

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DETERGENTE ELABORADO A BASE DE PLANTAS MEDICINALES EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO 2015.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en
Administración Industrial y de la Producción.

Autor: Vinueza Ramos Alex Patricio

Tutor: Ing. Guzmán Carlos

Quito, Octubre 2015

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto realizado ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, la misma que es original, autentica y personal, respetando derechos intelectuales de terceros, acorde a las citas correspondientes. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi absoluta responsabilidad.

Vinueza Ramos Alex Patricio

C.I. 172350498-9

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Vinueza Ramos Alex Patricio** estudiante de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

Vinueza Ramos Alex Patricio

C.I. 172350498-9

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Alex Patricio Vinueza Ramos** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No.175041939-0 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Tecnólogo Superior en Administración Industrial y de la Producción”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Vinueza Ramos Alex Patricio.

CEDULA

172350498-9

Quito, a los 12 días del mes de Octubre del 2015.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme seguir en este mundo, por gozar de salud y una familia maravillosa, por haberme dado la oportunidad de conocer a personas muy valiosas y por guiarme hacia el camino correcto.

A mi madre, y a mi padre por su apoyo incondicional, por ser partícipes en mi vida académica y personal, motivándome a ser mejor cada día, llenándome de valores y principios que con amor y confianza todo se pueden conseguir, de igual manera a mi hermano y hermana con su apoyo moral, y no vale más agradezco a mi novia que llego a mi vida, la cual ha sabido comprenderme, guiarme y darme el aliento para seguir adelante.

A mi tutor Ing. Carlos Guzmán, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta carrera.

DEDICATORIA

A mis padres quienes en el momento oportuno, supieron darme su ayuda moral y material que a base de amor y sacrificio han hecho posible la conquista de mi título.

También se lo dedico a todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron en lo largo de mi formación académica.

ÍNDICE

DECLARATORIA	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
CAPITULO I.....	1
1. Introducción	1
1.1. Justificación	2
1.2. Antecedentes	3
1.2.1. Antecedentes históricos.....	3
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS SITUACIONAL	8
2.1 AMBIENTE EXTERNO	8
2.1.1. FACTOR ECONÓMICO	8
2.1.1.1. PIB	9
2.1.1.2 Tasa de interés	11
2.1.1.3 Tasa activa.	11
2.1.1.4 Tasa pasiva.....	12
2.1.1.5 Inflación	14
2.1.1.6 Riesgo País	15
2.1.2 Factor social.....	16
2.1.2.1 Población económicamente activa	16
2.1.2.2 Población y empleo.....	17
2.1.2.3 Tasa de desempleo.....	19

2.1.2.4 Tasa de Pobreza.....	20
2.1.3 Factor Legal.....	21
2.1.3.1 LEGAL:	21
2.1.3.2 REQUISITOS PARA CREAR UNA PYMES	21
2.1.3.3. Requisitos para obtener la patente	21
2.1.3.4 Permiso de bomberos:.....	22
2.1.3.5 Requisitos para el permiso de funcionamiento sujeto a vigilancia y control sanitario.....	22
2.1.4 Factor tecnológico	23
2.2. ENTORNO LOCAL	23
2.2.1 Clientes	23
2.2.2 Proveedores.....	24
2.2.3 Competidores.....	26
2.2.3.1. Competidores Directos.....	26
2.2.3.2 Competidores Indirectos.....	27
2.3 ANÁLISIS INTERNO	28
2.3.1 Propuesta Estratégica.	28
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3.3 Gestión Operativa.	42
2.3.4 Gestión Comercial.....	43
2.4 Análisis FODA.....	55
CAPITULO III.....	57
3. ESTUDIO DE MERCADO	57
3.1 Análisis del consumidor	57
3.1.5 Técnicas de obtención de información.....	61
3.1.5 Análisis de la información.	65
3.2 Oferta	78
3.2.1 Oferta Histórica.....	78
3.2.2 Oferta Actual.	79
3.2.3 Oferta Proyectada.	80
3.3 Demanda	80
3.3.1 Demanda Histórica.....	80
3.3.2 Demanda Actual.....	81

3.3.3 Demanda Proyectada.....	82
3.4 Balance de Oferta y Demanda.....	83
3.4.1 Balance Actual.....	84
3.4.2 Balance Proyectado.....	84
CAPÍTULO IV:.....	86
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	86
4.1 Tamaño del proyecto.....	86
4.1.1 Capacidad instalada.....	87
4.1.2 Capacidad óptima.....	87
4.2 Localización.....	88
4.2.1 Macro-localización.....	88
4.2.2 Micro-localización.....	90
4.2.3 Localización Óptima.....	91
4.3 Ingeniería del producto.....	92
4.3.1 Definición del bien o del servicio.....	92
4.3.2 Distribución de la planta.....	93
4.3.3 Proceso productivo.....	100
4.3.4 Maquinaria y Equipos.....	101
CAPÍTULO V.....	103
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	103
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	103
5.1.1 MOD (Mano de Obra Directa).....	104
5.1.2 MPD (Materia Prima Directa).....	104
5.2 CIF (costos indirectos de fabricación).....	106
5.3 Costos.....	109
5.3.1 Costo directo.....	109
5.3.2 Costos Indirectos.....	110
5.3.3 GASTOS.....	110
5.3.4 Gastos Administrativos.....	110
5.1.2. Inversión Fija.....	115
5.1.3. Capital de Trabajo.....	116
5.3.1 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	118
5.3.2 DEPRECIACIONES.....	119

5.3.3 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	120
5.3.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (A CINCO AÑOS).....	121
5.3.5 FLUJO DE CAJA.....	122
5.3.5 Evaluación.....	123
5.3.6 Tasa de descuento.....	123
5.3.7 VAN (valor actual neto).....	124
5.3.8 TIR (tasa interna de retorno).....	125
5.4 RBC (Relación costo beneficio).....	126
5.4.1 Punto de Equilibrio.....	127
5.4.2 Análisis de índices financieros.....	130
5.4.2.1 Razón de endeudamiento.....	130
5.4.2.2 Rentabilidad del patrimonio (ROE).....	131
5.4.2.3 Rentabilidad del activo (ROA).....	131
5.4.2.4 Rentabilidad de la inversión (ROI).....	132
CAPÍTULO VI.....	133
6 ANÁLISIS DE IMPACTOS	133
6.1 IMPACTO AMBIENTAL	133
6.2 IMPACTO ECONÓMICO.....	134
6.3 IMPACTO PRODUCTIVO	134
6.4 IMPACTO SOCIAL	135
CAPÍTULO VII.....	136
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	136
7.1 CONCLUSIONES.....	136
7.2 RECOMENDACIONES.....	138
7.3 BIBLIOGRAFIA.....	140
ANEXOS.....	144
ANEXO 1	144
ANEXO 2	145
Anexo 3.....	146
Anexo 4.....	147
Anexo 5.....	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producto interno bruto en el ecuador por años.....	9
Tabla 2: pib por sectores 2015	10
Tabla 3: tasas de interés activas vigentes en el ecuador.....	12
Tabla 4: tasa de interés pasiva efectiva promedio por instrumento.....	13
Tabla 5: tasa de interés pasiva.....	13
Tabla 6: inflación por ciudades	14
Tabla 7: INFLACIÓN POR AÑOS EN EL ECUADOR	15
Tabla 8: riesgo país	15
Tabla 9: PET y pea a nivel nacional, urbano y rural	16
Tabla 10: PET y pea por ciudades auto-representadas junio 2015.....	17
Tabla 11: tasa de desempleo por ciudades auto-representadas	18
Tabla 12: Composición del empleo por rama de actividad a nivel nacional	18
Tabla 13: tasa de desempleo por ciudades	19
Tabla 14: tasa de pobreza nacional	20
Tabla 15: proveedores de instalación	25
Tabla 16: proveedores frecuentes.....	26
Tabla 17: competidores directos	27
TABLA 18: COMPETIDORES INDIRECTO	27
Tabla 19: FUNCIÓN DEL GERENTE.....	32
Tabla 20: función de la recepcionista.....	33
Tabla 21: función del contador externo.....	34
Tabla 22: función del jefe de producción.....	35
Tabla 23: función del asistente contable	36
Tabla 24: función del jefe de marketing.....	37
Tabla 25: función del operador de producción.....	38
Tabla 26: función del vendedor.....	39
Tabla 27: función del departamento de limpieza	40
Tabla 28: evaluación 360°	42
Tabla 29: ambiente externo.....	55
Tabla 30: ambiente interno.....	56
Tabla 31: segmentación del mercado	58
Tabla 32: población.....	59
Tabla 33: género.....	65
Tabla 34: pregunta 1.....	67
Tabla 35: pregunta 2.....	68
Tabla 36: pregunta 3.....	69
Tabla 37: pregunta 4.....	70
Tabla 38: pregunta 5.....	71
Tabla 39: pregunta 6.....	72
Tabla 40: PREGUNTA 7	73

Tabla 41: PREGUNTA 8	74
Tabla 42: beneficios	75
Tabla 43: pregunta 9.....	75
Tabla 44: pregunta 10.....	76
Tabla 45: pregunta 11.....	77
Tabla 46: oferta histórica	79
Tabla 47: OFERTA ACTUAL	79
Tabla 48: oferta proyectada.....	80
Tabla 49: proyección de la demanda.....	82
Tabla 50: demanda proyectada.....	83
Tabla 51: balance actual.....	84
Tabla 52: balance proyectado.....	85
Tabla 53: capacidad instalada	87
Tabla 54: capacidad ÓPTIMA	88
Tabla 55: macro-localización	89
Tabla 56: micro-localización.....	90
Tabla 57: matriz de factores relevantes.....	91
Tabla 58: matriz de factores relevantes.....	93
Tabla 59: factores de cercanía.....	94
Tabla 60: tabulación de la matriz	95
Tabla 61: maquinaria y equipo.....	101
Tabla 62: mano de obra directa	104
Tabla 63: materia prima directa	105
Tabla 64: materia prima mensual.....	105
Tabla 65: costo unitario.....	105
Tabla 66: producción diaria.....	106
Tabla 67: servicios básicos.....	107
Tabla 68: implemento de seguridad	107
Tabla 69: material de envasado.....	107
Tabla 70: costos indirectos de fabricación	108
Tabla 71: costos de producción unitario	108
Tabla 72: ingresos operacionales	108
Tabla 73: ingresos operacionales proyectados	109
Tabla 74: costos directos.....	109
Tabla 75: costos indirectos.....	110
Tabla 76: gastos administrativos.....	110
Tabla 77: gasto de aseo y limpieza.....	111
Tabla 78: suministros de oficina	111
Tabla 79: otros gastos administrativos	111
Tabla 80: capital propio	117
Tabla 81: amortización.....	118
Tabla 82: amortización del diferido	119
Tabla 83: depreciaciones.....	119

Tabla 84: estado de situación inicial	120
Tabla 85: estado de resultados proyectado.....	121
Tabla 86: flujo de caja.....	122
Tabla 87: tasa de descuento.....	123
Tabla 88: van.....	124
Tabla 89: tir	125
Tabla 90: periodo de recuperación de la inversión.....	126
Tabla 91: relación costo beneficio	127
Tabla 92: punto de equilibrio	128

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto está estableciendo en la factibilidad para la producción y comercialización de un detergente natural, en el cual se ha realizado los estudios necesarios, para el desarrollo del proyecto. Constante a este producto de calidad, apoyando así a la agricultura ecuatoriana ya que de esto muchas familias ecuatorianas tienen un sustento para poder obtener un buen vivir. Este proyecto está formado por siete capítulos, el primero consta de la introducción y justificación, realizando una investigación del producto como se originó en qué lugares es consumido este producto. El segundo capítulo está compuesto por el análisis situacional el cual se hace todo el estudio económico tanto externo como interno para poder conocer la situación actual del país, las leyes que se deben cumplir. El tercer capítulo está compuesto por el estudio del mercado la oferta y la demanda para poder obtener la demanda insatisfecha para poder conocer el mercado en el que la microempresa va a competir, a la población que se va a satisfacer, sus necesidades, y expectativas para el cliente esto se toma la decisión después de realizar una encuesta a la población a la que nos enfocamos. El cuarto capítulo está compuesto por el estudio técnico, el sector donde va a estar ubicada la microempresa como va a estar distribuida las diferentes áreas. El quinto capítulo está relacionado con el estudio financiero en donde se realiza el estudio para poder conocer los ingresos y gastos, para así deducir si el proyecto es viable. El sexto capítulo está relacionado con la contaminación hacia el medio ambiente lo que originada la micro-

empresa al momento de producir el detergente natural. El séptimo capítulo está compuesto por las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a este proyecto de factibilidad en la Provincia de Pichincha, en el Cantón Quito, parroquia Cotocollao.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is based on the feasibility study for the production and marketing of natural detergent, which has made the necessary studies, this project was created because it contributes to the development of a product quality, supporting and the Ecuadorian agriculture because of this many families Equatorial Marianas have a livelihood to earn a good living. This project is how-do seven chapters, the first consists of the introduction and justification, an investigation of the product as originating in what places this product is consumed. The second chapter consists of the situation analysis which all economic study both external and internal made to know the current situation, the laws that must be met. The third chapter is composed by the study of market supply and demand to get the de-sends dissatisfied to learn about the market in which the company will compete, the population to be met, their needs, this decision is made after conducting a survey to the population to which we focus. The fourth chapter is composed of the technical study, the place where will be located the company and will be distributed to different areas. The fifth chapter is related the financial study in which the study is conducted to meet the income and expenses in order to tell whether the project is viable. The sixth chapter is related to the environment pollution which caused the em-prey when producing natural detergent. The seventh chapter is composed by the conclusions and recommendations according to the draft factibility in the Pichincha Province, in the Canton Quito, parish Cotacollao.

CAPITULO I

1. Introducción

El presente proyecto de producción y comercialización de detergente elaborado a base de plantas medicinales, está enfocado para aportar al crecimiento del sector agroindustrial del país, generar mayores opciones de empleo para los ecuatorianos, crear más riqueza para el Ecuador, dar a conocer a la sociedad que el sector industrial que el siglo 21 está evolucionando en el tema de detergente con varias técnicas que ya se las practica en diferentes países del mundo.

Hay diversos aspectos o generalidades que se deben tomar en cuenta al momento de la elaboración y al momento de utilizarlo, en los últimos años el consumo de detergente es indispensable en todos los hogares que ha ido en aumento. En la actualidad no existe gran variedad en las empresas dedicadas a la producción de detergentes a base de plantas medicinales, por lo que la práctica de esta técnica es de muy aprovechable.

1.1. Justificación

Dentro de nuestro país Ecuador en todos los hogares es muy dispensable el detergente para la limpieza y fragancia de nuestra ropa, la formulación de nuevas alternativas naturales es uso de detergentes con menor impacto ambiental contribuye

al fortalecimiento de una conciencia ambiental en la población debido a la contaminación que se genera día a día sobre el planeta tierra.

El uso de plantas medicinales como el agrave y la manzanilla, para la producción del detergente el lavado diario de la ropa de las familias de toda la población del Ecuador, reduciría en gran medida el daño que es causado por mucho químico, como alergias para los niños entre otras enfermedades.

Pensando en las necesidades económicas de la población, estaría al alcance para que utilicen todos los hogares de la población Ecuatoriana.

Por sus características ya mencionadas, permite advertir que puede servir como detergente biodegradable; y es consecuencia, beneficio para los factores bióticos y abióticos de los ecosistemas. De ahí valoramos la importancia de proponer el uso de este detergente 100% natural como una forma más de conservar el equilibrio del ecosistema y la salud de cada uno de los pobladores ecuatorianos.

El proyecto elaborado con detergente natural encontrara una alternativa más económica para los consumidores, constante cuidaremos nuestro planeta ya que no

utilizaremos químicos como lo tienen otras ofertas y lo más importante cuidaremos nuestra salud. Con la idea planteada tendremos gran ventaja ya que los otros detergentes elaborados a base de químicos dañan a la durabilidad a las prendas de vestir y constantemente a la piel, sino que también contiene químicos que destruyen a nuestro planeta y a largo plazo nos pueden contraer distintas enfermedades.

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes históricos.

El **Agave** también es conocida con los nombres pita, maguey, cabuya, mezcal y fique, pertenece a la familia *Agavaceae*; es una planta con hojas agrupadas en forma de rosetas, es oriundo del continente americano, con una distribución que se extiende desde el sur de Estados Unidos hasta Colombia y Venezuela, incluyendo todas las islas del Caribe, ha sido utilizado desde la antigüedad para satisfacer y complementar una serie de necesidades básicas: alimento, forraje, medicamento y construcción, entre otros¹.

El **Agave** es un cultivo de suma importancia a nivel agroindustrial, la mayor parte de las plantas se destinan para la obtención de bebidas alcohólicas con denominación de origen como el tequila y el mezcal, así también, una parte del agave cosechado se destina para la obtención de fibras. Tiene una gran cantidad de azúcares fermentables, los cuales se pueden utilizar para la producción de aditivos alimentarios como son los jarabes de fructosa o la inulina, así como la utilización de los jarabes de

¹ PROPIEDADES DEL AGAVE <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=agave>

fructosa como mostos fermentables para la producción de aditivos alimentarios como el ácido láctico o la enzima transglutaminasa.

COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL AGAVE

El **Agave** presentó un alto contenido de sólidos (33%). Los fructanos representaron aproximadamente el 70% de los sólidos solubles, estos compuestos son de gran importancia para la obtención de jarabes.

- Humedad 67%
- Sólidos solubles 33% (Celulosa 36.20%, Fructano 69.75% y Lignina 17.02%).

El porcentaje total de los azúcares está formado por:

- 75 Partes de Fructosa (índice glucémico bajo por lo que es apropiado para diabéticos).
- 25 Partes de Glucosa.
- 5 Partes de Inulina (índice "0").

El **Aguamiel de Agave** es un líquido dulce, 100 gr. Contienen:

- 5,30 gr. de extracto no nitrogenado.
- 0,4% de proteínas, esta última cantidad que aunque parece baja, es interesante por su composición en aminoácidos esenciales como: lisina, triptófano, histidina, fenilalanina, leucina, tirosina, metionina, valina y arginina. Contiene vitaminas del complejo B, niacina, tiamina, riboflavina y vitamina C. Minerales como hierro, calcio y fósforo.

PROPIEDADES DEL AGAVE

El Agave es la planta de la cual se elabora la bebida alcohólica más popular de México, el Tequila, que forma parte de la cultura de éste país y que antiguamente era muy utilizado además como un poderoso desinfectante, entre los pobres y los combatientes de las distintas guerras a través de la historia.

- **Gastritis y úlceras:** La savia del **Agave** tiene propiedades antisépticas externas e internas, siendo utilizado en este último caso para tratar Desordenes digestivos causados por el crecimiento de bacterias en el estómago y el intestino, en particular la causante de úlceras como el helicobacter-pilori, lo cual ayuda a personas con gastritis.
- **Prebiótico:** Es estimulante del crecimiento de la flora intestinal. Inhibe el crecimiento de bacterias patógenas (E.Coli, Listeria, Shigella, Salmonella).
- Disminuye los niveles de colesterol y triglicéridos, entre otras.

USO DEL AGAVE

El **Agave** ha tenido una diversidad de usos desde tiempos muy remotos, pues lo utilizaban como alimento, para la obtención de fibras que usaban para el vestido, para la construcción y también para uso doméstico.

Doméstico: Jabón para ropa, cepillos para lavar, cepillo y escobas, canastas, clavos y recipientes.

PROPIEDADES MEDICINALES DE MANZANILLA

Nombre científico o latino: Chamaemelum nobile

Nombre común o vulgar: Manzanilla romana, Camomila.

La recolección de manzanilla, al emplearse las flores, tenemos que efectuarla solo cuando éstas ya estén en su plenitud de formación; posteriormente se procede a un secado rápido y a ser posible evitando la radiación solar directa, que estropearía la muestra.²

Como máximo se puede mantener el producto así obtenido durante doce meses, siendo recomendable la sustitución transcurrida este tiempo, siempre y cuando se mantenga en buenas condiciones sobre todo alejado de la humedad, que es lo que más deteriora este producto.

