
 SI NO
- 7- ¿Qué opinas de las medicinas alternativas?
 No funcionan
 Son buenas pero no sustituyen a la medicina de patente
 Son buenas y en ocasiones sustituyen a la medicina de patente
- 8- ¿Alguna vez has usado aromaterapia?
 SI NO ¿Por qué? _____ Pasa a la pregunta 10
- 9- ¿Cuántas veces al mes compras productos de aromaterapia? (velas, incienso, esencias, etc)
 0 1 o 2 3 o 4 5 o mas
- 10- Si un producto 100% natural te brindara beneficios similares a los medicamentos de patente, sin tener efectos secundarios, ¿lo usarías?
 SI NO
- 11- ¿Qué vía de administración elegirías?
 ORAL CUTANEA RESPIRATORIA
- 12- Enumera los siguientes aromas de acuerdo a tu preferencia siendo 1 el que mas te agrade
 MADERAS CITRICOS FRUTALES FLORALES
- 13- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los siguientes productos orgánicos?
- | | | | | | | |
|-------------------|------------|--------------------------|-------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| Aceite esencial | \$50-\$100 | <input type="checkbox"/> | \$101-\$150 | <input type="checkbox"/> | | |
| Sales de baño | \$30-\$50 | <input type="checkbox"/> | \$51-\$70 | <input type="checkbox"/> | \$71-\$100 | <input type="checkbox"/> |
| Aceite hidratante | \$50-\$80 | <input type="checkbox"/> | \$81-\$100 | <input type="checkbox"/> | \$101-\$150 | <input type="checkbox"/> |

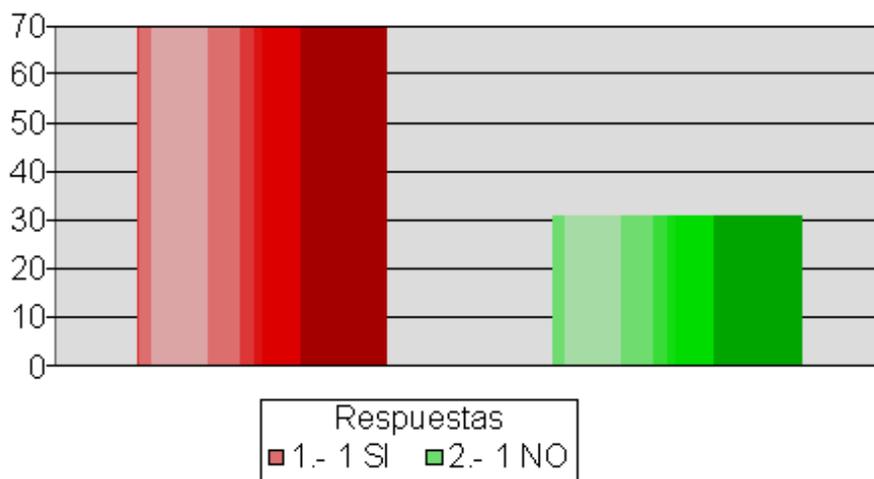
EDAD _____

SEXO _____

EN AGRADECIMIENTO A TU APOYO RECIBIRÁS UNA MUESTRA DE NUESTROS PRODUCTOS

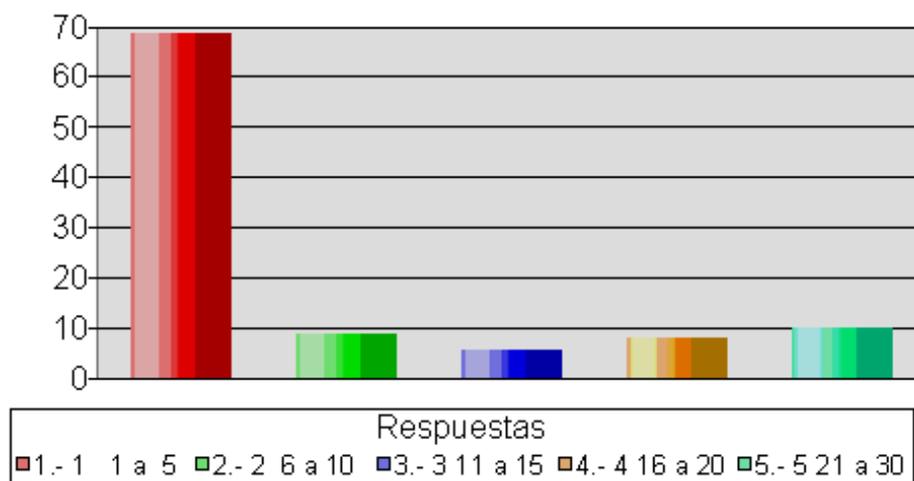
1. ¿En este último año te has sentido mal física o anímicamente?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 SI	101.00	69.18
2.- 1 NO	45.00	30.82
	0.00	0.00
Total	146.00	100.00