El aceite esencial de manzanilla tiene un aroma muy característico, siendo el responsable de su acción carminativa, eupéptica y antiespasmódica, por lo que se emplea para combatir las flatulencias en digestiones pesadas.

Contiene una lactona sesquiterpénica, llamada nobilina, que es un tónico amargo.

Posee trazas de camazuleno, que le da acción antiinflamatoria y de ahí su empleo en reumatismos, heridas e irritaciones oculares.

²PROPIEDADES MEDICINALES DE MANZANILLA
<http://www.hierbamedicinal.es/tag/manzanilla>

<http://www.hierbamedicinal.es/tag/manzanilla>

Se pueden encontrar pequeñas cantidades de ácido cafeico, flavonoides, ésteres de glucosa y cumarinas.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

Según (Rosas, 2011) indica que:

“El Ambiente Externo estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto. Son elementos de acción directa de una organización del ambiente externo que son relevantes para su funcionamiento como: clientes, proveedores y competidores” (pág. 94)

2.1.1. FACTOR ECONÓMICO

Según (Rosas, 2011) menciona que:

“Son cambios económicos que pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, caso de las recesiones, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades” (pág. 96)

2.1.1.1. PIB

Según (CLUB PLANETA, 2010) menciona que:

“Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas” (pág. 4)

TABLA 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO EN EL ECUADOR POR AÑOS

AÑO	PIB(MILLO- NES DE DÓ- LARES)
2014	98.015
2013	94.427
2012	84.682
2011	77.831

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

En la tabla muestra que el producto Interno Bruto (PIB) en el año 2013 es de \$94.427 millones para el 2014 incrementa del 3.8% y nos propone un valor de \$98.015 millones, y para el presente año 2015 se considera un crecimiento del 4% es una oportunidad de intensidad media para la estabilidad económica del País, Así también conjuga la posibilidad de la creación de la Microempresa.

TABLA 2: PIB POR SECTORES 2015

Ramas de actividad \ Años CIU CN	2014 (p)	2015 (prev)
Cultivo de banano, café y cacao	1,7	1,7
Cultivo de flores	0,7	0,7
Otros cultivos agrícolas	3,0	3,0
Cría de animales	0,8	0,8
Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas	1,0	1,0
Acuicultura y pesca de camarón	0,6	0,7
Pesca y acuicultura (excepto de camarón)	0,6	0,6
Extracción de petróleo, gas natural y actividades de servicio relacionadas	10,0	9,8
Explotación de minas y canteras	0,5	0,5
Procesamiento y conservación de carne	0,6	0,6
Procesamiento y conservación de camarón	0,4	0,4
Procesamiento y conservación de pescado y otros productos acuáticos	0,8	0,7
Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	0,5	0,5
Elaboración de productos lácteos	0,4	0,4
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	0,5	0,5
Elaboración de azúcar	0,2	0,2
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	0,1	0,1
Elaboración de otros productos alimenticios	0,4	0,4
Elaboración de bebidas	0,7	0,7
Elaboración de tabaco	0,0	0,0
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero	0,8	0,9
Producción de madera y de productos de madera	0,7	0,7
Fabricación de papel y productos de papel	0,7	0,7
Fabricación de productos de la refinación petróleo y de otros productos	0,5	0,5
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,2	1,3
Fabricación de productos del caucho y plástico	0,5	0,5
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1,1	1,1
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	0,8	0,8
Fabricación de maquinaria y equipo	0,5	0,5
Fabricación de equipo de transporte	0,2	0,2
Fabricación de muebles	0,3	0,3
Industrias manufactureras ncp	0,3	0,3
Suministro de electricidad y agua	2,3	2,4
Construcción	10,1	9,9
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	10,4	10,4
Alojamiento y servicios de comida	1,9	1,9
Transporte y almacenamiento	6,6	6,7
Correo y Comunicaciones	3,5	3,5
Actividades de servicios financieros y Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	2,8	2,8
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	6,6	6,6
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	6,1	5,8
Enseñanza	4,7	4,6
Servicios sociales y de salud	3,3	3,3
Hogares privados con servicio doméstico	0,3	0,3
Otros servicios	6,6	6,6
Otros elementos del PIB	3,7	3,8
PRODUCTO INTERNO BRUTO	100,0	100,0

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Análisis:

El PIB por el sector con lleva a las Industrias manufactureras 2014 refleja el porcentaje 0,3 % y en el 2015 se mantiene con el mismo porcentaje, lo cual representa para mi proyecto una OPORTUNIDAD con intensidad media.

2.1.1.2 Tasa de interés

Según (Jonathan, 2011) indica que “La tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar o cobrar por tomarlo prestado o cederlo en préstamo en una situación determinada” (pág. 65)

2.1.1.3 Tasa activa.

Según (Baca Urbina G. , 2010) indica que: “Es el porcentaje que las ins- tituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito)” (pág. 88)

Son activas porque son recursos a favor de la banca.

TABLA 3: TASAS DE INTERÉS ACTIVAS VIGENTES EN EL ECUADOR

Tasas de Interés			
julio-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.54	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.10	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.78	Consumo	16.30
Vivienda	10.62	Vivienda	11.33
Vivienda de Interés Público	4.88	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Acumulación Ampliada	21.82	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.98	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	26.91	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Análisis:

Durante el presente mes del 2015 se puede observar que la tasa activa efectiva referencial se mantiene anualmente de (11.10%) es un punto muy importante para todos los proyectos. y a la vez considerando como una Oportunidad de intensidad media dentro de las Pymes, ya que la tasa activa efectiva máxima es del (11,83%) por lo que se puede realizar un crédito para cualquier tipo de proyecto..

2.1.1.4 Tasa pasiva.

Según (Candia, 2011) menciona “Es la tasa de interés que el depositante cobra, o sea, lo que el Banco o institución financiera paga a los que realizan los depósitos” (pág. 67)

TABLA 4: TASA DE INTERÉS PASIVA EFECTIVA PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.54	Depósitos de Ahorro	1.30
Depósitos monetarios	0.61	Depósitos de Tarjetahabientes	1.16
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.50	Plazo 121-180	5.92
Plazo 61-90	4.87	Plazo 181-360	6.77
Plazo 91-120	5.55	Plazo 361 y más	7.74

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

TABLA 5: TASA DE INTERÉS PASIVA

FECHA	VALOR
Julio-31-2015	5.54 %
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Análisis:

Se visualiza que la tasa pasiva se conserva en el 5% en el año anterior en mayo del 2014 a julio del 2015 firme a esto se considera una oportunidad de intensidad media, la estabilidad económica, con la regulación constante que el gobierno actual mantiene las tasas de interés consta que es un beneficio para los proyectos.

2.1.1.5 Inflación

Según (MÓRTOLA, 2012) menciona que “Es el aumento de los precios de bienes y servicios que se encuentran en el mercado para su consumo o para ser utilizados en un tiempo determinado” (pág. 56).

TABLA 6: INFLACIÓN POR CIUDADES

Ciudad	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
AMBATO	1 03,84	1,08%	6,11 %	3,17%
GUAYAQUIL	1 04,12	0,49%	4,78%	3,37%
QUITO	1 03,27	0,44%	4,54%	2,66%
SANTO DOMING	1 04,92	0,32%	-	3,92%
MANTA	1 04,08	0,28%	3,90%	3,26%
MACHALA	1 03,58	0,20%	4,99%	2,96%
CUENCA	1 03,29	0,18%	4,64%	2,82%
ESMERALDAS	1 04,00	0,07%	5,24%	3,17%
LOJA	1 03,04	-0,05%	5,00%	2,95%
COSTA	1 04,12	0,38%	4,76%	3,34%
SIERRA	1 03,32	0,43%	4,89%	2,79%
NACIONAL	1 03,74	0,41%	4,87%	3,08%

Fuente: INEC

Análisis:

Los datos estadísticos obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y censo (INEC) muestra que la ciudad de Quito donde se implementara el proyecto tiene un porcentaje del 0.44% la más aceptación aparte de Ambato y Guayaquil. Y de la media inflación son las ciudades Machala, Sto. Domingo y Manta y la baja inflación son las ciudades Cuenca, Esmeraldas y Loja. Esto nos con lleva a una amenaza de intensidad baja para el proyecto.

TABLA 7: INFLACIÓN POR AÑOS EN EL ECUADOR

	2014			2015		
	MARZO	ABRIL	MAYO	MARZO	ABRIL	MAYO
Índice de precios al consumidor						
Mensual	0,70 %	0,30 %	-0,04 %	0,41 %	0,84 %	0,18 %
Anual	3,11 %	3,23 %	3,41 %	3,76 %	4,32 %	4,55 %
Acumulado	1,53 %	1,83 %	1,79 %	1,63 %	2,48 %	2,66 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Se observa que en Mayo del 2014 el índice de la inflación tuvo un porcentaje acumulado del 1,79% mientras que en Mayo del 2015 ha incrementado a un 2,66% en estos datos se observa que habrá una amenaza de intensidad media baja ya que afecta los precios de productos y servicios en el mercado.

2.1.1.6 Riesgo País

Se detalla como un riesgo promedio de las inversiones realizadas en cierto país. Mide en el tono político, económico, seguridad pública, y social. Riesgo país consta de una inversión económica debido sólo a factores específicos y comunes a un cierto país.

TABLA 8: RIESGO PAÍS



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Se visualiza que el indicador del Riesgo país Ecuatoriano Anualmente, y como se observa el 31 de diciembre del 2014 el valor es de \$881.00 y en el último periodo del presente año su valor es de \$899.00, se consta un incremento mínimo pero favorable para el país tanto económicas, políticas y financieras, y se asemeje a una oportunidad de intensidad media.

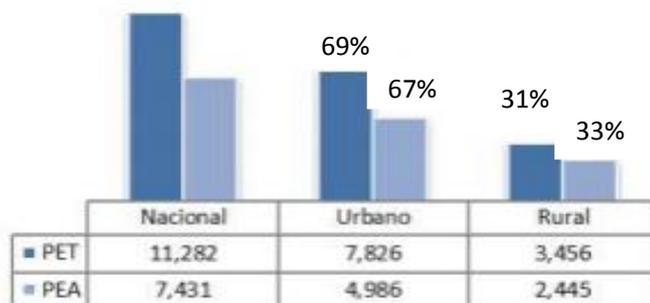
2.1.2 Factor social.

Según (FRANCISCO, 2010) menciona que “Son todas las actividades, expectativas, inteligencia de cada uno de los seres humanos que forman parte de una sociedad” (pág. 53).

2.1.2.1 Población económicamente activa

Según (ECO-FINANZAS, 2013) indica que es el “Conjunto de personas de más de 12 años que desempeñan una ocupación, o Bien, si no la tienen, la buscan activamente. Llámese así a la parte de la población total que participa en la producción económica” (pág. 18)

TABLA 9: PET Y PEA A NIVEL NACIONAL, URBANO Y RURAL

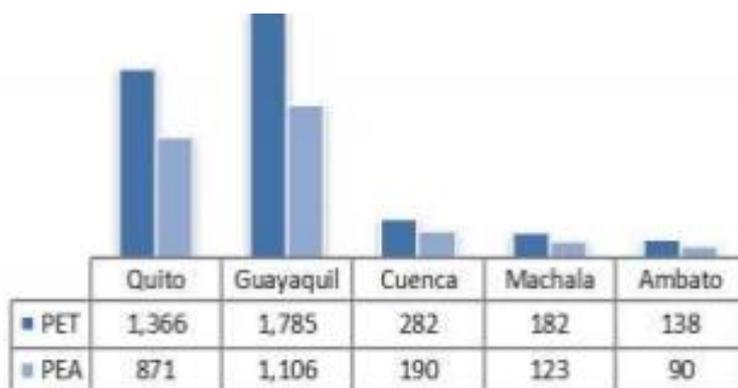


Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

2.1.2.2 Población y empleo

En la tabla se muestra en el mes de junio 2015, la población en edad de trabajar (PET) a nivel nacional es de 11,28 millones de personas; en el área urbana es de 7,83 millones de personas (69% de la PET total), y de 3,46 millones de personas en el área rural (el restante 31%). La población económicamente activa (PEA) a nivel nacional fue de 7,43 millones de personas; en el área urbana es de 4,99 millones de personas (67% de la PEA total), y en el área rural fue de 2,45 millones de personas (el 33% restante).

TABLA 10: PET Y PEA POR CIUDADES AUTO-REPRESENTADAS JUNIO 2015



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Análisis:

Nos indica que la PET y la PEA de las ciudades auto-representadas: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. En Guayaquil y Quito, la PET es más alta, con 1,79 y 1,37 millones de personas, respectivamente. Mientras que la PEA en Guayaquil es de 1,12 millones de personas y en Quito es de algo más de 871 mil personas.

TABLA 11: TASA DE DESEMPLEO POR CIUDADES AUTO-REPRESENTADAS

Ciudad	jun-10	jun-11	jun-12	jun-13	jun-14	jun-15
Quito	62,4%	64,4%	60,4%	63,6%	71,5%	65,3%
Guayaquil	51,0%	52,0%	59,1%	49,9%	59,6%	60,4%
Cuenca	57,7%	58,1%	64,1%	69,0%	66,9%	63,0%
Machala	48,7%	54,5%	56,1%	51,6%	52,8%	51,7%
Ambato	50,5%	57,9%	55,6%	48,6%	57,1%	58,4%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Análisis:

El porcentaje de la tasa de desempleo por ciudades nos indica que para junio 2015, Quito tiene la mayor tasa de empleo adecuado, con el 65,3%, seguido de Cuenca y Guayaquil con el 63,0% y el 60,4%, respectivamente. Por el otro lado, Machala registra el 51,7% de empleo adecuado, siendo ésta la tasa más baja de las cinco ciudades auto representas.

TABLA 12: COMPOSICIÓN DEL EMPLEO POR RAMA DE ACTIVIDAD A NIVEL NACIONAL

Rama de actividad	jun-10	jun-13	jun-15
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	28,2%	28,5%	26,6%
Comercio	19,1%	19,1%	18,4%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	10,9%	10,2%	11,2%
Construcción	6,2%	6,1%	7,5%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	8,1%	7,5%	6,9%
Alojamiento y servicios de comida	4,7%	5,2%	5,6%
Transporte	5,0%	4,8%	5,5%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	3,2%	4,8%	4,3%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,7%	3,4%	4,1%
Otros Servicios	3,9%	4,0%	3,70%
Servicio Doméstico	3,4%	2,6%	2,71%
Correo y Comunicaciones	1,5%	1,4%	1,24%
Actividades de servicios financieros	0,9%	0,9%	0,85%
Petróleo y minas	0,5%	0,5%	0,71%
Suministro de electricidad y agua	0,6%	0,8%	0,61%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Análisis:

En la tabla se muestra que la rama de manufactura se encuentra en el tercer puesto con el 11.2% para junio 2015. Lo cual representa una oportunidad de intensidad alta para la implementación de la microempresa.

2.1.2.3 Tasa de desempleo

Según (POSAS, 2012) menciona que:

“Es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo, Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar y no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso” (pág. 25)

- El desempleo en Ecuador se ubicó en 4,47% en junio 2015, frente al 4,65% registrado en junio del 2014, variación que no es estadísticamente significativa, según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

TABLA 13: TASA DE DESEMPLEO POR CIUDADES

Ciudad	jun-10	jun-11	jun-12	jun-13	jun-14	jun-15
Quito	6,7%	3,8%	4,4%	4,4%	4,2%	4,8%
Guayaquil	9,0%	9,6%	6,3%	6,0%	7,0%	4,7%
Cuenca	4,0%	3,6%	3,4%	4,5%	3,4%	3,1%
Machala	5,4%	6,9%	4,7%	3,7%	3,1%	4,5%
Ambato	3,3%	3,9%	3,4%	4,5%	5,0%	3,6%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Análisis:

Se observa el porcentaje con respecto al desempleo por ciudades, a junio de 2015, la ciudad que registra la mayor tasa es Quito, con 4,8% seguida de Guayaquil y Machala, con 4,7% y 4,5%, respectivamente. Mientras que Cuenca registra la tasa de desempleo más baja: 3,1% por lo que es una oportunidad de intensidad baja.

2.1.2.4 Tasa de Pobreza

TABLA 14: TASA DE POBREZA NACIONAL

Indicador	Área	mar-14	mar-15	Dif	p-valor
Pobreza	Nacional	24,55%	24,12%	-0,43	0,735
	Urbano	16,75%	15,07%	-1,68	0,120
	Rural	40,91%	43,35%	2,43	0,420
Pobreza Extrema	Nacional	8,18%	8,97%	0,79	0,395
	Urbano	3,87%	3,90%	0,03	0,944
	Rural	17,22%	19,74%	2,53	0,328

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Análisis:

En la tabla 14 nos indica el porcentaje de la tasa de pobreza a nivel nacional la cual es en marzo 2014 el 24,55% mientras que en marzo del 2015 el porcentaje a disminuido a 24,12% lo que el índice ha bajado un mínimo porcentaje y para mi empresa significa una oportunidad de intensidad baja ya que dare siquiera a una persona estabilidad de trabajo y así la pobreza cada vez disminuira.

2.1.3 Factor Legal.

2.1.3.1 LEGAL:

Según (THOMPSON, 2010) menciona que

“Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa” (pág. 45).

2.1.3.2 REQUISITOS PARA CREAR UNA PYMES

Los requisitos para sacar el RUC para una pymes es:

Personas naturales

- Presentar una copia de la cédula de identidad
- Presentar una copia de la papeleta de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento de servicio básico que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (Luz, Agua o Teléfono).

2.1.3.3. Requisitos para obtener la patente

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.

2.1.3.4 Permiso de bomberos:

Tipo C

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

2.1.3.5 Requisitos para el permiso de funcionamiento sujeto a vigilancia y control sanitario.

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Industrias y de la Producción.
- Tener un técnico que se encuentre con la licencia en el registro de salud.
- Ingresar a la página de control sanitario www.controlsanitario.gob.ec
- Llenar el formulario de solicitud, por el propietario.
- Se genera automáticamente una orden de pago.
- Realizar el depósito en el banco pacifico.
- Escanear el pago en (pdf), ingresar a la página web de control sanitario a la parte de facturación y enviar el pago.
- El sistema otorga el Certificado de Control y Salud para el funcionamiento de la Pymes.

2.1.4 Factor tecnológico

El sector de producción y comercialización sufren de cambios tecnológicos, la maquinaria va evolucionando y en estos últimos años los cambios han sido significativos. Los beneficios con este cambio tecnológico será aumentar la productividad para así generar fuentes de empleo y mayor rentabilidad. Lo que representa para nuestra pequeña empresa una Oportunidad de intensidad baja, por lo cual se implementarán Equipos de computación, maquinaria y herramientas tecnológicas como un programa para contabilidad, muebles y enseres.

2.2. ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes

Según (THOMPSON, 2010) menciona que:

“Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (pág. 48).

2.2.1.1. Clientes Internos

Mis clientes internos serán empleados altamente capacitados que forman parte de la microempresa y está organizado por:

- Área de Producción
- Área Administrativa
- Área de Ventas.

2.2.1.2 Clientes Externos.

Son personas que por propia voluntad realizan la compra del producto terminado, estas personas serán clientes potenciales que vivan en el sector de Cotocollao como también personas de otros lados que visiten la parroquia.

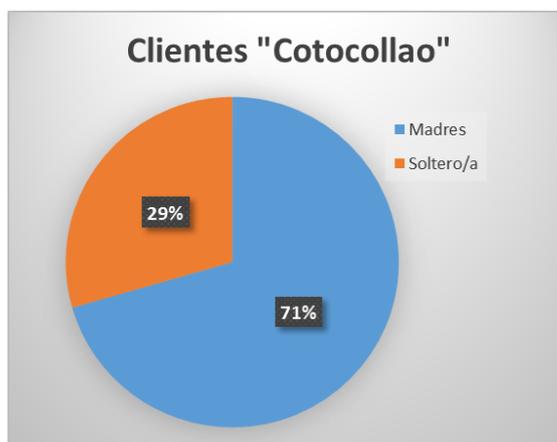


FIGURA 1 CLIENTES EXTERNOS "COTOCOLLAO"

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Mis clientes directo son todas las Madre que conforma un hogar en el sector de "Cotocollao" con un total de **2.912** personas, mi producto será expuesto también a las personas soltero /a con un total de **1.206** personas que consumirán mi producto ya que es elaborado naturalmente.