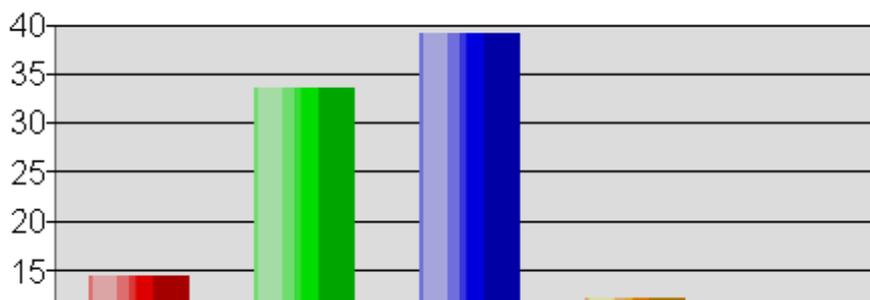
2. ¿Cuántos fueron los días del último mes en los que te sentiste mal física o anímicamente?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 a 5	78.00	68.42
2.- 6 a 10	10.00	8.77
3.- 11 a 15	6.00	5.26
4.- 16 a 20	9.00	7.89
5.- 21 a 30	11.00	9.65
Total	114.00	100.00



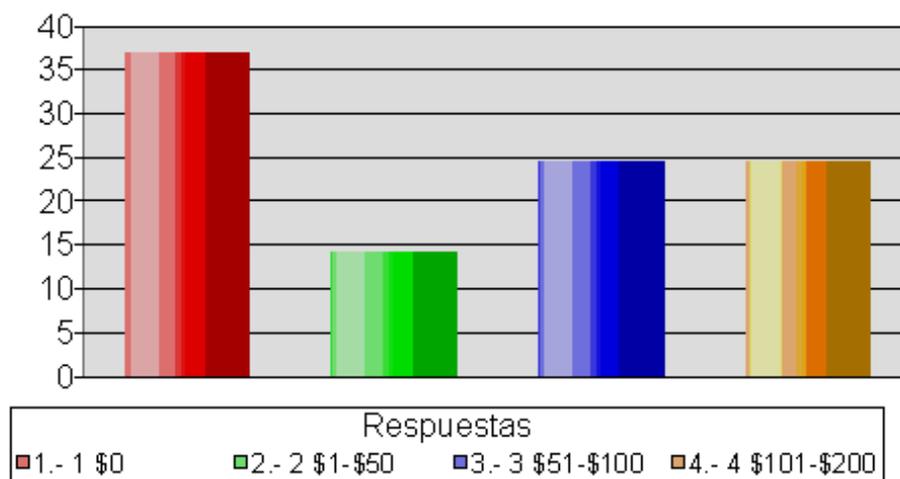
3. ¿Qué hiciste para solucionar tu problema?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 NADA	19.00	14.50
2.- 2 TOMÉ UN MEDICAMENTO	44.00	33.59
3.- 3 TOMÉ UN DESCANSO (caminar en el parque, leer un libro, escuchar música,	51.00	38.93
4.- 4 TOMÉ UNTÉ, INFUSIÓN O UN REMEDIO CASERO	16.00	12.21
5.- 5 OTRA:	1.00	0.76
	0.00	0.00
Total	131.00	100.00