2.2.2 Proveedores.

Según (FOSADO, 2011) señaló que "El proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin" (pág. 52).

Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes a otros.

TABLA 15: PROVEEDORES DE INSTALACIÓN

PROVEEDORES	DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN
	Tecnología	Av.10 De Agosto N19-86 Y Rio De Janeiro <u>Quito, Pichincha, Ecuador</u>
	Servicio de Redes y Comunicaciones	Av. Padre Luis Vacarí y Geovanni Calles junto al Aki de Carapungo
	Muebles de oficina	Alborada 6ta etapa Mz. 623 V. 1 diagonal al C.C "La Rotonda"
	Electrodomésticos.	Av. 6 de Diciembre y Av. Naciones Unidas (Quicentro Shopping).
	Extintores de Seguridad e alarmas de incendios y robos.	Av. América N17-207 y Santiago-Ed. Miguel de Santiago

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Alex Vinuesa.

TABLA 16: PROVEEDORES FRECUENTES

PROVEEDORES	DESCRIPCIÓN	DIRRECIÓN
MERCADO "SANTA CLARA"	Manzanilla y el Agave	Av. Antonio de Ulloa
	Empaques Desecha- bles	Av. Eloy Alfaro y Bellavista.
	Sistema de alarma.	De las Avellanas s/n y de los Cipreses

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Alex Vinueza

2.2.3 Competidores.

Son aquellas personas que realizan, ofrecen al cliente el mismo producto con diferentes maneras de presentación, y se encuentran dentro de la misma localización.

2.2.3.1. Competidores Directos

Son personas que realizan el mismo producto en una localización cercana.

TABLA 17: COMPETIDORES DIRECTOS

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN
Micro mercado "Pan-chito"	Productos de limpieza para el hogar.	Cotocollao y Av. 25 de Mayo
Tienda "Entrecosas"	Detergentes líquidos	Machala y legarda.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Alex Vinueza

2.2.3.2 Competidores Indirectos

Son aquellas personas que se dedican a la realización similar al producto elaborado con diferente materia prima y la base de dichos productos son de sustancias químicas que están ubicadas fuera del sector.

TABLA 18: COMPETIDORES INDIRECTO

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCION
Adelma	Productos de limpieza	República del Salvador y Suiza.
Detergec	Detergentes	América y 10 de Agosto.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Los competidores directos e indirectos serán una Amenaza de intensidad media para mi proyecto ya que brindará un producto similar, pero daré un producto estrella que no está en el mercado y ganaré clientes con la confianza al momento de ofrecer mi producto de alta calidad necesaria con ingredientes no tóxicos diferentes a los de la competencia así como también el precio al momento de adquirirlo.

2.3 ANÁLISIS INTERNO

Según (Zenalmor, 2013) Señaló que "Se basa en establecer su estrategia en los recursos de la propia empresa (pág. 42)"

Es decir sus recursos y sus capacidades, teniendo en cuenta que el mercado está cambiando continuamente, para ello hay que basarse en la innovación y el cambio, para la empresa representa una debilidad de intensidad baja ya que recién va a implementarse dentro del mercado competitivo.

2.3.1 Propuesta Estratégica.

2.3.1.1 Misión

Elaborar y comercializar productos de limpieza y sanidad de calidad, a través de un mejoramiento continuo generando productos naturales en los diferentes sectores de la industria nacional, a precios justos con un equipo unido, comprometido con su trabajo manteniendo relaciones con los clientes, proveedores con un clima de confianza, seguridad y optimismo.

2.3.1.2 Visión

“**Detergente natural Alex**”, se plantea para el 2020 ser una microempresa reconocida en el mercado nacional, como la mejor microempresa en la elaboración de detergente natural, con la ayuda de nuestros clientes, proveedores y trabajadores.

2.3.1.3 Objetivos corporativos.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Crear una microempresa productora y comercializadora de detergente elaborado a base de plantas medicinales en el sector norte de la ciudad de Quito.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- A finales del primer año haber implementado el servicio de una página web, que permita opción en ventas y pagos en línea.
- Asegurar el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes sin excepción.
- Valor agregado.
- Generar fuentes de trabajo
- Generar un incremento en la producción, para obtener mayor rentabilidad.

2.3.1.4 Principios

- Trabajar en equipo previamente establecidos sus puestos de trabajo.
- Se deberá estar consiente en la puntualidad que la empresa otorga.

- Tener su puesto de trabajo previamente limpio antes de cada sesión de re-lajación con los clientes.
- Utilizar correctamente el uniforme dado al personal.

2.3.1.4.1 Valores

- **Honestidad:** Ética profesional cada momento con trabajadores y clientes.
- **Responsabilidad:** Compromiso con la tareas asignadas.
- **Respeto:** Buena convivencia dentro de la empresa y excelente presencia fuera de la empresa con nuestros clientes.
- **Confiabilidad:** Confianza en el producto que ofreceremos a los clientes y personal.
- **Lealtad:** Fidelidad con los principios de la empresa.
- **Compromiso:** Cumplir a tiempo con las actividades y obligaciones de la empresa

2.3.2 Gestión Administrativa.

2.3.2.1 Planeación.

Para el desarrollo de la elaboración de nuestro producto tendrá un tiempo prudente, deberemos tener a tiempo los equipos y materia prima necesaria para poder comercializarlo.

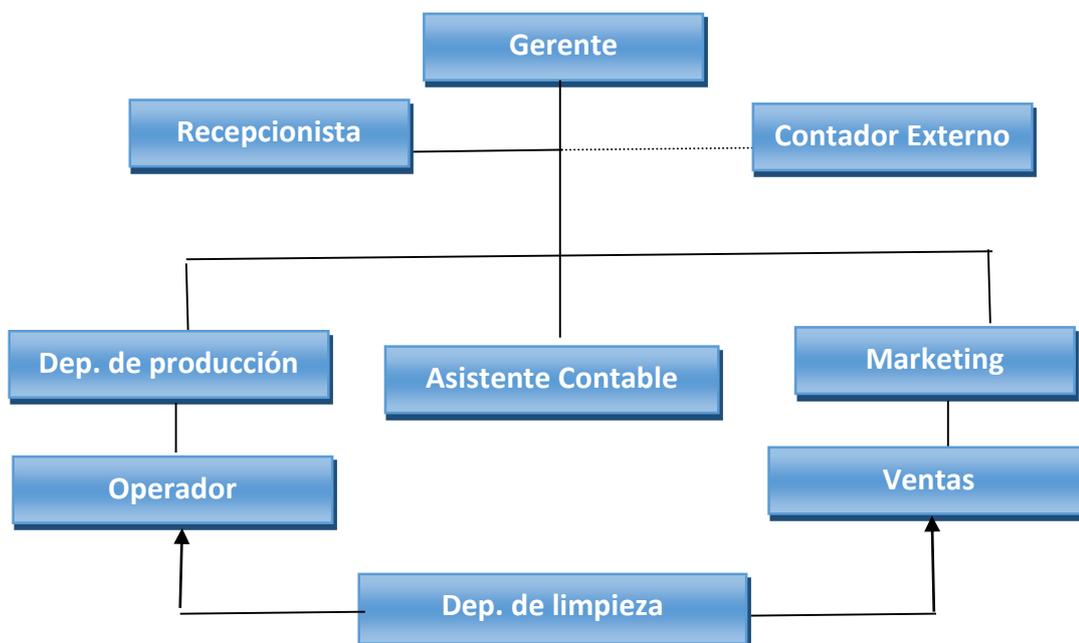


FIGURA 2: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 19: FUNCIÓN DEL GERENTE

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Gerente				
Sueldo:	\$450.00				
Requisitos de Educación:	Graduado en Tecnología en Administración de empresas.				
Requisitos de Experiencia:	(4) años de experiencia en cargos similares.				
Misión:	Garantizar el adecuado soporte, apoyo y fortalecimiento administrativo y financiero para el desarrollo de los programas y proyectos con eficacia y eficiencia.				
Objetivo:	Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Internas</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. 				
FUNCIONES					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y políticas tanto internas como externas. • Planificar las estrategias de la microempresa. • Supervisar el cumplimiento de las tareas de organización y trabajo cotidiano. • Dirigir las gestiones administrativas y financieras, tomando decisiones oportunas • Desarrollar, aprobar y controlar los planes de organización interna y hacer seguimiento de su cumplimiento. <p><u>Responsabilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilidad del propietario, determinar las responsabilidades y funciones de las demás dependencias. • Es el responsable de controlar la gestión de las demás dependencias. 					

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 20: FUNCIÓN DE LA RECEPCIONISTA

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Recepcionista				
Sueldo:	\$354.00				
Requisitos de Educación:	Bachiller.				
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargos similares como: <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Humanas. Actualización en manejo de modernas centrales telefónicas				
Misión:	Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando una central telefónica pequeña, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la unidad				
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Atender personal y público en general. 				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Internas</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. 				
<u>FUNCIONES</u>					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida. • Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado. • Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada. • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos. <p><u>Responsabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tratar en forma cortes al público en general. 					

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinuesa

TABLA 21: FUNCIÓN DEL CONTADOR EXTERNO

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>	
Cargo:	Contador Externo
Sueldo:	\$354.00
Requisitos de Educación:	Cursando el 5to. Nivel de estudios Superiores.
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargos similares.
Misión:	Es suministrar a la Gerencia información financiera confiable, útil y oportuna para la toma de decisiones y el control gerencial
Objetivo:	Optimizar los recursos económicos en la empresa al orden, analizar y proporcionar información contable, y confiable para la toma de decisiones oportunas y conducentes a la mayor productividad y competitividad.
Relaciones laborales:	<u>Internas</u> - Ayudante (Contador) - Gerente.
FUNCIONES	
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar y analizar la plataforma presupuestaria, conforme a la programación de la organización. • Establecer políticas de funcionamiento y financiero. • Realizar registros contables. • Controlar los ingresos y egresos. <p><u>Responsabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente. • Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo 	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 22: FUNCIÓN DEL JEFE DE PRODUCCIÓN

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Jefe de Producción.				
Sueldo:	\$450.00				
Requisitos de Educación:	Cursando el 5to. Nivel de estudios Superiores				
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargo.				
Misión:	Prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro del estándar de productividad y calidad establecido.				
Objetivo:	Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel del producto, como a nivel de gestión del personal obrero, con el objetivo de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento a cargo.				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"><u>Internas</u></td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Asistente Contable - Marketing. </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Asistente Contable - Marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Asistente Contable - Marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores. 				

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinuesa

TABLA 23: FUNCIÓN DEL ASISTENTE CONTABLE

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Asistente Contable.				
Sueldo:	\$364.00				
Requisitos de Educación:	<ul style="list-style-type: none"> • Cursando el 5to. Nivel de estudios Superiores. • Contabilidad general computarizada. 				
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargo.				
Misión:	Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la misma.				
Objetivo:	Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"><u>Internas</u></td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Marketing. -Jefe de producción </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Marketing. -Jefe de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Operario de producción - Gerente. - Dep. de limpieza - Marketing. -Jefe de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores. 				
FUNCIONES					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Archiva documentos contables para uso y control interno • Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos. • Participa en la elaboración de inventarios • Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante. <p><u>Responsabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El titular del puesto debe tener una sólida preparación y competencia profesional en la elaboración, interpretación y examen de la información financiera, que sirva de base para la toma de decisiones y para el cumplimiento de disposiciones legales, así como obtener, aplicar y controlar recursos materiales en un ente económico. 					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 24: FUNCIÓN DEL JEFE DE MARKETING

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Jefe de Marketing.				
Sueldo:	\$400.00				
Requisitos de Educación:	Egresado/a en marketing, publicidad, administración.				
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargos.				
Misión:	Acceder a los mercados como meta final en las mejores condiciones de competitividad y rentabilidad.				
Objetivo:	Planificar y dirigir la política de la empresa en lo referente a productos, precios, promociones y distribución.				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Internas</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Gerente. - Dep. de limpieza </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. 				
FUNCIONES					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de planes a corto, medio y largo plazo, determinando las prioridades y estrategias de los productos de la empresa. • Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción. <p><u>Responsabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad. • Hacer investigaciones comerciales de los productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado. 					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alex Vinuesa

TABLA 25: FUNCIÓN DEL OPERADOR DE PRODUCCIÓN

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Operador de producción.				
Sueldo:	\$450.00				
Requisitos de Educación:	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller. <p style="text-align: center;">Conocimientos en electromecánica industrial</p>				
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargos similares como: operador de máquinas Industriales				
Misión:	Registros de la velocidad, la eficiencia y los resultados de la producción. Con esta información, sugerirán cambios que puedan mejorar los procesos.				
Objetivo:	Éste hará un seguimiento de la producción y de su progreso, asegurando de que todo esté funcionando sin problemas y eficientemente.				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Internas</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Marketing - Gerente. - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. 				
FUNCIONES					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar colaboración a los profesionales del sector. • Debe probar la calidad de los productos y observar si cumplen con las especificaciones del fabricante. • El operador puede sugerir las maneras de mejorar el proceso. <p><u>Responsabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspecciones periódicas de los equipos. • Cómo llevar a cabo su mantenimiento y la forma de hacer las reparaciones necesarias. 					

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 26: FUNCIÓN DEL VENDEDOR

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>					
Cargo:	Vendedor				
Sueldo:	\$354.00				
Requisitos de Educación:	Graduado en Tecnología en Administración en ventas.				
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargo.				
Misión:	Será siempre la de superar sus logros alcanzados en el pasado, con medidas relacionadas con la satisfacción de clientes, trabajo en equipo, excelente clima laboral, balance de utilidades de servicio brindado a una comunidad y mercado siempre dispuestos y necesitados.				
Objetivo:	En el espíritu del vendedor exitoso convive un espíritu competitivo, luchador, lleno de pasión y amor por su profesión.				
Relaciones laborales:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Internas</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Externas</u></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. </td> </tr> </table>	<u>Internas</u>	<u>Externas</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores.
<u>Internas</u>	<u>Externas</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista - Dep. de limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> - Contador Externo - Proveedores. 				
<u>FUNCIONES</u>					
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospectar nuevos clientes. • Mantener y retener a los clientes. • Incrementar las compras de los clientes actuales. • Informar sobre el mercado. • Conocer los productos de la empresa. • Organizar, planificar y ejecutar sus objetivos. • Dar servicios a sus clientes. • Administrar eficientemente su cartera de clientes. <p><u>Responsabilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales. • Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos. • Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona. 					

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 27: FUNCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA

<u>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</u>	
Cargo:	Limpieza.
Sueldo:	\$354.00
Requisitos de Educación:	Bachiller
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargo.
Misión:	El Departamento de Limpieza es el encargado de mantener en condiciones higiénicas las instalaciones de la microempresa, con el fin de obtener una limpieza eficiente.
Objetivo:	Velar por el eficiente funcionamiento del Departamento de Limpieza, brindando el apoyo necesario que se requiera, para el cumplimiento de sus funciones para así lograr una limpieza adecuada en las instalaciones de la Microempresa.
Relaciones laborales:	<p><u>Internas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudante (Contador) - Dep. de producción - Marketing - Recepcionista
FUNCIONES	
<p><u>Funciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el plan anual de limpieza. • Supervisar actividades de limpieza que se realizan diariamente en todas las áreas. • Quitar el polvo periódicamente de los cielorrasos, las rejillas de ventilación, las luces y otras áreas altas. • Vaciar y limpiar los botes de basura. <p><u>Responsabilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Deje claro a todos los trabajadores que un buen orden y limpieza es la política establecida en la empresa y que, por tanto, se hacen todos los esfuerzos para mantener las instalaciones limpias y en orden y para facilitar suficientes medios de almacenamiento, transporte y retirada de residuos. 	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alex Vinueza

2.3.2.2 Dirección.

Para que el proyecto se lleve a cabo de mejor manera estará dirigido por el Gerente, el mismo que deberá ser capaz de tomar decisiones y sobre todo trabajará en equipo, hará cumplir y respetar los reglamentos y políticas que se tomarán en la organización.

2.3.2.3 Control.

La microempresa "Detergente Alex", llevara el control del desempeño, y productividad del personal, mediante evaluación 360°.

TABLA 28: EVALUACIÓN 360°

APRECIACION DEL DESEMPEÑO 360 GRADOS						
Nombre del evaluado: nombre y apellidos Nombre de quien evalúa: nombre y apellidos Fecha: dd/mm/aaaa	Puesto del evaluado: puesto organizacional					
	Puesto de quien evalúa: puesto organizacional					
		Sup.		Igual		Inf.
	Indicar con una "X" el nivel organizacional					
De acuerdo la escala de calificación, por favor asigne en el cuadro a la derecha de cada grupo la calificación que considere más adecuada...						
LIDERAZGO						
3	Ha logrado GRAN influencia en su equipo, la gente sabe a dónde va, y como hacerlo.					
2	Poca gente le tiene confianza, no ha sabido dirigir a su equipo con seguridad, hay dudas de lo que quiere.					
1	Nula confianza y seguridad hacia él por parte de su equipo, graves deficiencias de dirección.					
CAPACITACION Y DESARROLLO						
3	Excelente capacitación y adiestramiento en su departamento, anticipándose inclusive a necesidades futuras.					
2	Hace falta un poco de capacitación y adiestramiento, sobre todo en algunas personas de su equipo.					
1	Hay deficiencias serias en capacitación y adiestramiento en todo su equipo de trabajo.					
SOLUCION DE PROBLEMAS						
3	Encuentra soluciones efectivas y de forma oportuna a todas y diversas situaciones que se le presentan.					
2	Aporta soluciones adecuadas, aunque en ocasiones un poco lento a los problemas que se presentan.					
1	La mayoría de sus decisiones dejan mucho que desear y generalmente cuando ya es tarde.					
AMBIENTE DE TRABAJO						
3	En todo su equipo de trabajo se aprecia un ambiente de trabajo extraordinario y esto es así permanentemente.					
2	La gente trabaja a gusto, dentro de un ambiente de trabajo tranquilo, seguro y confiable.					
1	El ambiente de trabajo en su equipo de trabajo es deplorable, se nota molestia y conflictos constantes.					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alex Vinueza

2.3.3 Gestión Operativa.

La gestión operativa del proyecto se llevará a cabo como muestra en los siguientes flujo gramas de actividades del proceso donde se detalla los pasos a seguir en la elaboración del producto.

2.3.3.1 Flujo gramas.

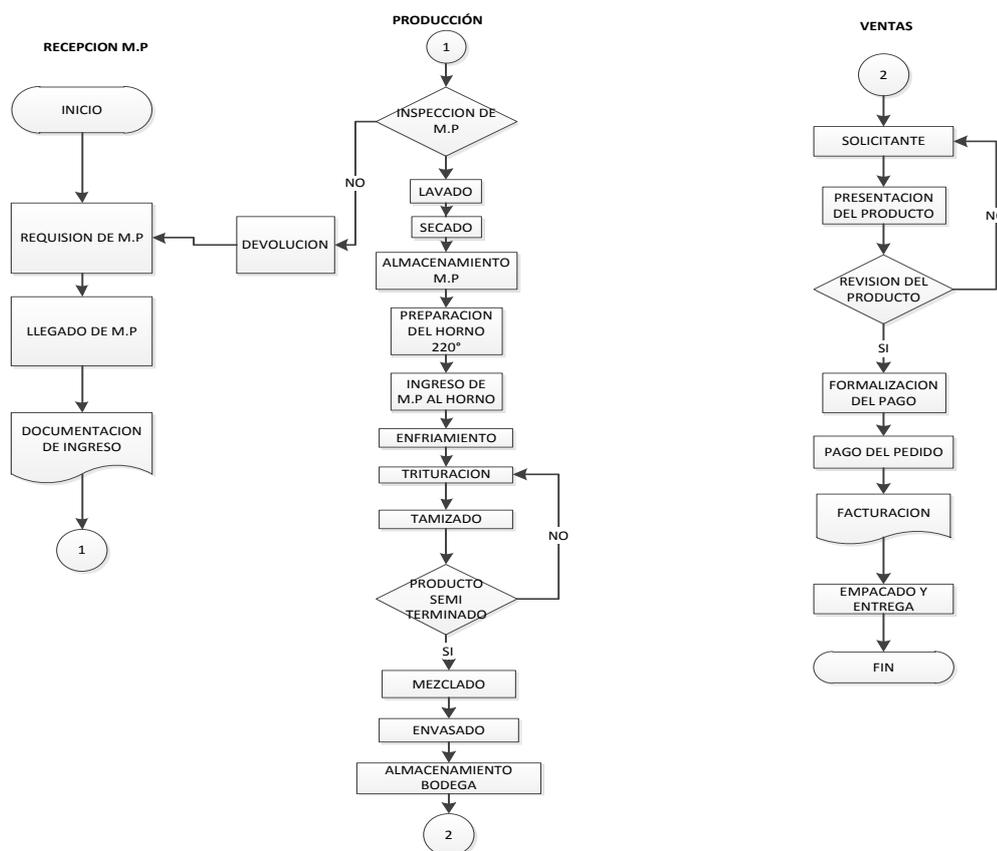


FIGURA 3: FLUJOGRAMA PERT

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

2.3.4 Gestión Comercial.

2.3.4.1 Producto

Según, (THOMPSON, 2010) indica que.