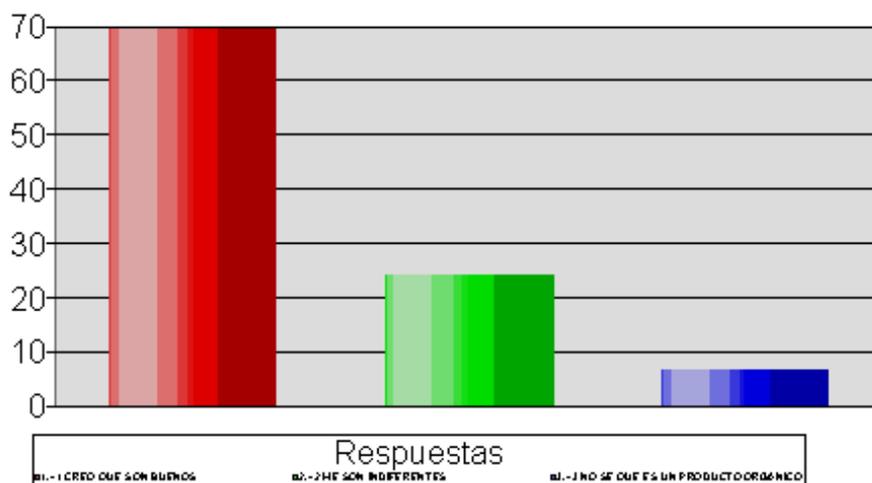
4. ¿Cuánto dinero gastaste en solucionar tu problema?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 \$0	42.00	36.84
2.- 2 \$1-\$50	16.00	14.04
3.- 3 \$51-\$100	28.00	24.56
4.- 4 \$101-\$200	28.00	24.56
Total	114.00	100.00



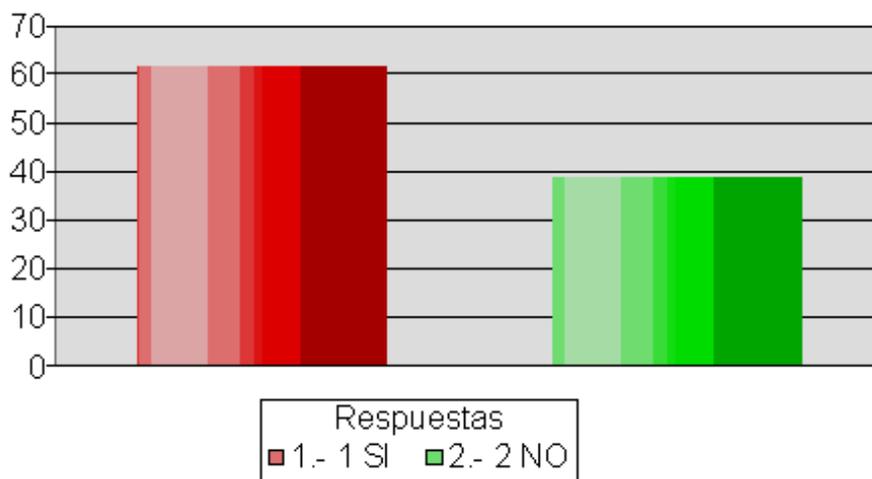
5. ¿Qué opinas de los productos orgánicos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 CREO QUE SON	101.00	69.18
2.- 2 ME SON	35.00	23.97
3.- 3 NO SÉ QUE ES UN	10.00	6.85
Total	146.00	100.00



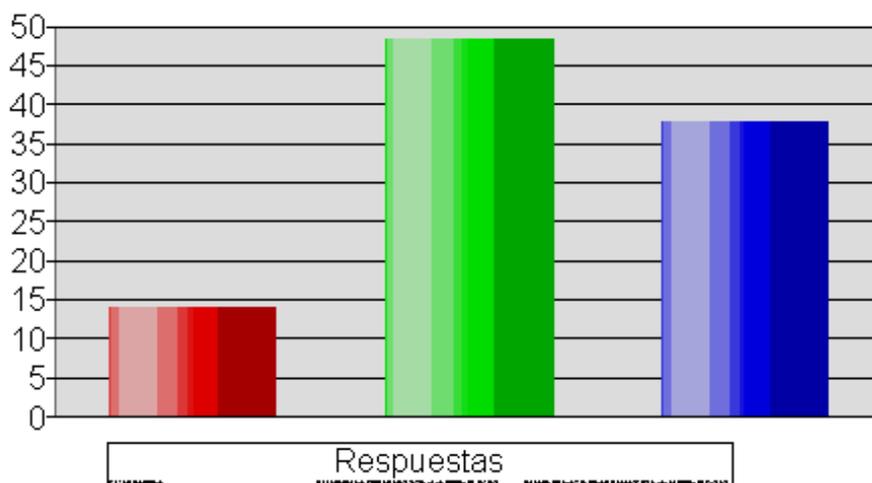
6. ¿Has consumido productos orgánicos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 SI	88.00	61.54
2.- 2 NO	55.00	38.46
	0.00	0.00
Total	143.00	100.00