”El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor), los cuales son percibidos por sus clientes potenciales para satisfacer sus necesidades o deseos” (pág. 28)

2.3.4.2 Proceso de Elaboración del Producto.

- **Recepción de Materia Prima**

Descripción: La recepción de materias primas es la primera etapa en la elaboración de producto en este paso, es fundamental observar ciertas características de color, textura, del agave y la manzanilla.



FIGURA 4: RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Inspección de Materia Prima**

Descripción: Es un paso fundamental en este proceso y ayudan a asegurar que su proveedor cumpla con las especificaciones requeridas como: sin residuos, materia prima en mal estado.



FIGURA 5: INSPECCIÓN DE MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Lavado**

Descripción: El proceso de lavado debe dejar la superficie de la materia prima limpio en un estado aceptable.



FIGURA 6: LAVADA DE LA MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Secado**

Descripción: El proceso de secado debe dejar la superficie del agave y la manzanilla si residuos de agua durante el tiempo dispuesto.



FIGURA 7: SECADO DE LA MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Almacenamiento**

Descripción: La materia prima debe almacenarse de forma adecuada para evitar que se dañe, y constantemente al área limpia y desinfectada.



FIGURA 8: ALMACENAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Horno**

Descripción: El proceso de la temperatura del horno debe ser 220° c listo para que el agave y la manzanilla ingresen al horno.



FIGURA 9: PREPARACIÓN DEL HORNO

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Ingreso de la Materia Prima al horno**

Descripción: ingreso del agave y la manzanilla al horno.



FIGURA 10: DESHIDRATADO DE LA MATERIA PRIMA

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Enfriamiento**

Descripción: El proceso enfriamiento el agave y la manzanilla Deshidratada.



FIGURA 11: ENFRIAMIENTO

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Trituración**

Descripción: El proceso de trituración es la acción que consiste que el agave y la manzanilla entre para ser partir y desmenuzar en trozos pequeños y convertirlo en polvo.



FIGURA 12: TRITURACIÓN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Tamizado**

Descripción: En el proceso de tamizado se agrega el agave y la manzanilla se separan los sólidos formados por partículas de tamaño diferente.



FIGURA 13: TAMIZADO

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Mezclado**

Descripción: En el proceso de Mezclado se combinan el agave y la manzanilla ya tamizados.



FIGURA 14: MEZCLADO

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

- **Envasado**

Descripción: En el proceso de envasado se conserva el detergente terminado.



FIGURA 15: ENVASADO

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza

12.- Almacenamiento del Producto Final.

Descripción: Almacenamiento en bodega del producto terminado para la distribución necesaria.



FIGURA 16: ALMACENAMIENTO PRODUCTO TERMINADO

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Alex Vinueza

2.3.4.3 Precio.

A continuación se detalla el precio del producto que se va a ofertar, el cual ha sido calculado tomando como referencia el costo de fabricación de los productos que se va a comercializar.

2.3.4.4 Plaza.

La microempresa “Detergente Alex” estará ubicado en la Cotocollao, el cual es de fácil acceso ya que tiene como referencia la Iglesia “de Cotocollao” donde el cliente podrá llegar y adquirir el producto y serán personas en general.

2.3.4.5 Publicidad.

2.3.4.5.1 Nombre de la Empresa

DETERGENTE ALEX

2.3.4.5.2 Logotipo.



FIGURA 17: LOGOTIPO
Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Alex vinueza.

2.3.4.5.3 Significado de colores.

- El color café representa la salubridad. Si bien podría considerarse un poco aburrido, por otra parte representa la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, estabilidad y la salud.
- El verde es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.
- El color azul simboliza lo fresco, lo transparente. tiene un efecto tranquilizador para la mente y las empresas que utilizan el azul oscuro en su logotipo quieren transmitir la madurez y la sabiduría.
- Blanco significa pureza, limpieza e inocencia

- El color amarillo simboliza la alegría y lo vico. Tiene como significado la simpatía y se vincula con el sol y con la alegría de la luz. Es común ver este color en las ofertas de viajes a zonas cálidas de sol.

2.3.4.5.4 Slogan.

“ ESENCIAL POR LA ACCIÓN DE LA NATURALEZA ”

2.3.4.5.5 Material P.O.P.

2.3.4.5.5.1 Tarjetas de presentación



Vista frontal



Vista Posterior

FIGURA 18: TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex vinueza.

2.3.4.5.2 Flyers



FIGURA 19: FLYERS

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex vinueza.

2.4 Análisis FODA

TABLA 29: AMBIENTE EXTERNO

Nro.	Concepto	Oportunidad			Amenaza		
		Impacto			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Producto Interno Bruto (PIB)		x				
2	Tasa interés activa	x					
3	Tasa interés pasiva		x				
4	Pea	x					
5	Desempleo			x			
6	Tecnológico		x				
7	Clientes	x					
8	Inflación						x
9	Competencia					x	
TOTAL							
OPORTUNIDAD		2	4	1			
AMENAZA					0	1	1

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinueza.

Análisis: El resultado que nos brinda la tabla del FODA del ambiente externo de oportunidad y amenazas que influyen a la microempresa es 2 puntos de oportunidad de intensidad alta, con 4 puntos de intensidad media y con una de intensidad baja. Mientras que las amenazas es 1 punto en intensidad media y 1 punto de intensidad baja.

TABLA 30: AMBIENTE INTERNO

Nro.	Concepto	Fortaleza			Debilidades		
		Impacto			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Propuesta Estratégica		x				
2	Gestión Administrativa		x				
3	Gestión Operativa			x			
4	Gestión Comercial					x	
TOTAL							
FORTALEZA		0	2	1			
DEBILIDAD					0	1	0

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alex Vinuesa.

Análisis: El resultado que nos brinda la tabla del FODA del ambiente interno de fortalezas y debilidades que influyen a la microempresa es 2 puntos de fortalezas de intensidad media, y con 1 punto de intensidad baja. Mientras que las debilidades es 1 punto en intensidad media.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Según (EMPRENEDORES, 2012) Indica que:

“El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados” (pág. 122)

3.1 Análisis del consumidor

Es una intensidad de seres humanos que tiene ciertas necesidades por las cuales adquieren o consumen bienes y servicios. La cual intenta satisfacer, a partir de la adquisición de productos o de servicios que son proporcionados por el mercado.

3.1.1 Objetivo del Estudio del Mercado

Permite tener en cuenta el punto más fuerte y débil del proyecto de la empresa, realizando un estudio de mercado que proporcionará información sobre el cliente, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc. Estos datos le serán de mucha utilidad para evitar caer en los errores propios de la inexperiencia.

3.1.2 Objetivos específicos del estudio de mercado

- Determinar el mercado objetivo
- Analizar la oferta, demanda y demanda insatisfecha.
- Determinar la proyección de la oferta y demanda.
- Establecer la inversión requerida para el proyecto.

3.1.3 Segmentación del Mercado.

La finalidad de la presente segmentación reside en diversificar el mercado objetivo al que se dirigen los productos de la Microempresa “**DETERGENTE NATURAL ALEX**”, para de esta manera determinar necesidades, preferencia y nivel de consumo de la población de estudio.

TABLA 31: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Características Geográficas	Características Demográficas	Características Conductuales
Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Cotocollao	PEA: Madre familia y solteros/as Género indistinto: Hombre/ Mujer Nacionalidad: Indistinta Socioeconómico: Alta/Media/Baja/	Lealtad a la empresa Necesidad cubierta por el producto. Llegar a la satisfacción total del consumidor con el producto.

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Alex vinueza.

3.1.4 Determinación de la población y muestra.

3.1.4.1 Población

Según (AJIMEN, 2003) indica que “Es el conjunto de personas de varias culturas pero que habitan en un mismo país” (pág. 198).

TABLA 32: POBLACIÓN

Universo	N°
Población del último censo en Quito (2010).	2.239.191
Población Parroquia “Cotocollao”	16.472
PEA “Cotocollao” Madres de familia y solteros/as	4.118

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Alex vinueza.

3.1.4.2 Muestra

La muestra es analizada con la probabilidad de que las personas acepten a adquirir nuestro producto en el Norte de la ciudad de Quito, de la parroquia de “cotocollao” entre madres de familia y solteros/as.

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error de estimación

P = Probabilidad de ocurrencia "éxito"

Q = Probabilidad no ocurrencia "fracaso"

Z = Valor expresado en desviación típicos y que está en función de un nivel de confianza dado.

$$n = \frac{4.118(0.50)(0.50)(1.96)^2}{(4.118 - 1)(0.05)^2 + (0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{(4.118)(0.25)(3.84)}{4.117(0.0025) + (0.25)(3.84)}$$

$$n = \frac{3.953,28}{(10.29) + (0.96)}$$

$$n = \frac{3.953,28}{11.25}$$

$$n = 351.40$$

$$n = 351$$

3.1.5 Técnicas de obtención de información.

Según (Kristell, 2010) mencionó que “Es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento” (pág. 37).

Hay diferentes métodos de información como métodos de observación, encuestas y entrevistas.

Para el proyecto se mencionará el método de la **encuesta** para saber la información de cada cliente, con tabulaciones se observará si el producto llenará las expectativas, necesidades del cliente y tendrá la respectiva demanda.

3.1.5.1 Encuesta.

Es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos de investigación y llegar a conocer la respuesta requerida para el microempresa.

3.1.5.2 Formato.

Encuesta

Objetivo:

El objetivo es conseguir información para saber el nivel de aceptación sobre la implementación de una microempresa que se dedique a elaborar detergentes naturales a base de plantas medicinales en el sector de "Cotocollao", su uso es exclusivamente académico.

Datos Generales:

Nombre y Apellido: _____ Género: M F Edad: ____

Fecha: _____

➤ Marque con una X sus respuestas:

1. ¿Qué tipo de detergente utiliza Usted?

Polvo	
Líquido	
Barra	
Otros	

2. De las siguientes marcas de detergente ¿cuál o cuáles utiliza?

- Omo
- Deja
- Fab
- Otro

3. ¿Con qué frecuencia compra usted detergente?

- Diariamente Quincenalmente
- Semanalmente Mensualmente

4. ¿Conoce usted los componentes que conlleva un detergente?

SI NO

5. ¿En qué cantidad compra usted el detergente?

- 220gramos 900gramos
- 450gramos 2 kilo

6. ¿En base a la pregunta anterior (5) cuanto paga usted?

- 220 gr. \$0,80 900 gr. \$3,20
- 450 gr. \$1,60 2 kl. \$6,40

7. ¿Según sus preferencias ordene de 1(más importante) a 4 (menor importante), los siguientes elementos que consideraría al comprar un detergente.

Marca	
Precio	
Cantidad	

Tipo de envase	
----------------	--

8. ¿Usted está de acuerdo con el precio de le ofrece el mercado?

SI

NO

9. ¿Conoce Usted los beneficios de las plantas medicinales cabuya y manzanilla que brinda a la vestimenta?

CABUYA		MANZANILLA	
Durabilidad de la vestimenta		Fragancia	
Limpieza total en manchas		Suavidad	

SI

NO

10. ¿Usted conoce un detergente elaborado a base de plantas medicinales como la cabuya y la manzanilla?

SI NO

11. ¿Ud. Estaría dispuesto a utilizar el detergente natural?

SI NO

...GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

3.1.5 Análisis de la información.

Según (Ricardo, 2000), indica que,

“Es la decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma” (pág. 79).

Es la llamada lectura técnica que hace que el especialista de la información de textos impresos y/o automatizados en función de la satisfacción de una necesidad informativa de una comunidad de usuarios. En ella deben tenerse presente dos

Aspectos importantísimos "a quién" y "para qué" y la aplicación de operaciones de procesamiento.

3.1.4.1 Resultados de la encuesta dirigida a la sociedad.

Datos Generales.

¿Género?

TABLA 33: GÉNERO

DETA-LLE	FRECUEN-CIA	PORCENTAJE
Hombre	158	45.01%
Mujer	193	54.99%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

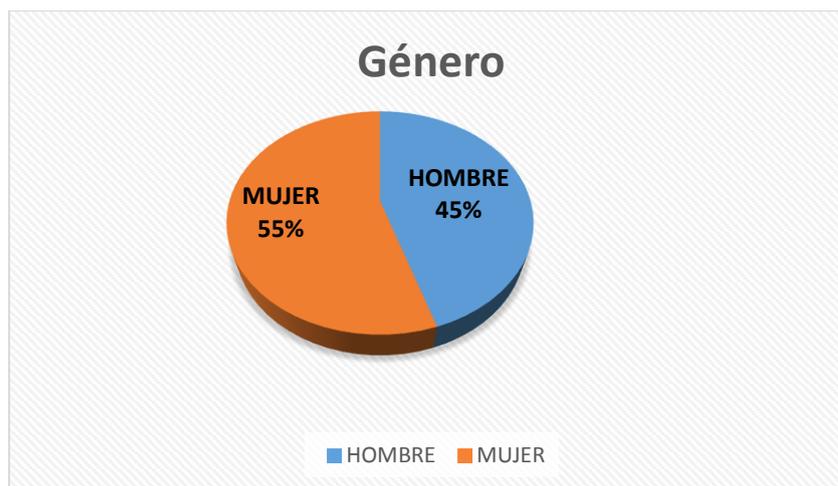


Gráfico. 1 Pregunta Género

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: Con respecto al género de las personas encuestadas son (45%) hombres, y el (55%) mujeres.

1. ¿Qué tipo de detergente utiliza Usted?

TABLA 34: PREGUNTA 1

DETA- LLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Polvo	178	50.71%
Líquido	83	23.64%
Barra	90	25.64%
Otros	0	0%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

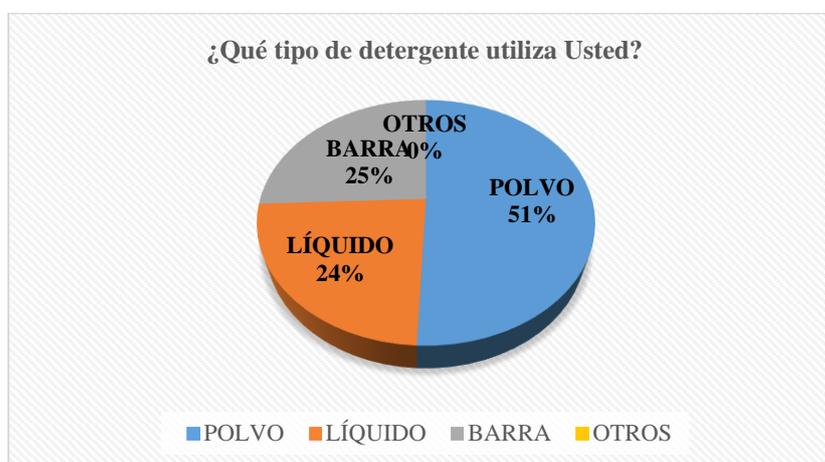


Gráfico. 2 Pregunta 1

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: se toma en cuenta que el 51% de la población encuestada menciona utiliza detergente en polvo, el 25% utiliza detergente en barra y el 24% de la población utiliza detergente líquido.

2. De las siguientes marcas de detergente ¿cuál utiliza?

TABLA 35: PREGUNTA 2

DETALLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Omo	137	39.03%
Deja	100	28.49%
Fab	38	10.83%
Otro	76	21.65%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

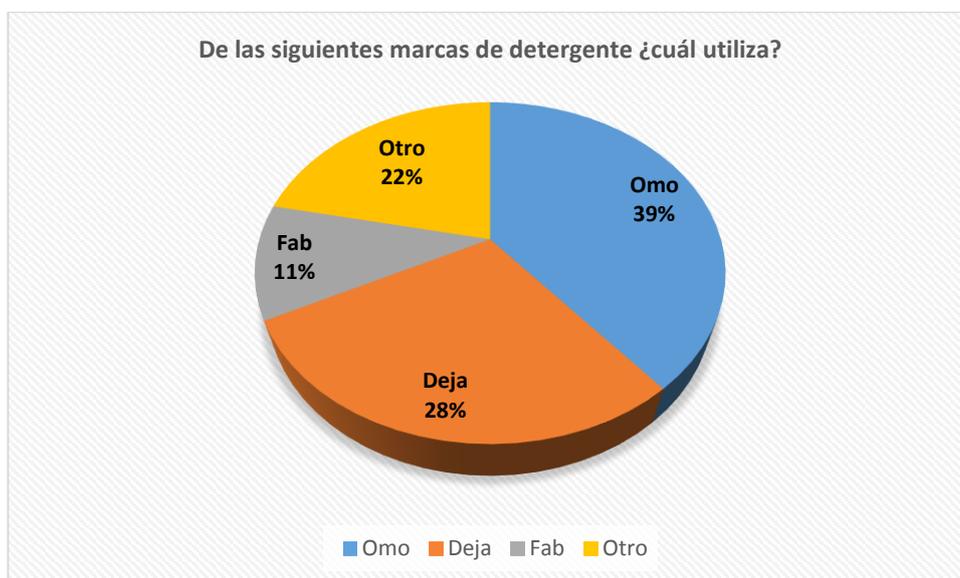


Gráfico.3 Pregunta 2

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: se observa que el 39% de la población encuestada menciona que utiliza el detergente OMO, el 28% menciona que a que utiliza el detergente DEJA, el 22% menciona que a que utiliza OTRO tipo de detergente y el 11% menciona que a que utiliza el detergente FAB

3. ¿Con qué frecuencia compra usted detergente?

TABLA 36: PREGUNTA 3

DETALLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Diariamente	71	20.23%
Semanalmente	132	37.61%
Quincenal- mente	100	28.49%
Mensualmente	48	13.67%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

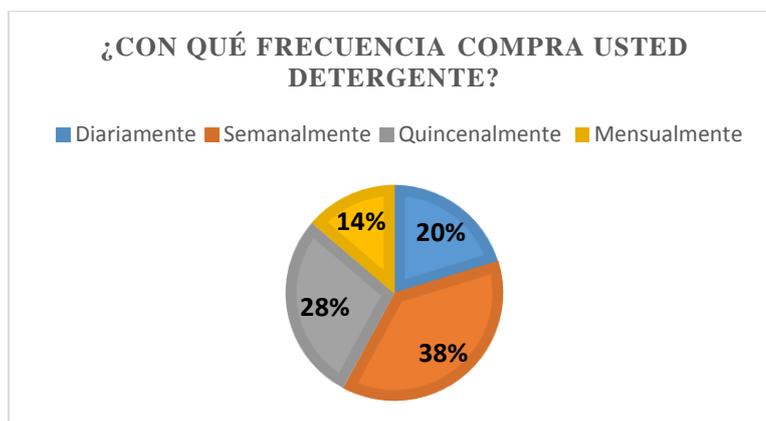


Gráfico. 4 Pregunta 3

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

La población encuestada menciona que el 38% adquiere el producto semanalmente, el 28% adquiere el producto quincenalmente, el 20% es diariamente y el 14% adquiere mensualmente.

4. ¿Conoce usted los componentes que conlleva un detergente?

TABLA 37: PREGUNTA 4

DETA- LLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Si	126	35.90%
No	225	64.10%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

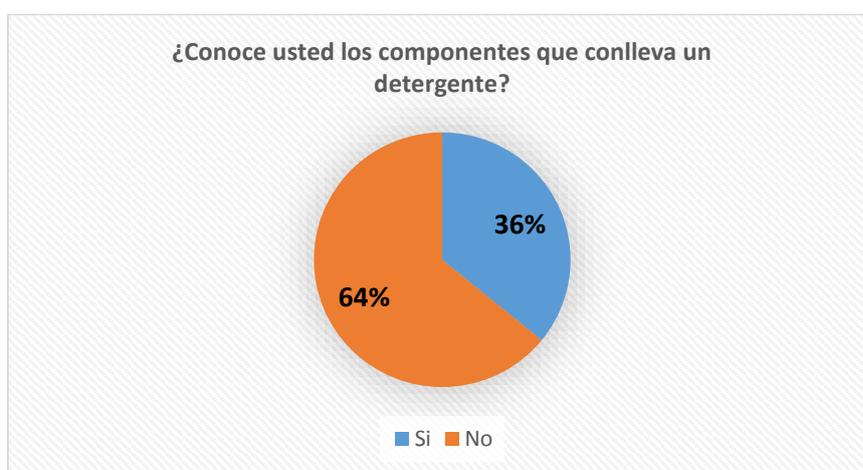


Gráfico. 5 Pregunta 4

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Se observa que, el 36% de la población encuestada menciona que si conoce los componentes que conlleva un detergente, mientras que el 64% de la población no conoce los componentes que conlleva un detergente, puede ser por falta de información o por poco interés del cliente.

5. ¿En qué cantidad compra usted el detergente?

TABLA 38: PREGUNTA 5

DETALLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
220 gr.	87	24.79%
450 gr.	149	42.45%
900 gr.	64	18.23%
2 kl.	51	14.53%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza



Gráfico. 6 Pregunta 5

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Nos indica que el 42% de la población encuestada compra el detergente de 450gr, el 25% de la población compra el detergente de 220 gr, el 18% de las personas encuestadas compra el detergente de 900gr y el 11% de las personas compra el detergente de 2 kl.

6. ¿En base a la pregunta anterior (5) cuanto paga usted?

TABLA 39: PREGUNTA 6

DETALLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
220 gr. \$0,80	49	13.96%
450 gr. \$1,60	170	48.43%
900 gr. \$3,20	85	24.22%
2 kl. \$6,40	47	13.39%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

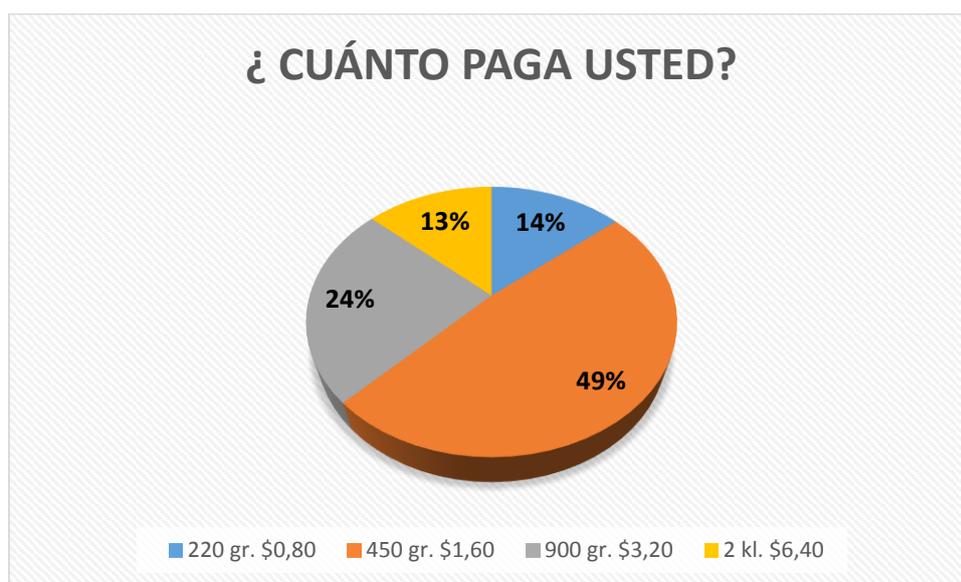


Gráfico. 7 Pregunta 6

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Los datos estadísticos nos indican que el 49% comprara el detergente de 450gr. La población está dispuesta a pagar \$1,60, el 24% por 900gr, la población está dispuesto a pagar \$3,20, el 14% de la población por 220gr, está dispuesto a pagar \$0,80 y el 13% por 2 kl paga \$6,40.

7. ¿Según sus preferencias ordene de 1 (más importante) a 4 (menor importante), los siguientes elementos que consideraría al comprar un detergente.

TABLA 40: PREGUNTA 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
cantidad	87	24.79%
Precio	149	42.45%
Marca	64	18.23%
Tipo de envase	51	14.53%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

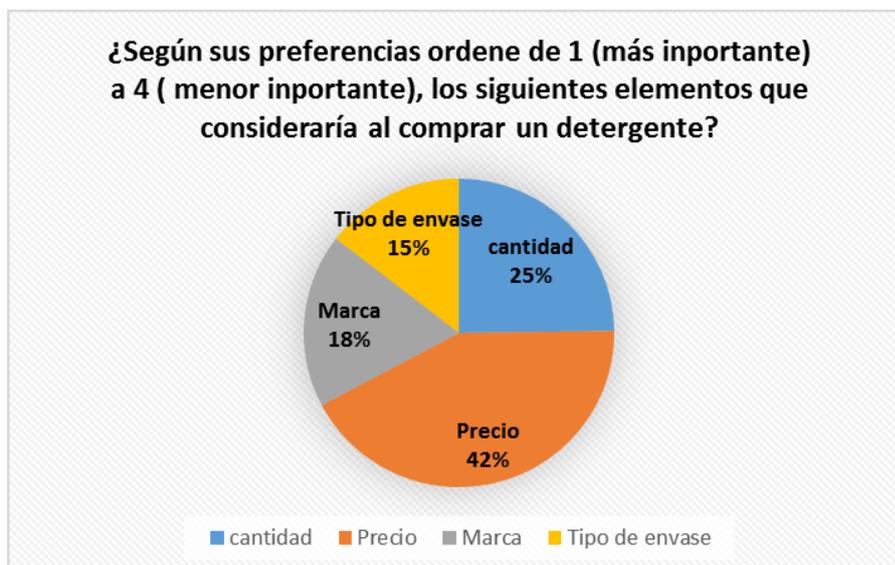


Gráfico. 8 Pregunta 7

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Los datos adquiridos nos indican que el 42% considera para comprar sería el precio, el 25% consideraría la cantidad del detergente, el 18% consideraría comprar según la marca y el 15% para comprar consideraría el tipo de envase del detergente.

8. ¿Usted está de acuerdo con el precio de le ofrece el mercado?

TABLA 41: PREGUNTA 8

DETA- LLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Si	126	35.90%
No	225	64.10%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

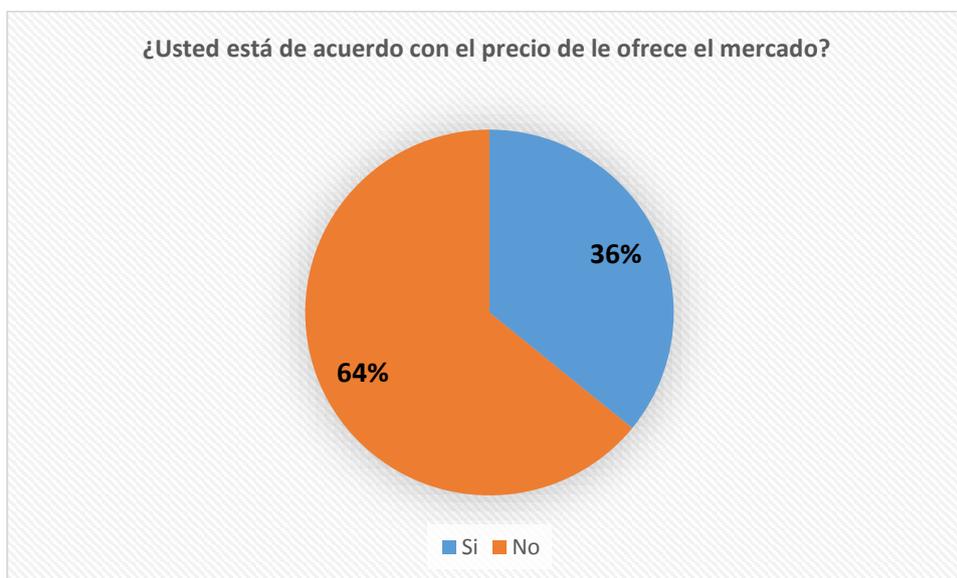


Gráfico. 9 Pregunta 8

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Indica que el 36% de la población encuestada menciona que no está de acuerdo con el precio que ofrece en el mercado, mientras que el 64% de la población menciona que si está dispuesta a cancelar lo que ofrece el mercado.

9. ¿Conoce Usted los beneficios de las plantas medicinales cabuya y manzanilla que brinda a la vestimenta?

TABLA 42: BENEFICIOS

CABUYA		MANZANILLA	
Durabilidad de la vestimenta		Fragancia	
Limpieza total en manchas		Suavidad	

TABLA 43: PREGUNTA 9

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	126	35.90%
No	225	64.10%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

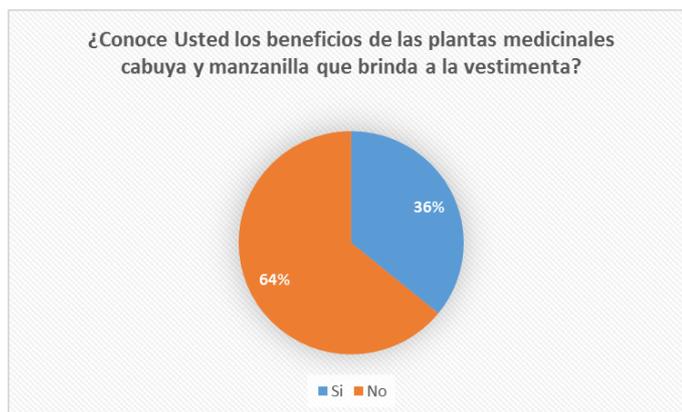


Gráfico. 10 Pregunta 9

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Se visualiza que el 64% de la población encuestada menciona que no conocen, los beneficios que brinda la cabuya y la manzanilla y con el 36% de la población dicen que si conocen los beneficios ya que es bien a provechoso para el proyecto.

10. ¿Usted conoce un detergente elaborado a base de plantas medicinales como la cabuya y la manzanilla?

SI NO

TABLA 44: PREGUNTA 10

DETA-LLE	FRECUEN-CIA	PORCEN-TAJE
Si	90	25.64%
No	261	74.36%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

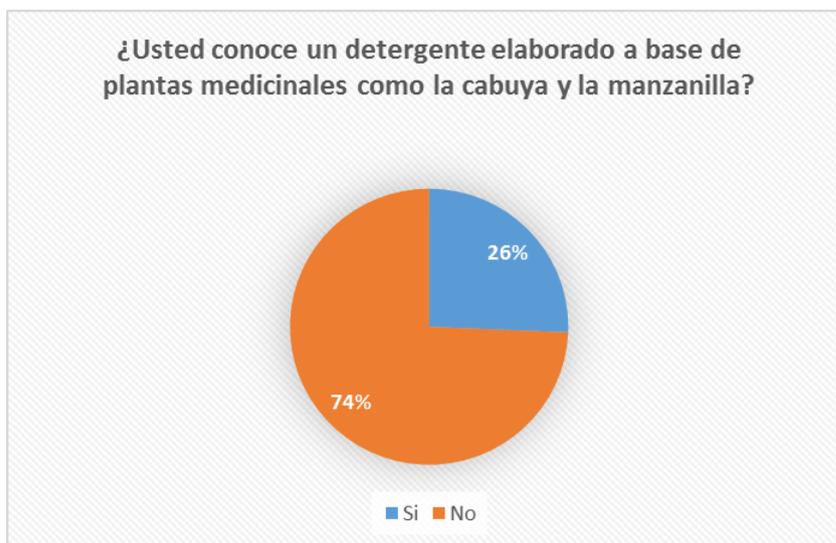


Gráfico. 11 Pregunta 10

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Nos indica que el 74% de la población encuestada menciona que no conoce un detergente realizado a base de plantas naturales, y el 26% menciona que si conoce el detergente realizado a base de plantas naturales, ya que es bien a provechoso para el proyecto.

11. ¿Ud. Estaría dispuesto a utilizar el detergente natural?

SI NO

TABLA 45: PREGUNTA 11

DETA- LLE	FRECUEN- CIA	PORCEN- TAJE
Si	299	85.19%
No	52	14.81%
Total	351	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

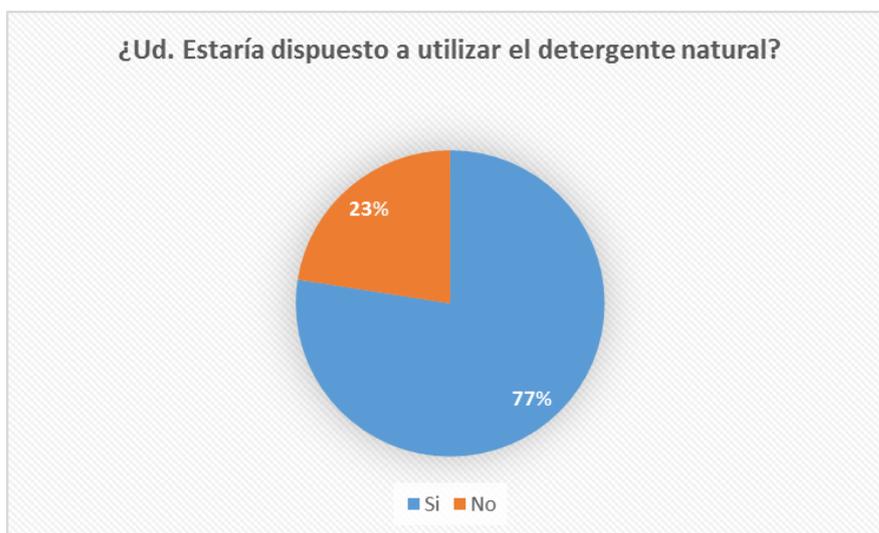


Gráfico. 12 Pregunta 11

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Se observa que el 77% de la población encuestada menciona que si adquiriría el detergente realizado a base de plantas naturales, y el 23% menciona que no adquiriría el detergente realizado a base de plantas naturales.

3.2 Oferta

Según (Baca Urbina G. , 2010) al referirse a la oferta es “Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes o llamados productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (pág. 96)”

3.2.1 Oferta Histórica

Según (UNIERSO, 2009) Menciona que “En el mercado una gran variedad de productos y marcas de detergentes; en bolsitas y bolsones de todos los colores los hay con aromas, sin aroma, con anillos y cristales de poder y sobre todo con aroma a limón, a bebé y a flores” (pág. 89).

Para Unilever, el negocio de detergentes en Ecuador es uno de los más importantes entre los que tienen en la región andina. En el mercado posee la mayor participación con Deja, la marca con 51 años de creación, que adquirió en 1997 a Jabonería Nacional.

- Detergente Deja 70% de participación en el mercado ecuatoriano.
- Detergentes (Omo y Surf), 46% de participación mercado ecuatoriano.

TABLA 46: OFERTA HISTÓRICA

AÑO	OFERTA HISTORICA	DÓLARES
2010	1.839 toneladas	40'053.156,00
2011	2.875	49'336.500,00
2012	3.024	69'802.625,00
2013	3.908	78'589.894,00
2014	4.500	99'895.258,00

Fuente: INEC
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Como se puede apreciar en el en tabla la oferta tiene una tendencia de crecimiento en el mercado nacional.

3.2.2 Oferta Actual.

La investigación realizada en la encuesta dio como resultado que la oferta actual está calculada según la aceptación por el precio referencial de la encuesta, de tal manera que la oferta pueda cubrir la demanda, todo esto según la relación demanda oferta.

TABLA 47: OFERTA ACTUAL

OFERTA ACTUAL			
AÑO	DEMANDA	ACEPTACIÓN DE LA	OFERTA
	PROYECTADA	COMPETENCIA (%)	PROYECTADA
2015	\$109.774,40	0,3590%	39.409,01

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

3.2.3 Oferta Proyectada.

TABLA 48: OFERTA PROYECTADA

OFERTA PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA	ACEPTACIÓN DE LA	OFERTA
	PROYECTADA	COMPETENCIA (%)	PROYECTADA
2016	111.442,97	0,3590	40.008,03
2017	113.136,90	0,3590	40.616,15
2018	114.856,58	0,3590	41.233,51
2019	116.602,41	0,3590	41.860,27
2020	118.374,76	0,3590	42.496,54

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: los datos estadísticos obtenidos de la oferta proyectada que va en aumento, además es importante conocer este dato ya que indica cual debe ser la oferta de nuestro producto en el mercado.

3.3 Demanda

Según, (Baca Urbina G. , 2010) al referirse a la demanda menciona “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado, (pág. 102)”

3.3.1 Demanda Histórica

Según (Baca Urbina G. , 2010) menciona que “El producto con más demanda, Señala que el jabón de lavar tiene 42,3% del mercado. El detergente en polvo tiene 40,9% del mercado. Luego están lava vajillas (5,8), cloros (4%) y otros (7%). (pág. 106)”

Censo Económico del INEC, en el 2010 se contabilizaron a escala nacional 1 770 establecimientos que ofrecían lavado y limpieza en seco de prendas de vestir, cada vez hay más población, más ropa y por eso se necesita más detergente en los negocios y en los hogares, y continuamente los demandantes adquieren el detergente.

Detergente deja una de la marca más reconocida del país, ya que brinda muchos beneficios para la ropa y constante a esto sus precios cómodos para el demandante.

- 70% de participación en el mercado ecuatoriano, que entre todas las marcas se calcula que demanda 4.500 toneladas mensuales de detergentes.

3.3.2 Demanda Actual.

Para el cálculo de la demanda actual se ha considerado la aceptación, la frecuencia y el precio determinados en la encuesta.

TABLA 49: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

POBLACION		4.118
MUESTRA		351
<u>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</u>		
ACEPTACIÓN		
Población de la investigación.	Porcentaje de la aceptación.	Aceptación del producto.
4.118	85,19%	3.508,12 hab.
FRECUENCIA AL CONSUMIR		
Población aceptada del producto.	Porcentaje de frecuencia al consumir.	Frecuencia del producto a consumir por semana.
3.508,12	0.3761*52	68.609,00 hab.
DEMANDA ACTUAL EN DÓLARES		
Frecuencia del producto a consumir por semana.	Precio en dólares	Demanda actual en dólares. 2015
	\$1,60 (450 gr)	
68.609,00	\$1,60	\$109.774,40

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

3.3.3 Demanda Proyectada.

La demanda proyectada se tomó de la demanda actual por la tasa de crecimiento poblacional, desde el año 2015 hasta el 2020.

TABLA 50: DEMANDA PROYECTADA

DEMANDA PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA
	ACTUAL	POBLACIONAL	PROYECTADA
2016	109.774,40	1,0152	111.442,97
2017	111.442,97	1,0152	113.136,90
2018	113.136,90	1,0152	114.8556,58
2019	114.856,58	1,0152	116.602,41
2020	116.602,41	1,0152	118.374,76

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Con el cálculo de la demanda proyectada se puede observar que el cliente adquiere el detergente natural en el sector de Cotacollao, es importante conocer este dato, ya que puede existir nuevas ideas durante el transcurso del tiempo para innovar y llamar la atención del cliente.