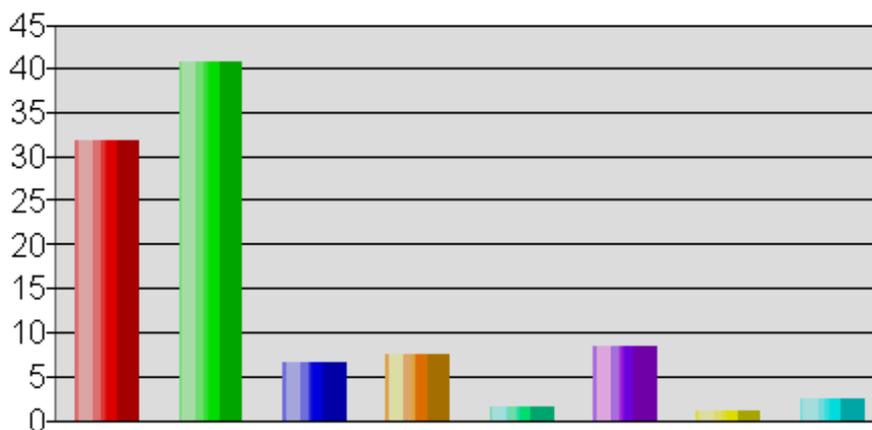
7. ¿Qué opinas de las medicinas alternativas?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 NO FUNCIONAN	20.00	13.99
2.- 2 SON BUENAS PERO	69.00	48.25
3.- 3 SON BUENAS Y EN	54.00	37.76
0.- 0 SON BUENAS Y EN	0.00	0.00
Total	143.00	100.00



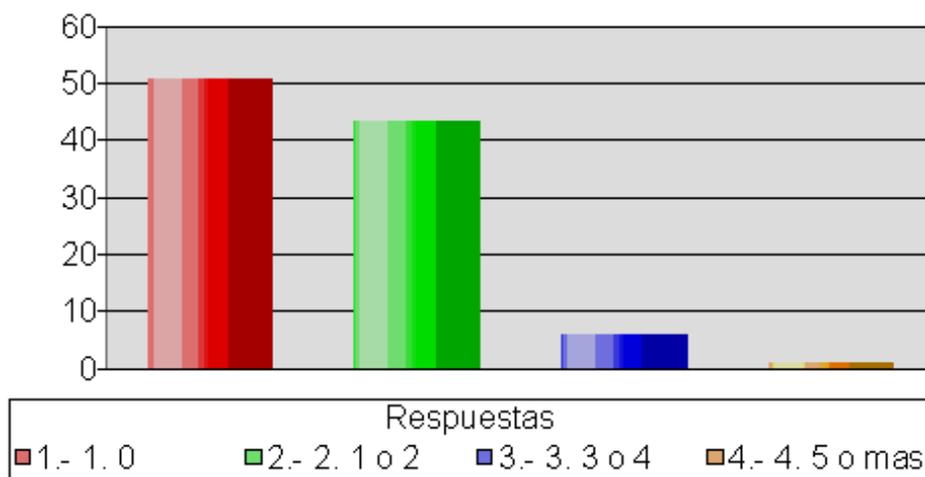
8. ¿Alguna vez has utilizado aromaterapia?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- SI	64.00	31.84
2.- NO POR QUE? (pasa a	82.00	40.80
3.- NO CONOZCO NINGUN	13.00	6.47
4.- NO SE PARA QUE	15.00	7.46
5.- CREO QUE ES CARO	3.00	1.49
6.- NO ME INTERESA	17.00	8.46
7.- NO LO NECESITO}	2.00	1.00
8.- DESCONOZCO EL	5.00	2.49
-----	0.00	0.00
Total	201.00	100.00