3.4 Balance de Oferta y Demanda.

Según (Baca Urbina G. , 2010) El conocimiento de la demanda y oferta proyectada permitirá conocer la demanda disponible del proyecto. Para determinar un equilibrio que hay entre la producción y la venta (pág. 147)

3.4.1 Balance Actual.

En este proyecto se utilizó información asignada de la encuesta realizada en el sector de cotocollao donde se implementará el proyecto, desglosada por las preguntas más relevantes necesarias del mercado al que se pretende ingresar y los resultados son:

TABLA 51: BALANCE ACTUAL

BALANCE ACTUAL			
AÑO	DEMANDA PROYEC- TADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFE- CHA
2015	\$109.774,40	39.409,01	70.365,39

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

3.4.2 Balance Proyectado.

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, para establecer directamente la denominada demanda insatisfecha.

TABLA 52: BALANCE PROYECTADO

BALANCE PROYECTADO			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA
	PROYEC- TADA	PROYEC- TADA	INSATISFE- CHA
2016	111.442,97	40.008,03	71.434,94
2017	113.136,90	40.616,15	72.520,75
2018	114.856,58	41.233,51	73.633,07
2019	116.602,41	41.860,27	74.742,14
2020	118.374,76	42.496,54	75.878,22

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Esta demanda insatisfecha es importante conocer ya que se la debe direccionar y aprovechar de manera correcta y oportuna, ya que al no tomarla en cuenta con el grado de importancia que representa esta puede convertirse en un alto riesgo a futuro para la microempresa, siendo que para el año 2020 esta demanda insatisfecha se incrementará a 75.878,22 cantidad razonable y viable para esta microempresa, con el tiempo se tomará nuevas estrategias para ser nombrados en el mercado nacional.

CAPÍTULO IV:

4. ESTUDIO TÉCNICO.

Según (Baca Urbina, 2010), indica que.

“Al referirse al estudio técnico señala que es el diseño de una planta manufactura y la optimización de todas sus áreas, incluso las actividades que se realizan en cada una de ellas, es una de las partes de la metodología de la evaluación de proyectos más desafiantes” (pág. 74)

El objetivo del estudio técnico, es determinar la locación óptima de la planta, el tamaño de la misma, la infraestructura, la maquinaria y el equipo que se utilizará para ofrecer productos de calidad a los potenciales clientes.

4.1 Tamaño del proyecto.

Según (POSAS, 2012), señaló que. “Depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño” (pág. 48)

DETERGENTE NATURAL ALEX, efectuará un espacio para poder acoplar los recursos, para poder elaborar un buen producto.

4.1.1 Capacidad instalada.

Según (Baca Urbina, 2010) indica que, “Es el diseño de una planta manufactura y la optimización de todas sus áreas, incluso las actividades que se realizan en cada una de ellas” (pág. 74)

La capacidad instalada del proyecto cuenta con un galpón, es de 414mts², que están distribuidos en las siguientes áreas:

TABLA 53: CAPACIDAD INSTALADA

ÁREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área Administrativa	4m x 4m	=16,00m ²
Área de Ventas	4m x 4m	=16,00m ²
Área de Recepción y Despacho	8m x 8m	=64,00m ²
Área de Almacenamiento M.P	8m x 8m	=64,00m ²
Área de Producción	11m x 11m	=121,00m ²
Área de Almacenamiento P.T	8m x 8m	=64,00m ²
Baños (3)	(4m x 2m)*3	=24,00m ²
Corredores	1m de ancho	=25,00m ²
Área de parqueadero	5m x 4m	=20,00m ²
TOTAL		414,00m²

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

4.1.2 Capacidad óptima.

La capacidad óptima del proyecto está dada por los departamentos que lo conforman, descartando parqueadero, que da un total de 369m².

TABLA 54: CAPACIDAD ÓPTIMA

ÁREAS	MEDIDAS	TOTALES
Área Administrativa	4m x 4m	=16,00m ²
Área de Ventas	4m x 4m	=16,00m ²
Área de Recepción y Despacho	8m x 8m	=64,00m ²
Área de Almacenamiento M.P	8m x 8m	=64,00m ²
Área de Producción	11m x 11m	=121,00m ²
Área de Almacenamiento P.T	8m x 8m	=64,00m ²
Baños (3)	(4m x 2m)*3	=24,00m ²
TOTAL		369,00m²

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Alex Vinueza

4.2 Localización.

Según (ENRIQUEZ, 2009), “Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo”, (pág. 89).

4.2.1 Macro-localización.

Se refiere a la zona donde se situará la empresa, ubicándolo dentro del país, provincia, cantón y ciudad al que pertenece.

Con respecto a lo macro localización “ Detergente Natural Alex” se ubicara en el país Ecuador, la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, parroquia “Cotocollao”

TABLA 55: MACRO-LOCALIZACIÓN

PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTÓN	QUITO
PARROQUIA	COTOCOLLAO

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

Figura. 19: Macro-localización.



Fuente: Googlemaps.com

4.2.2 Micro-localización.

El proyecto estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia de Cotocollao, Barrio 25 de Mayo, en la Av. 25 de Mayo y Libertador.

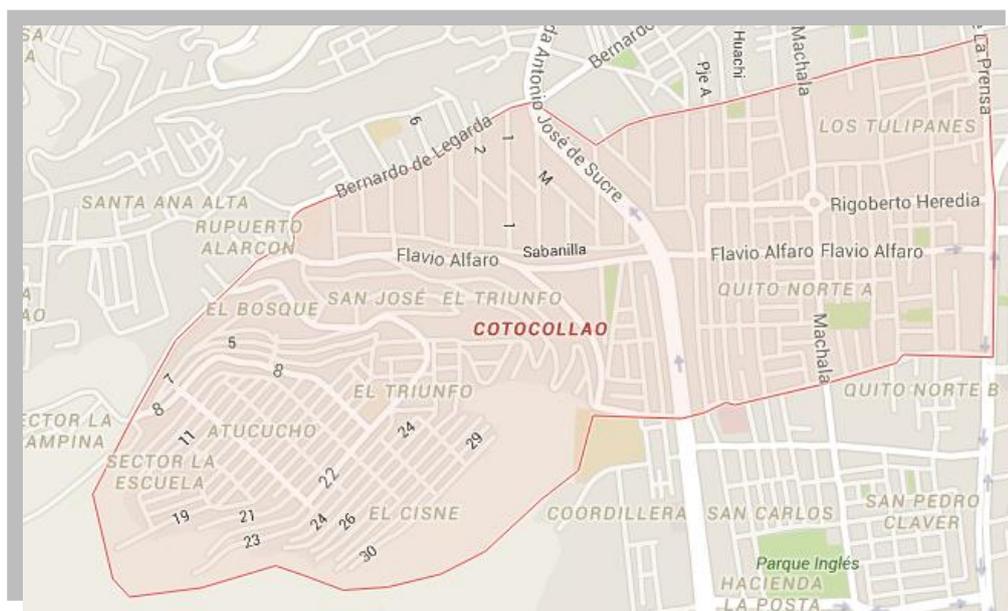
TABLA 56: MICRO-LOCALIZACIÓN

CIUDAD	QUITO
SECTOR	NORTE DE LA CIUDAD
ADMINISTRACIÓN	DELICIA
PARROQUIA	COTOCOLLAO
BARRIO	25 DE MAYO
CALLE	AV. 25 DE MAYO Y LIBERTADOR

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Alex Vinueza

Figura. 20: Micro-localización.



Fuente: Googlemaps.com

4.2.3 Localización Óptima.

Pertenece a la cuál va hacer el espacio y como será distribuido de acuerdo a los equipos necesarios para la implementación del negocio.

Figura. 21: Localización Óptima.



Fuente: Googlemaps.com

4.2.3.1 Matriz de Factores Relevantes

TABLA 57: MATRIZ DE FACTORES RELEVANTES

Factores Relevantes	Ponderación	Av. 25 de Mayo y el libertador.		Av. Unión y progreso y Av. 25 de Mayo		Av. Machala y el Libertador.	
		Califi.	Total	Califi.	Total	Califi.	Total
Costos de Renta	0,10	10	1,00	8	0,80	8	0,80
Vías de Acceso	0,15	5	0,75	5	0,75	8	1,20
Cercanía del Mercado	0,20	7	1,40	5	1,00	5	1,00
Medio de Transporte	0,10	10	1,00	10	1,00	7	0,70
Seguridad	0,20	8	1,60	9	1,80	5	1,00
Competencia	0,15	5	0,75	5	0,75	8	1,20
Parqueadero	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,80
Total	1,00	54	7,40	50	6,90	49	6,70

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

Aporte

La localización será en la **AV. 25 DE MAYO Y EL LIBERTADOR**, ya que se observa en el total del lugar que da un **7,40** lo que demuestra una ventaja en costo de sus factores relevantes.

4.3 Ingeniería del producto

Tiene como objeto el diseño y desarrollo del producto, desde la idea hasta la puesta en el mercado. Este estudio busca resolver todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento de la planta.

4.3.1 Definición del bien o del servicio

4.3.1.1 Definición del bien

El bien es una mercancía producida con el fin de satisfacer la necesidad del consumidor.

El detergente natural, es un producto novedoso en el mercado y acogido por la demanda, según la encuesta realizada en el sector. Este producto será producido eficiente y eficazmente, para la adquisición del cliente.

4.3.1.2 Definición del servicio

El servicio es una actividad intangible que buscan satisfacer la necesidad del consumidor. Hacen parte de la actividad económica del sector terciario de

la economía en donde se brindan servicios como: educación, banca, seguros, salud, comunicaciones, transporte, seguridad, etc.

4.3.2 Distribución de la planta.

La distribución de la planta se mostrara con la elaboración de la matriz triangular, dónde se tomara las razones y códigos de cercanía por departamento.

4.3.2.1 Código de cercanía.

TABLA 58: MATRIZ DE FACTORES RELEVANTES

CÓDIGOS DE CERCANÍA	
CO-DIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

4.3.2.2 Razones de cercanía.

TABLA 59: FACTORES DE CERCANÍA

RAZONES DE CERCANÍA	
CO-DIGO	DESCRIPCIÓN
1	Secuencia de procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

4.3.2.3 Matriz triangular.

Figura.22: Matriz triangular.

Área Administrativa									
Área de Ventas	E2								
Área de Recepción y Despacho	I1	E2	I1						
Área de almacenamiento de M.P	A1	O1	X5	I2	I1				
Área de Producción	A1	O1	O1	X5	X4	I5			
Área de almacenamiento del P.T	A1	O1	X5						
Baños	U2								

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

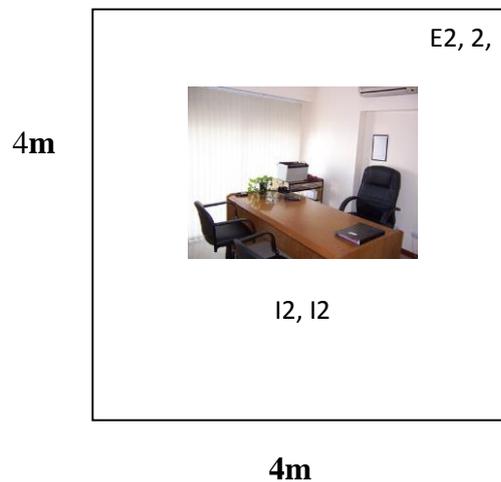
4.3.2.4 Tabulación de la matriz.

TABLA 60: TABULACIÓN DE LA MATRIZ

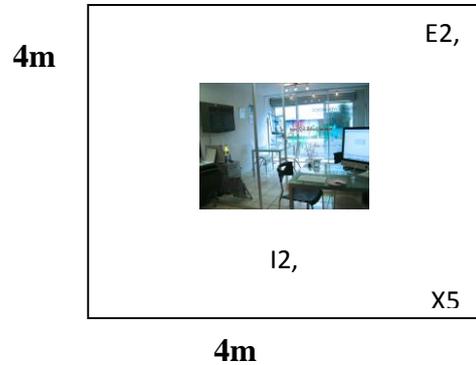
A		E
	I	
O	U	X

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinuesa

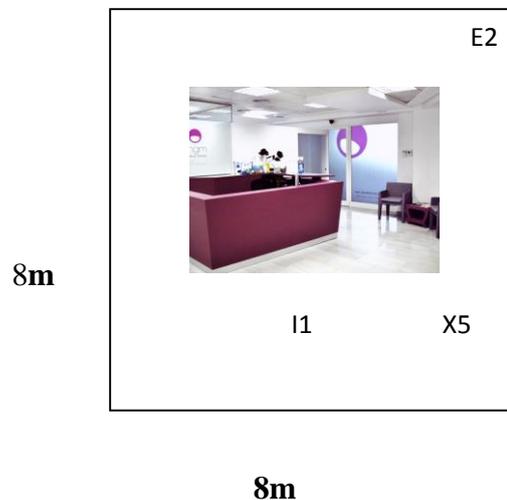
Área de Administración: esta ocupará un espacio de aproximadamente 16m², donde se instalará una oficina para el administrador, un espacio de espera donde llegaran los proveedores, personal y clientes que se relacionen con el administrador.



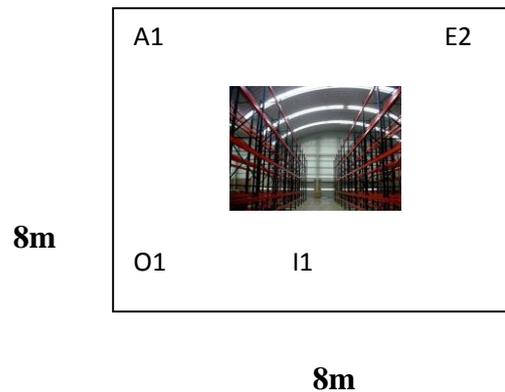
Área de Ventas: cuenta con un espacio de 16m^2 , es el área designada para investigación de mercado y las negociaciones de venta del producto.



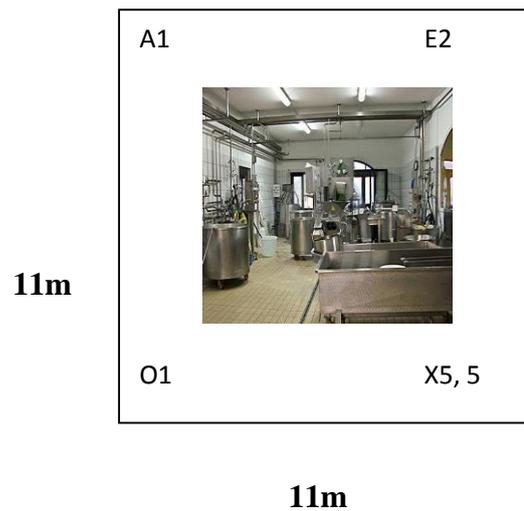
Área de Recepción y Despacho: cuenta con un espacio de 64m^2 , es el área designada para la recepción de la materia prima, se colocará una balanza e implementos necesarios para controlar la mercadería recibida. Además, contará con el espacio para el despacho del producto.



Almacenamiento de M.P: El área de almacenamiento de los diferentes productos, serán depositados en estanterías en un espacio libre de contaminación, con el fin de dar mayor durabilidad. Cuenta con 64m^2 en donde se colocarán estanterías, equipos de enfriamiento y otros.



Área de Producción es el área en la que se procesará la materia prima e insumos para la fabricación del producto. Tiene unos 121m^2 , contará con tanque de maceración, marmita, tostador, envasador, y otros

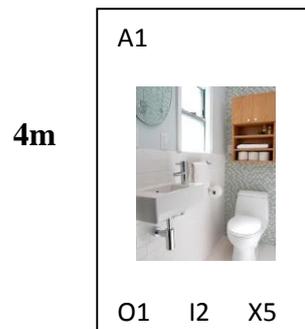


Almacenamiento de P.T: El área de almacenamiento de los diferentes productos, serán depositados en estanterías en un espacio libre de contaminación, con el fin de dar mayor durabilidad. Cuenta con 64m^2 en donde se colocarán estanterías, equipos de enfriamiento y otros.



8m

Baños: son los sanitarios necesarios en la empresa. Existen en total 3 baños, uno para el uso administrativo, otro para uso externo, y un baño que serán utilizados por los miembros de la empresa. La dimensión total de los 3 baños es de 24m².



4m

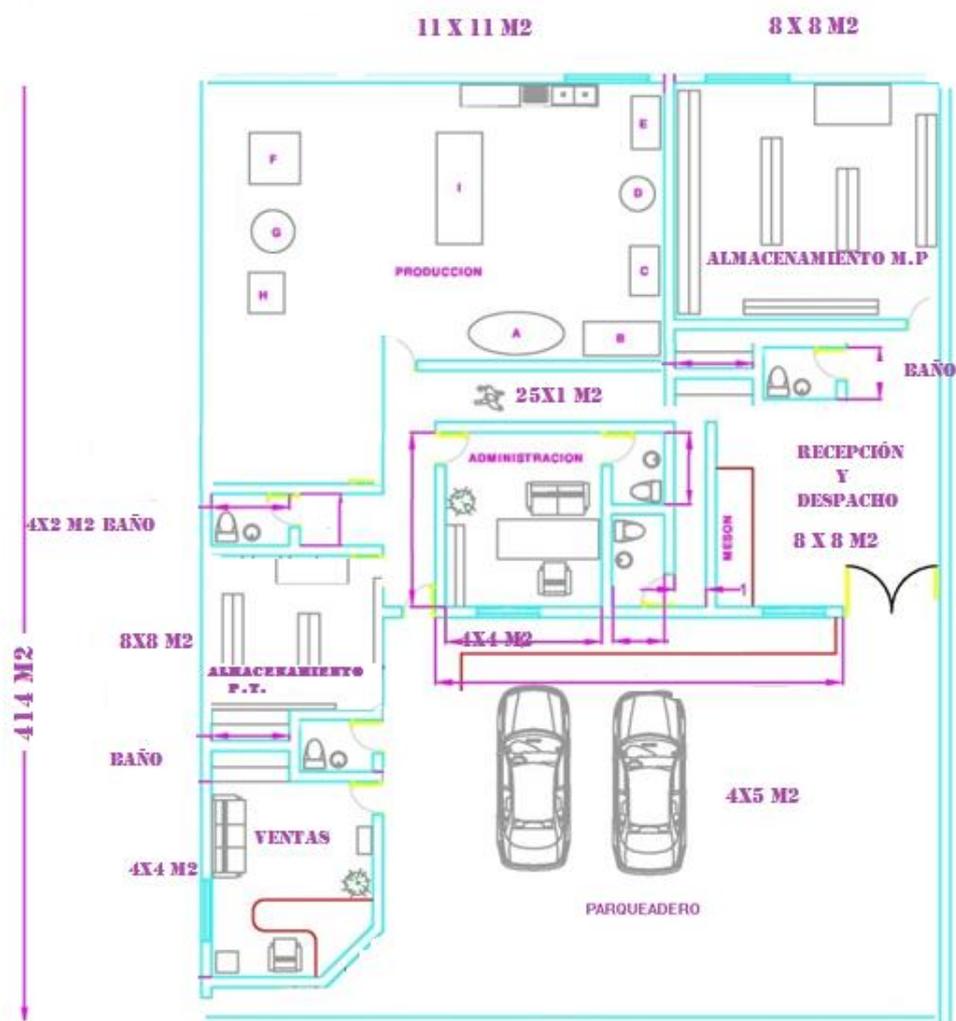
2m

Área de parqueadero: El área del parqueadero cuenta con 20m² con capacidad para 2 autos, con veredas de acceso a las oficinas y espacio destinado para el embarque y desembarque de la materia prima y los productos terminados.



4.3.2.5 Plano de Instalaciones.

Figura.23: Plano de Instalaciones.