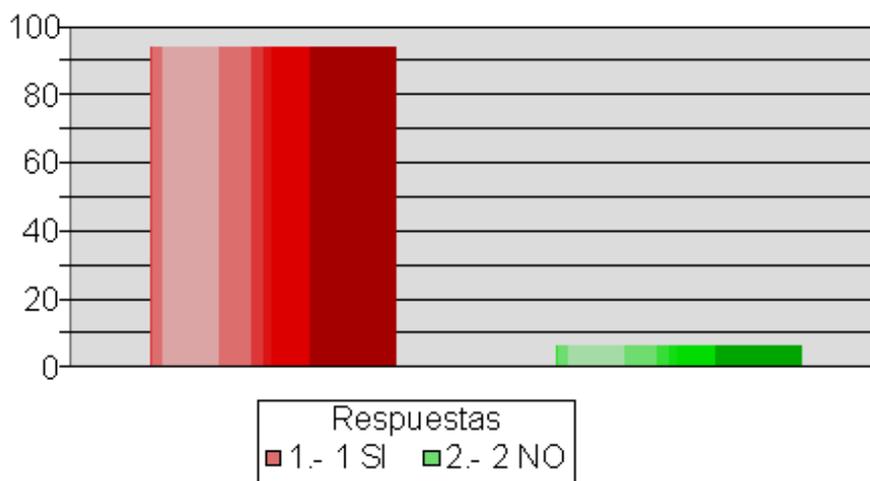
9. ¿Cuántas veces al mes compras productos de aromaterapia? (velas incienso, esencia, etc)

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1. 0	62.00	50.41
2.- 2. 1 o 2	53.00	43.09
3.- 3. 3 o 4	7.00	5.69
4.- 4. 5 o mas	1.00	0.81
Total	123.00	100.00



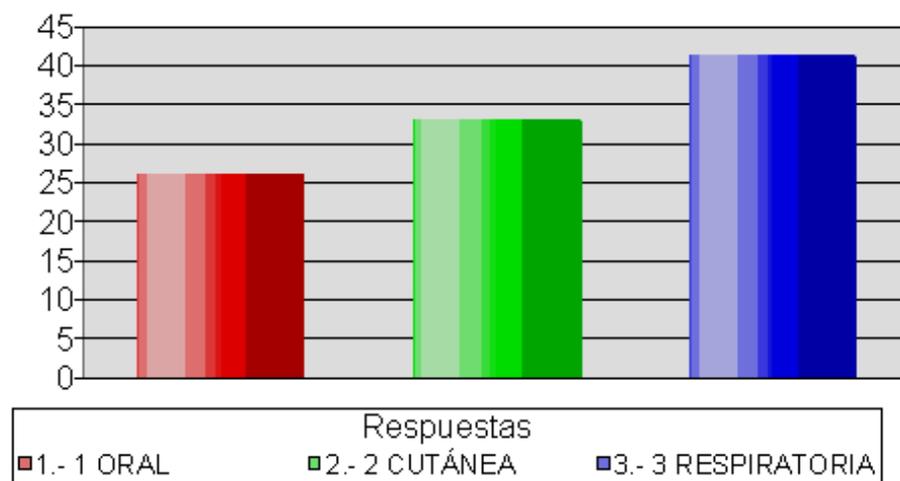
10. Si un producto 100% natural te brindara todos los beneficios de la medicina de patente, sin tener efectos secundarios, ¿lo usarías?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 SI	137.00	93.84
2.- 2 NO	9.00	6.16
	0.00	0.00
Total	146.00	100.00



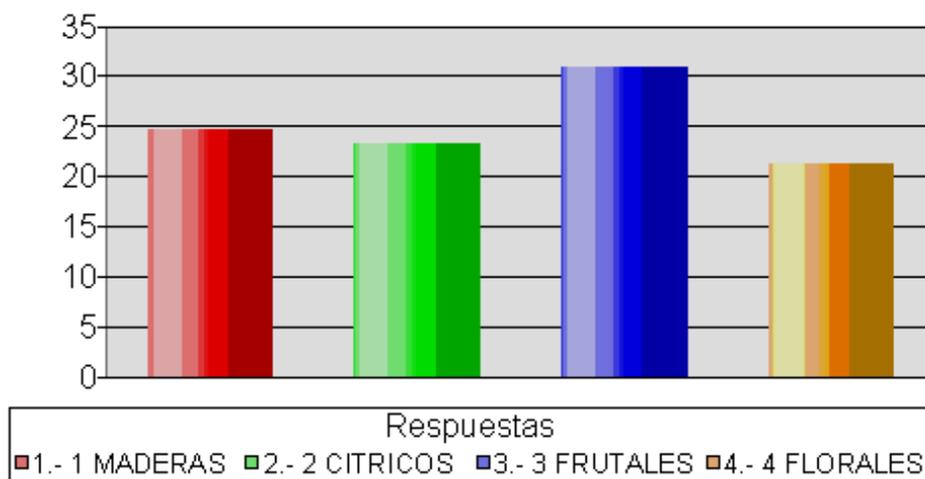
11. ¿Qué vía de administración elegirías?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 ORAL	41.00	25.95
2.- 2 CUTÁNEA	52.00	32.91
3.- 3 RESPIRATORIA	65.00	41.14
Total	158.00	100.00



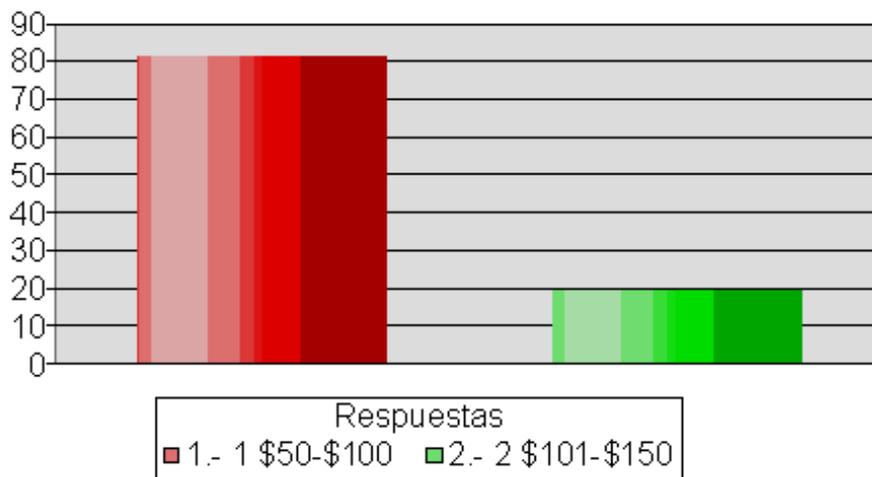
12. Enumera los siguientes aromas de acuerdo a tu preferencia siendo 1 el que mas te agrada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 MADERAS	36.00	24.66
2.- 2 CITRICOS	34.00	23.29
3.- 3 FRUTALES	45.00	30.82
4.- 4 FLORALES	31.00	21.23
Total	146.00	100.00



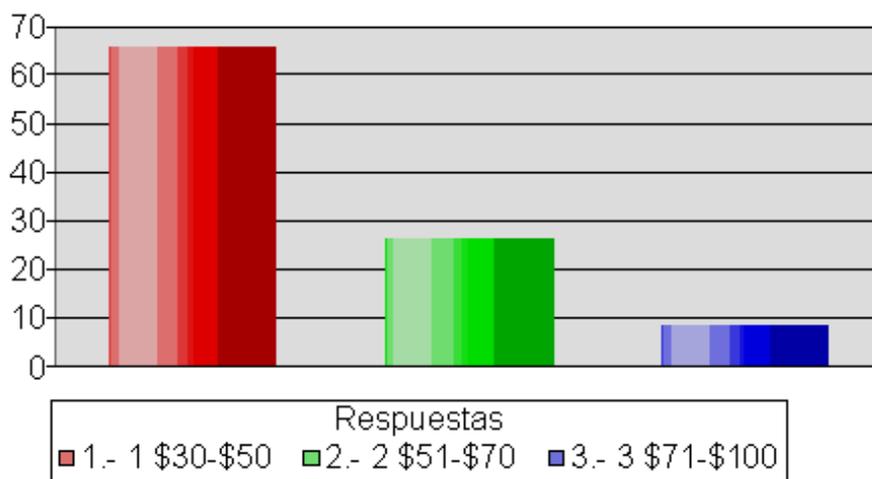
13. ¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por aceite esencial?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 \$50-\$100	115.00	80.99
2.- 2 \$101-\$150	27.00	19.01
	0.00	0.00
Total	142.00	100.00



14 ¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por sales de baño?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 \$30-\$50	93.00	65.49
2.- 2 \$51-\$70	37.00	26.06
3.- 3 \$71-\$100	12.00	8.45
Total	142.00	100.00



15. ¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por aceite hidratante?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- 1 \$50-\$80	84.00	59.15
2.- 2 \$81-\$100	38.00	26.76
3.- 3 \$101-\$150	20.00	14.08
Total	142.00	100.00