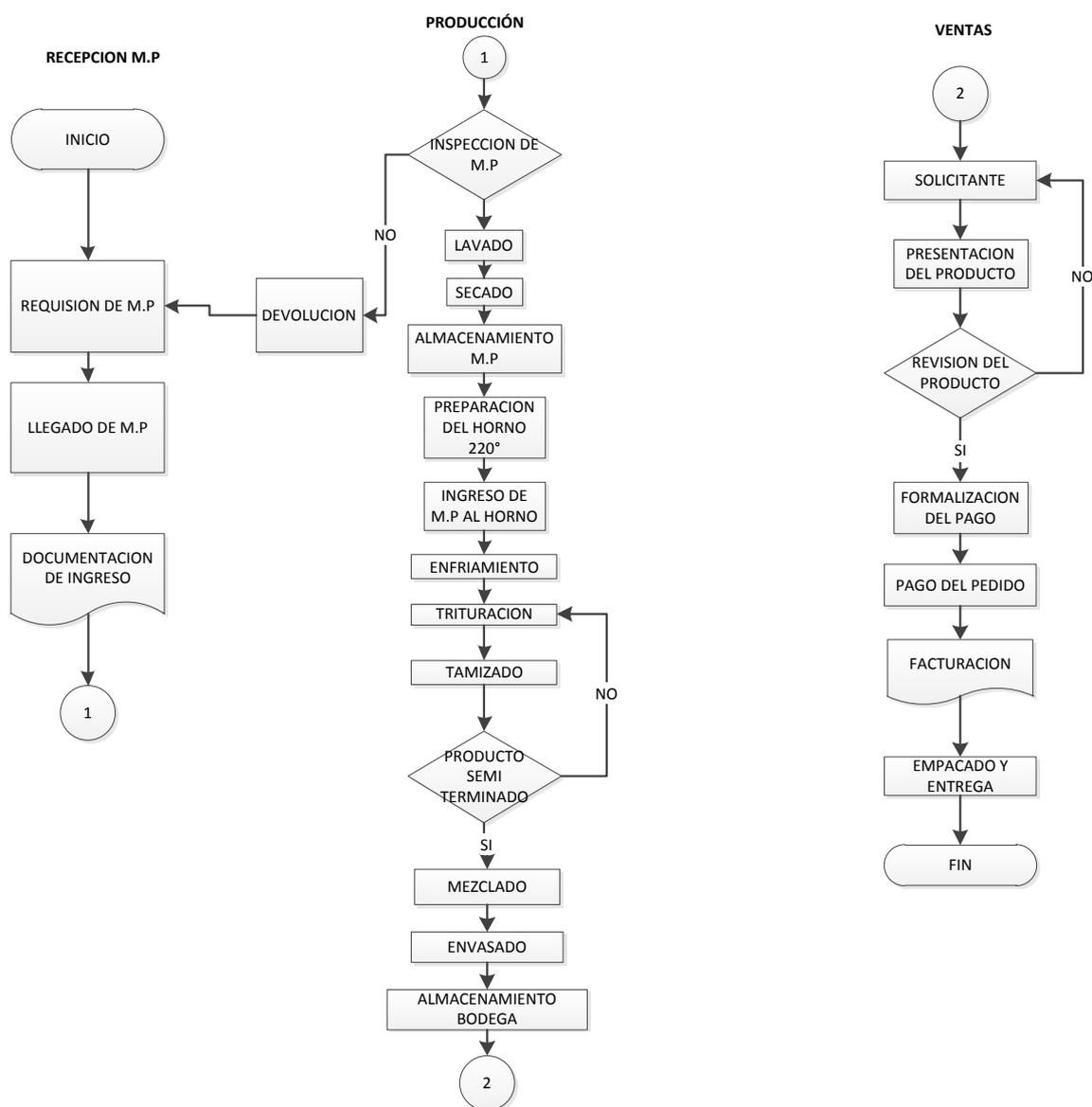


Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

4.3.3 Proceso productivo.

El proceso productivo representa el proceso de transformación de la materia prima mediante la maquinaria y la tecnología necesaria para su elaboración.

Figura.24: Flujo grama de Producción.



Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

4.3.4 Maquinaria y Equipos.

La maquinaria y equipos que la empresa necesitará para la elaboración del detergente natural, deberán cumplir con estándares que permitan obtener un producto terminado de óptima calidad.

Para lo que se necesitan los siguientes equipos:

TABLA 61: MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO DE ACTIVOS				
Descripción	cantidad	Costos		Total bruto
		C. Unitario	Costo total	
ACTIVOS FIJOS				
Terreno	1	\$ 15.000	\$ 15.000	
Construcción (Galpón)	1	\$4.000	\$4.000	
Vehículo	1	\$8.000	\$8.000	
Total Activo Fijo				\$ 27.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Horno industrial	1	\$1.000,00	\$1.000,00	
Triturador (Molino)	1	\$800,00	\$800,00	
Fuentes llantas	6	\$5,50	\$33,00	
Manguera de presión	1	\$50,00	\$50,00	
Tamizadora	1	\$400,00	\$400,00	
mezcladora	1	\$400,00	\$400,00	
Empacadora industrial	1	\$490,00	\$490,00	
Balanza	1	\$80,00	\$80,00	
Total maquinaria y equipo				\$3.253,00
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio	4	\$120,00	\$480,00	
Sillas de oficina	8	\$20,00	\$160,00	
Mostradores	3	\$10,00	\$30,00	
Adecuaciones Instalaciones			\$3.000,00	
archivador	4	\$100,00	\$400,00	
Total muebles y enseres				\$4.070,00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadora	4	\$198,00	\$792,00	
Impresora	2	\$69,50	\$139,00	
Caja Registradora	1	\$130,00	\$130,00	
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN				\$1.061,00
EQUIPO DE OFICINA				
Teléfono	4	\$11,00	\$44,00	
Perforadora	4	\$2,50	\$10,00	
Grapadora	4	\$2,50	\$10,00	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA				\$64,00
TOTAL ACTIVOS				\$ 35.448,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: Este cuadro de activos será el que se tomará en cuenta para empezar con el cumplimiento y obligaciones de la pymes “Detergente Natural Alex”, para satisfacer las necesidades del consumidor, de la mejor manera.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Según (TORO, 2010) menciona que “Es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. (pág. 85)

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Según (GERENCIE.COM, 2010) indica que “Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa” (pág. 6)

Según (GERENCIE.COM, 2010) Hace referencia que “Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal” (pág. 8)

- MOD (Mano de obra directa)
- MPD (Materia prima directa)
- CIF (Costos indirectos de fabricación)

5.1.1 MOD (Mano de Obra Directa)

Según (ECO-FINANZAS, 2013) indica que “Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios cualificados de la empresa” (pág. 22)

TABLA 62: MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIP- CION	V/UNITA- RIO	10° TER- CERO	10° CUARTO	FOND RE- SERVA	APORTE AL IESS 11,15%	T/MEN- SUAL	T/ ANUAL
JEFE PROD.	450,00	37,50	29,50	37,49	50,18	604,66	7.255,92
OPERARIO	354,00	29,50	29,50	29,49	39,47	481,96	5.783,51
TOTAL						1.086,62	13.039,43

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.1.2 MPD (Materia Prima Directa)

Según (GONZALEZ, 2013) indica que “son aquellos elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final” (pág. 78)

TABLA 63: MATERIA PRIMA DIRECTA

CONCEPTO	CANTI- DAD	ME- DIDA	CANT DESIDR.	C/UNITA- RIO	C/TOTAL DIA- RIO
AGAVE	450	LB.	400	0,12	54,00
MANZANI- LLA	100	LB.	80	0,08	8,00
TOTAL				0,20	62,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

En el proceso de transformación se termina el 12.72% de deshidratación de la materia prima, y los días laborales serán 22 días (cada mes).

TABLA 64: MATERIA PRIMA MENSUAL

CONCEPTO	C/UN/ DIARIA	CANT/ MENSUAL	ME- DIDA	PROD. MENSUAL	C/ UNITA- RIO	C/ MEN- SUAL	C/ANUA L
AGAVE	450	9900	LB	8800	0,12	1.188,00	14.256,00
MANZA- NILLA	100	2200	LB	1760	0,08	176,00	2.112,00
TOTAL				10560	0,20	1.364,00	16.368,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 65: COSTO UNITARIO

HOJA DE COSTOS											
Producto:		detergente			Tiempo:		1 minutos				
Cantidad:		1									
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA			CIF				
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL	Actividad	Costo Unit.	TOTAL	Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL	
agave	1	0,12	0,12	procesos	0,03	0,03	luz	1	0,002	0,002	
manzanilla	1	0,08	0,08				agua	1	0,02	0,02	
							envase	1	0,04	0,04	
			0								
TOTAL			0,2	TOTAL	0,03	0,03			0,06	0,06	
RESUMEN:											
MPD		0,20		MOD		0,03		CIF		0,06	
CP		0,29		MU:		125%		PVP		0,66	
		0,37									

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 66: PRODUCCIÓN DIARIA

DETERMINACIÓN DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			
Tiempo de producción unitario		1	minutos
Tiempo de producción diario		480	minutos
Producción diaria unitaria		480	detergente
Número de días laborados al mes		22	días
Total Producción Mensual		10560	detergente
Total Producción Anual		126720	detergente
Precio de Venta al Público		0,66	Dólares
Total Ingresos por detergente		83.255,04	Dólares
Nivel de aceptación del mercado		85%	Porcentaje
Producción óptima		70.924,97	Dólares

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.2 CIF (costos indirectos de fabricación)

Según (LELIDADDY, 2012) menciona que “aquellos costos de producción que no son ni materiales directos ni mano de obra directa, “El problema” consiste en saber asignarlos (cargarlos) convenientemente en las distintas ordenes de producción” (pág. 66)

TABLA 67: SERVICIOS BÁSICOS

CON-CEPTO	C/ MEN-SUAL	C/ ANUAL	PRODUC-CION 30%	ADMINISTRA-CION 35%	VENTAS 35%
AGUA	18,00	216,00	64,80	75,60	75,60
LUZ	30,00	360,00	108,00	126,00	126,00
TOTAL1	48,00	576,00	172,80	201,60	201,60
				ADMINISTRA-CION 70%	VENTAS 30%
TELE-FONO	15,00	180,00		126,00	54,00
INTER-NET	24,00	288,00		201,60	86,40
TOTAL2	39,00	468,00		327,60	140,40
TOTAL	87,00	1.044,00	172,80	529,20	342,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 68: IMPLEMENTO DE SEGURIDAD

CONCEPTO	COSTO	CANTIDAD	C/MENSUAL	C/ANUAL
GUANTES	0,10	4	0,40	4,80
MASCARILLA	0,15	2	0,30	3,60
MANDIL	5,00	1	5,00	60,00
PROT. DE CA-BELLO	1,50	2	3,00	36,00
TOTAL	6,75		8,70	104,40

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 69: MATERIAL DE ENVASADO

CONCEPTO	MEDIDA	COSTO	CANT/MENSUAL	C/MENSUAL	C/ANUAL
FUNDAS	1 LIBRA	0,04	10560	422,40	5.068,80
TOTAL	0,00		10560	422,40	5.068,80

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 70: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CONCEPTO	C/MENSUAL	C/ANUAL	CANT/MENSUAL	P/UNITARIO
SERV. BASI-COS	14,40	172,8	10560	0,02
IMPL. DE SE-GUR.	8,70	104,4	10560	0,00
ENVASADO	422,40	5068,8	10560	0,04
TOTAL	445,50	5.346,00	10560	0,06

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 71: COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIO

CONCEPTO	C/UNITARIO
MOD	0,03
MPD	0,20
CIF	0,06
TOTAL	0,29

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 72: INGRESOS OPERACIONALES

CONCEPTO	VALOR
costo de producción	\$ 0,29
Utilidad (125%)	\$ 0,37
P.V.P	\$ 0,66
Producción mensual	10560
ingreso mensuales	\$ 6.937,92
ingresos anual	\$ 83.255,04

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: Continuamente se procederá a proyectar en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del sector, la cual asciende a 1,0152.

TABLA 73: INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑO	INGRESO ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	INGRESOS PROYECTADOS
año base 2015	\$ 83.255,04	1	\$ 83.255,04
2016	\$ 83.255,04	1,0152	84.520,52
2017	\$ 84.520,52	1,0152	85.805,23
2018	\$ 85.805,23	1,0152	87.109,47
2019	\$ 87.109,47	1,0152	88.433,53
2020	\$ 88.433,53	1,0152	89.777,72

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3 Costos

Según (URBINA, EVALUACION DE IMPACTOS, 2006) menciona que “Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto. Se clasifican en costos directos y costos indirectos. (pág. 195)”.

5.3.1 Costo directo

Se definen como aquellos que tienen relación directa con el giro del negocio.

TABLA 74: COSTOS DIRECTOS

MPD ANUAL	\$ 29.040,00
MOD ANUAL	\$ 3.801,60
TOTAL	\$ 32.841,60

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.2 Costos Indirectos

TABLA 75: COSTOS INDIRECTOS

COSTO INDIRECTO	
servicios básicos	\$ 172,80
material de seguridad	\$ 104,40
envasado	\$3.792,00
TOTAL	\$4.069,20

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.3 GASTOS

Según (Baca Urbina G. , 2010) menciona que:

“Se le define como la salida de dinero que realiza una empresa o una persona natural, que como objetivo tiene la administración adecuada del proceso productivo o un negocio, promoción y la distribución de productos o de los servicios prestados” (pág. 197).

5.3.4 Gastos Administrativos

Referente a (Baca Urbina G. , 2010) dice que “Representa los gastos devengados en el período incurridos para el desenvolvimiento administrativo de la entidad, (pág. 199)”.

TABLA 76: GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Valor	Décimo	Decimo	Fondos	Aporte	Valor	total
	Unitario	Ter-	Cuarto	Fon-	al	Total	total
		cero		Re-	IEES		Annual
				serva	11,15%		
Gerente	\$450,00	\$37,50	\$29,50	\$37,49	\$50,18	\$604,66	\$7.255,92
Ventas	\$354,00	\$29,50	\$29,50	\$29,49	\$39,47	\$481,96	\$5.783,51
contador	\$354,00	\$29,50	\$29,50	\$29,49	\$39,47	\$481,96	\$5.783,51
TOTAL	\$1.158,00	\$96,50	\$88,50	\$96,46	\$129,12	\$1.568,58	\$18.822,94

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 77: GASTO DE ASEO Y LIMPIEZA

DESCRIPCION	CANT/ ANUAL	C/UNITARIO	C/ANUAL
TRAPEADOR	2	1,25	2,50
AMBIENTAL	4	1,00	4,00
COLORO	2	0,75	1,50
ESCOBA	2	1,25	2,50
DESINFECTANTE	4	0,80	3,20
BASURERO	4	1,50	6,00
TOTAL		6,55	19,70

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 78: SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCION	CANT/ ANUAL	C/UNITARIO	C/ANUAL
RESMAS DE PAPEL	4	3,60	14,40
BLOCK DE FACT	4	8,00	32,00
LAPICES	16	0,15	2,40
BOLIGRAFOS	16	0,25	4,00
GRAPAS	2	1,00	2,00
CLIPS	2	1,00	2,00
TOTAL		14,00	56,80

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 79: OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	C/MENSUAL	C/ANUAL
SERV BASI-COS	44,10	529,20
ARRIENDOS	280,00	3360,00
TOTAL		3.889,20

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.4 COSTO DE VENTAS

Según (THOMPSON, 2010) indica que “Es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende” (pág. 201)

TABLA 80: COSTO DE VENTAS

DESCRIPCION	C/MENSUAL	C/ANUAL
SERV BASICOS	28,50	342,00
GASOLINA	50,00	600,00
PUBLICIDAD	31,00	372,00
TOTAL		1.314,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.4.1 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Se realiza la proyección de costos y gastos, para los 5 años, que es el tiempo de duración estándar del proyecto.

TABLA 81: PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

CON- CEPTO	AÑO BASE	TASA DE INFLA- CION 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
MPD	16.368,00	1,0414	17.045,64	17.751,32	18.486,23	19.251,56	20048,57
MOD	13.039,43	1,0414	13.579,26	14.141,44	14.726,90	15.336,59	15971,53
CIF	5.346,00	1,0414	5.567,32	5.797,81	6.037,84	6.287,81	6548,12
TOTAL	34.753,43		36.192,22	37.690,58	39.250,97	40.875,96	42.568,23

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 82: PROYECCIÓN DE COSTOS ADMINISTRATIVOS

CON- CEPTO	AÑO BASE	TASA DE INFLA- CION 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
GASTO PERSO- NAL	31.862,37	1,0414	33.181,47	34.555,19	35.985,77	37.475,58	39027,07
MAT. LIMP Y ASEO	19,70	1,0414	20,52	21,36	22,25	23,17	24,13
SUM OFI- CINA	56,80	1,0414	59,15	61,60	64,15	66,81	69,57
OTROS GAST ADMI	3.889,20	1,0414	4.050,21	4.217,89	4.392,51	4.574,36	4763,74
TOTAL	35.828,07		37.311,35	38.856,04	40.464,68	42.139,92	43.884,51

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 83: PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	AÑO BASE	TASA DE INFLA- CION 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
GASTOS DE VENTAS	1.314,00	1,0414	1.368,40	1.425,05	1.484,05	1.545,49	1609,47
TOTAL	1.314,00		1.368,40	1.425,05	1.484,05	1.545,49	1.609,47

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.5 COSTOS FINANCIEROS

Según (ECO-FINANZAS, 2013) menciona que “Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en un préstamo. (pág. 56)”

5.3.5.1 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Según (ECO-FINANZAS, 2013) menciona que “Costos Fijos son los que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción” (pág. 56)

Según (ECO-FINANZAS, 2013) menciona que “Costos Variables son los que varían en proporción al volumen de las ventas o al nivel de la actividad” (pág. 57)

5.1.1.1. Costos Fijos

En la siguiente tabla se muestra el total de los costos fijos obtenidos mediante la suma de los gastos administrativos más los gastos de venta.

TABLA 84: COSTOS FIJOS

CONCEPTO	AÑO BASE	TASA DE INFLACION 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
GAST. ADMINISTRATIVOS	35.828,07	1,0414	37.311,35	38.856,04	40.464,68	42.139,92	43884,51
GAST. VENTAS	1.314,00	1,0414	1.368,40	1.425,05	1.484,05	1.545,49	1609,47
TOTAL	37.142,07		38.679,75	40.281,09	41.948,73	43.685,41	45.493,99

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.13.2 Costos Variables

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. A continuación se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación, así como el costo de fabricación total y unitaria en la producción de **10,560 DETERGENTE de 450 gr Mensuales**

Tabla: costos variables

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	
Concepto	Costo Unit
MOD (Mano de obra directa)	\$ 0.03
MPD (Materia prima directa)	\$ 0,20
CIF (Costos indirectos de fabricación)	\$ 0,06
CUP	\$ 0,29

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.8. INVERSIONES

Según (Baca Urbina G. , 2010) menciona que.

“La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia” (pág. 230)

5.1.2. Inversión Fija

Según (URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS , 2006) menciona que.

“La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, Se llama fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa. Estos recursos tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, estos recursos son maquinaria, equipos muebles, vehículos, edificio, entre otros” (pág. 231)

5.1.2.1. Activos Fijos

Según (URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS , 2006) menciona que “El activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas” (pág. 124)

5.1.2.2. Activos Nominales (diferidos)

Es el conjunto de bienes intangibles de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento. Son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamientos.

5.1.3. Capital de Trabajo

Según (URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS , 2006) menciona que:

“Se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan” (pág. 125)

TABLA 85: CAPITAL PROPIO

INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
Activos Fijos			
Terreno	15.000,00	10.000,00	5.000,00
Vehiculo	8.000,00	5.000,00	3.000,00
Construccion	4.000,00	3.000,00	1.000,00
Maquinaria y Equipos	3.253,00	2.500,00	753,00
Muebles y Enseres	4.070,00	2.500,00	1.570,00
Equipo de Computación	1.061,00	500,00	561,00
Equipo de oficina	64,00	64,00	0,00
Total de Activos Fijos	35.448,00	23.564,00	11.884,00
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	500,00	500,00	
Total de activos diferidos	500,00	500	
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	1.809,50	1.809,50	0,00
Gasto Administrativo	2.979,30	2.979,30	0,00
Gasto de Ventas	1.314,00	1.314,00	0,00
Total capital de Trabajo	6.102,80	6.102,80	0,00
Total de Inversión	42.050,80	30.166,80	11.884,00
Participación	100,00%	71,74%	28,26%

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

La inversión total será de \$ 42.050,80 de la cual el 71,74%, serán recursos propios, mientras que el 28,26% será financiado a través de un préstamo

5.3.1 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO

TABLA 86: AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversion	:	100,00%	42.050,80
Cap. Propio	:	71,74%	30.166,80
Financiamiento	:	28,26%	11.884,00
Plazo	:		24 MESES
Interes	:		11,83% 49,00%
Pagos	:		MENSUAL

Periodo	Saldo	Interes	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	11.884,00	0,00	0,00	0,00	13.936,80
1	13.936,80	68,70	617,15	548,46	13.388,34
2	13.388,34	65,99	617,15	551,16	12.837,18
3	12.837,18	63,28	617,15	553,88	12.283,31
4	12.283,31	60,55	617,15	556,61	11.726,70
5	11.726,70	57,80	617,15	559,35	11.167,35
6	11.167,35	55,05	617,15	562,11	10.605,24
7	10.605,24	52,27	617,15	564,88	10.040,36
8	10.040,36	49,49	617,15	567,66	9.472,70
9	9.472,70	46,69	617,15	570,46	8.902,24
10	8.902,24	43,88	617,15	573,27	8.328,96
11	8.328,96	41,05	617,15	576,10	7.752,86
12	7.752,86	38,22	617,15	578,94	7.173,92
13	7.173,92	35,36	617,15	581,79	6.592,13
14	6.592,13	32,49	617,15	584,66	6.007,47
15	6.007,47	29,61	617,15	587,54	5.419,93
16	5.419,93	26,72	617,15	590,44	4.829,49
17	4.829,49	23,81	617,15	593,35	4.236,14
18	4.236,14	20,88	617,15	596,27	3.639,87
19	3.639,87	17,94	617,15	599,21	3.040,66
20	3.040,66	14,99	617,15	602,17	2.438,49
21	2.438,49	12,02	617,15	605,13	1.833,36
22	1.833,36	9,04	617,15	608,12	1.225,24
23	1.225,24	6,04	617,15	611,11	614,13
24	614,13	3,03	617,15	614,13	0,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

TABLA 87: AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO

AMORTIZACION DEL DIFERIDO							
CON-CEPTO	VALOR	VIDA UTIL DEL PRO-YECTO	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Constitución	\$500,00	5	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$100 ,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.2 DEPRECIACIONES

Según (FAICAN, 2012) menciona que “Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a largo de su vida útil” (pág. 196)

TABLA 88: DEPRECIACIONES

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	3.253,00	10	325,30	325,30	325,30	325,30	325,30
Muebles y Enseres	4.070,00	10	407,00	407,00	407,00	407,00	407,00
Equipos de Oficina	64,00	10	6,40	6,40	6,40	6,40	6,40
Vehículo	8.000,00	3	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67	2.666,67
Terreno	15.000,00	20	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Vehículo	8.000,00	5	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
TOTAL	15.387,00		5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.3 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Según (TOVAR, 2011) menciona que “También llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado” (pág. 234).

TABLA 89: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EMPRESA “DERTEGENTE NATURAL ALEX” S.A				
ESTADO DE SITUACION INICIAL				
DE 01 DE ENERO DEL 2015				
ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE	
CAJA BANCOS	\$ 6.102,80		CUENTAS POR PAGAR	-
CUENTAS POR COBRAR	-		DOCUMENTOS POR PAGAR	-
INVENTARIOS	-		TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 6.102,80		PASIVO LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE			PRESTAMO L/P	\$ 11.884,00
TERRENO	\$ 15.000,00		TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 11.884,00
CONSTRUCCION	\$ 4.000,00		TOTAL PASIVO	\$ 11.884,00
VEHICULO	\$ 8.000,00			
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.253,00		CAPITAL CONTABLE	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.070,00		CAPITAL	\$ 30.166,80
EQUIPO DE OFICINA	\$ 64,00		TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 30.166,80
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.061,00			
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 35.448,00			
OTROS ACTIVOS				
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 500,00			
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	\$ 500,00			
TOTAL ACTIVO	\$ 42.050,80		TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT	\$ 42.050,80



**GE-
RENTE**



**CONTA-
DOR**

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinuez

5.3.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (A CINCO AÑOS)

Según (ARTURO, 2012) menciona que:

“También conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado” (pág. 98).

TABLA 90: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
	VENTAS	84.520,52	85.805,23	87.109,47	88.433,53	89.777,72
(-)	Costo de Produccion	1.809,50	1.884,41	1.962,43	2.043,67	2.128,28
(=)	Utilidad Bruta en Ven- tas	82.711,02	83.920,82	85.147,04	86.389,86	87.649,44
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	37.311,35	34.555,19	35.985,77	37.475,58	39.027,07
	Gastos de Ventas	1.368,40	1.425,05	1.484,05	1.545,49	1.609,47
	Gastos Financieras	642,97	231,92	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Operacional	43.388,29	47.708,66	47.677,22	47.368,79	47.012,90
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad A.P.E.I.	43.388,29	47.708,66	47.677,22	47.368,79	47.012,90
(-)	15 % Participacion Labo- ral	6.508,24	7.156,30	7.151,58	7.105,32	7.051,93
(=)	Utilidad Antes de I.R.	36.880,05	40.552,36	40.525,64	40.263,47	39.960,96
(-)	22% Impuesto a la Renta	8.113,61	8.921,52	8.915,64	8.857,96	8.791,41
(=)	Utilidad Neta	28.766,44	31.630,84	31.610,00	31.405,51	31.169,55
(+)	Depreciaciones	5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37
(+)	Amortizaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(=)	EXCEDENTE OPERA- CIONAL	34.621,81	37.486,21	37.465,36	37.260,87	37.024,92

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinuez

5.3.5 FLUJO DE CAJA

Según (yeimithculman, 2012) menciona que:

“El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una forma dinámica, el movimiento de entrada y salidas de efectivo de una empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo al final del mismo periodo” (pág. 223)

TABLA 91: FLUJO DE CAJA

MICRO EMPRESA" DETERGENTEALEX"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2016 AL 2020						
DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas		85.805,23	87.109,47	87.109,47	88.433,53	89.777,72
(-) Costo de Producción		1.809,50	1.884,41	1.962,43	2.043,67	2.128,28
(=) Utilidad Bruta en Ventas		83.995,73	85.225,05	85.147,04	86.389,86	87.649,44
(-) Gastos Administrativos		37.311,35	34.555,19	35.985,77	37.475,58	39.027,07
(-) Gastos de Ventas		1.368,40	1.425,05	1.484,05	1.545,49	1.609,47
(-) Depreciaciones		5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37
(-) Amortización del Diferido		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(=) Utilidad Bruta		39.460,61	43.389,45	41.821,85	41.513,42	41.157,53
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional		39.460,61	43.389,45	41.821,85	41.513,42	41.157,53
(-) 15% Participación de trabajadores		5.919,09	6.508,42	6.273,28	6.227,01	6.173,63
(=) Utilidad antes de Impuestos		33.541,52	36.881,03	35.548,58	35.286,41	34.983,90
(-) 22% Impuesto a la Renta		7.379,13	8.113,83	7.820,69	7.763,01	7.696,46
(=) Utilidad Neta		26.162,38	28.767,21	27.727,89	27.523,40	27.287,44
(+) Depreciaciones		5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37	5.755,37
(+) Amortización del Diferido		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
(-) Amortización de la Deuda		642,97	231,92	0,00	0,00	0,00
(-) Compra de Activo Fijo		-	-	-	-	-
(-) Inversión	42.050,80					
(-) Capital de Trabajo	30.166,80					
Deuda	11.884,00					
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	42.050,80	31.374,78	34.390,65	33.583,26	33.378,77	33.142,81

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.5 Evaluación

Según (Orozco, 2014) menciona que “La evaluación financiera de proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad del proyecto” (pág. 234).

5.3.6 Tasa de descuento

Según (Guevara, 2014) menciona que” Al referirse a la tasa de descuento asegura que esta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector pymes, más la tasa pasiva que publica el banco central del ecuador. (Desarrollo de proyectos, 2014)”

TABLA 92: TASA DE DESCUENTO

Tasa activa	11,82%
tasa pasiva	6,21%

$$\text{TMAR} = 0,1182 + 0,0621 (0,1182 \times 0,06)$$

$$\text{TMAR} = 0,1803 + 0,0073402$$

$$\text{TMAR} = 0,187640$$

$$\text{TMAR} = 18,76\%$$

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.3.7 VAN (valor actual neto)

Según (Baca Urbina M. , 2006) indica que “El valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 122).

Se refiere a comparar las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

TABLA 93: VAN

Año	Flujo de efectivo	Factor actualizado	Flujo actualizado
2015 base	42.050,80	1	42.050,80
AÑO 2016	31.374,78	0,85	26.668,56
AÑO 2017	34.390,65	0,73	25.105,18
AÑO 2018	33.583,26	0,62	20.821,62
AÑO 2019	33.378,77	0,53	17.690,75
AÑO 2020	33.142,81	0,45	14.914,26
Total VAN			63.149,57

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: El cálculo del valor actual neto del proyecto es de \$63.149,57 de una inversión de \$42.050,80, referente a lo indicado si el van es mayor a la inversión el proyecto se encuentra rentable.

5.3.8 TIR (tasa interna de retorno)

TABLA 94: TIR

Año	Flujo de efecti	Flujo actualizado	
2015 base	42.050,80	42.050,80	
2016	31.374,78	19.122,06	
2017	34.390,65	13.729,36	
2018	33.583,26	8.008,73	
2019	33.378,77	4.974,26	
2020	33.142,81	3.086,41	
Total VAN (-)			6.870,02
Año	Flujo de efec-tivo	Flujo actualizado	
2015 base	42.050,80	42.050,80	
2016	31.374,78	19.738,90	
2017	34.390,65	13.990,08	
2018	33.583,26	8.809,04	
2019	33.378,77	5.647,83	
2020	33.142,81	3.617,39	
Total VAN (+)			9.752,44

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Los resultados obtenidos después de la fórmula de la TIR arrojan una respuesta de TIR del 76.64%, lo cual significa que el proyecto es rentable de acuerdo con los criterios de decisión.

5.3.9 Periodo de recuperación de la inversión

TABLA 95: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	42.050,80	42.050,80	1,00	42.050,80	42.050,80
1	34.621,81	76.672,61	0,84	29.149,16	71.199,96
2	37.486,21	114.158,82	0,71	26.571,99	
3	37.465,36	151.624,18	0,60	22.359,33	
4	37.260,87	188.885,05	0,50	18.722,25	
5	37.024,92	225.909,97	0,42	15.663,02	

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.4 RBC (Relación costo beneficio)

Según (Baca Urbina M. , 2006) menciona que:

“Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido” (pág. 133).

TABLA 96: RELACIÓN COSTO BENEFICIO

flujos actualizados	Inversión
19.122,06	42.050,80
13729,36	
8008,73	costo beneficio
4974,26	1,16
3086,41	
48.920,82	

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis: Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$1.16 de ganancia lo cual es un excelente indicador de rentabilidad del proyecto.

5.4.1 Punto de Equilibrio

Según (Arturo, 2012) indica que "El punto de equilibrio es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos es decir es el punto de actividad en donde no existe ni utilidad ni pérdida. (pág. 178)"

5.4.1.1 Punto de equilibrio en unidades

Para obtener las unidades que se debe vender, se procederá a aplicar la siguiente fórmula

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

TABLA 97: PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	37.311,35
Gastos de Ventas	1.368,40
Gastos Financieros	642,97
TOTAL COSTOS FIJOS	39.322,72

Costo Variable unitario	0,29
-------------------------	------

Precio	0,66
--------	------

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

pu

$$PE = \frac{39.322,72}{0,66 - 0,29}$$

$$PE = \frac{39.322,72}{0,37} = 106.277,63 \text{ u}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	84.520,52
(-) Costo Variable	30.820,51
(=) Margen Contribucion	53.700,00
(-) Costo Fijos	39.322,72
(=) Utilidad Operacional	14.377,28

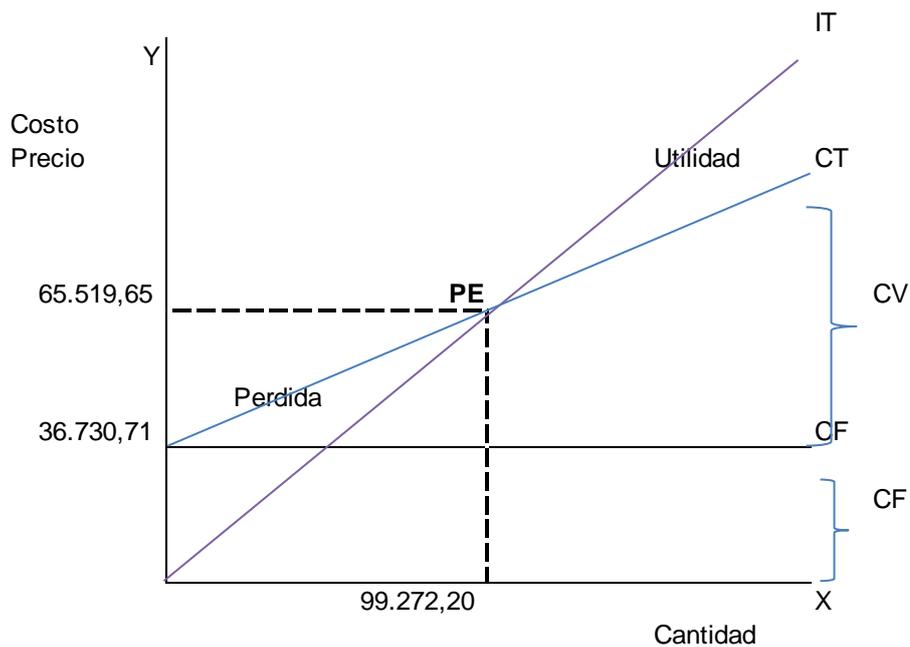
Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Alex Vinueza

Análisis:

Como se puede notar, al multiplicar las unidades por el precio, se obtiene el valor de las ventas, que al restar de su costo variable, nos da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.

FIJURA: PUNTO DE EQUILIBRIO.



Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Vinueza

5.4.2 Análisis de índices financieros.

Según (TORO, 2010) menciona que “este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa” (pág. 197).

5.4.2.1 Razón de endeudamiento.

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{11.884,00}{42.050,80}$$

$$\text{Endeudamiento} = \mathbf{0,28}$$

Análisis. El grado de endeudamiento del activo total es del 28%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales, para el respectivo proyecto.

5.4.2.2 Rentabilidad del patrimonio (ROE)

Según (ARTURO, 2012) indica que “El índice de retorno sobre patrimonio (ROE por sus siglas en inglés) mide rentabilidad de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado” (pág. 250).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{ROE} = \frac{27.622,83}{30.166,80}$$

$$\text{ROE} = 0,92$$

Análisis:

El indicador de rentabilidad sobre el Capital Contable o Patrimonio es del 92%, lo que quiere decir que el capital contable crecerá efectivamente.

5.4.2.3 Rentabilidad del activo (ROA)

Según (ARTURO, 2012) menciona que “El ROA es el que da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades. (pág. 252)”.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{27.622,83}{42.050,80}$$

$$\text{ROA} = 0,66$$

Análisis:

El indicador financiero del rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del **66%**, lo que significa que el activo genera una rentabilidad adecuada.

5.4.2.4 Rentabilidad de la inversión (ROI)

Según (ARTURO, 2012) menciona que “El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión” (pág. 254).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{27.622,83}{42.050,80}$$

$$\text{ROI} = 0,66$$

Análisis:

El indicador de la rentabilidad sobre la inversión es del 66%, lo cual indica que irá creciendo la empresa a un ritmo normal y se encuentra en el parámetro establecido.

CAPÍTULO VI

6 ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

Al momento de realizar este proyecto, se ha tomado en consideración varios elementos que son relevantes respecto al medio ambiente, “Detergente Natural Alex” ha tomado medidas para proteger y cuidar el medio ambiente, una estrategia que se tomó en cuenta es acerca de las “4R” (reducir, reutilizar, reciclar, y recuperar).

Con el concepto de cada una (4R) se ha llevado a cabo actividades que beneficia directamente al medio ambiente, como:

- Separar los desperdicios en reciclables y no reciclables
- Establecer normas y técnicas para reducir el consumo innecesario del producto.
- Reutilizar ciertos productos para la decoración de nuestro local, y demás actividades que nos hemos planteado para el cuidado del entorno.

Además Detergente Natural Alex tiene relación directa con el medio ambiente, ya que nuestro fin es que nuestro cliente disfrute de un espacio cómodo, limpio y que cada uno del cliente se pueda sentir como que si estuviera en su casa.

6.2 IMPACTO ECONÓMICO

El proyecto aportará al PIB quiere decir que este proyecto tiene un gran margen de contribución, ya que el sector de mano factura está en constante crecimiento, quiere decir que mientras haya personas que la consuman, abra fuentes de trabajo estables, en sí Detergente "Alex" lo que quiere lograr con el proyecto es, a obtener recursos económicos suficientes para ser distribuidos a todos los que participan en el proyecto, también se refiere a que el país necesita tener productividad continua, y mientras haya más empresas funcionando hay más contribución al desarrollo, lo que se espera es consumir el producto ecuatoriano y no del exterior así se garantiza fuentes de trabajo de esta manera ayuda a disminuir el desempleo y la pobreza mejorado los ingresos en las familias, etc. Y por último el factor de una alianza con el cliente tiene un impacto alto positivo, ya que es su exponente directo potencialmente.

6.3 IMPACTO PRODUCTIVO

Detergente Natural Alex cuenta con un espacio cómodo el usuario, gracias a los avances de la tecnología podemos dar una atención de alta calidad al cliente. Este proyecto

tiene como objetivo producir un bien, el cual genera un cambio productivo positivo debido a que se genera un producto nuevo a partir de un proceso existente el cual sufre una transformación mínima, la cual se realiza para generar el valor agregado y que de esta manera este producto tenga mejor acogida y así mejorar el nivel de producción, debido a esto el impacto que se causa sería la manipulación de productos para poder elaborar el detergente natural, con esto se quiere llegar a que el proceso del producto terminado se fortalezca y que futuros proyectos se desarrollen a partir de esta idea.

6.4 IMPACTO SOCIAL

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema.

Detergente Alex, es una empresa que se caracteriza por mantener una constante interacción con la comunidad, desarrollando actividades y acciones en pro de los integrantes de la sociedad; ayudando así al crecimiento de la calidad de vida de las personas.

Entre las actividades más resaltantes se encuentran:

- Colaboración para remodelación de escuelas.
- Donaciones de juguetes a Niños de escuelas Públicas.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Mediante la investigación de antecedentes de sitios de venta y de consumo se pudo determinar que la técnica para realizar el detergente mediante plantas medicinales es un producto muy saludable para el cliente ya que no tiene químicos el cual puede hacer un daño a la salud, por la derivación y existencia de diferentes variedades en fragancias y experiencias ha permitido que el consumo del detergente en el país vaya en aumento, la percepción de que este detergente natural es ingerida por toda clase de cliente de baja a alta.

Con la información del Estudio Técnico de la Empresa Detergente Natural Alex, de acuerdo a las encuestas, y al sector de ubicación y vías de acceso; establecemos que nos favorece para poder llevar a cabo el proyecto sin ningún inconveniente, se llevará un Plan de Marketing se indica que es importante posicionarse destacando la calidad y presentación del producto a un precio atractivo para el consumidor, cubriendo así sus necesidades. Al verificar en base a observación directa y a datos obtenidos de la Cámara de Comercio de Quito, que no existen empresas productoras de detergente natural de manera formal, la empresa DETERGENTE NATURAL ALEX tiene una gran oportunidad dentro del mercado hacia el cual se dirige, al ser pionera en la producción de detergente natural en la ciudad, siendo esto una ventaja para la obtención de mayores ingresos con la aceptabilidad de la demanda.

En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de \$9.752,44 dólares, la TIR se ubica en 76,64% la cual es superior a la TMAR que es 18,76%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 3 años, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación beneficio costo es de \$1,59 es decir que por cada dólar invertido se gana \$0,59 centavos de dólar, lo que justifica la inversión por lo cual la implementación del proyecto aumentará la oferta de

detergente natural de calidad a nivel nacional, el proyecto será un aporte a la nueva matriz productiva que busca implementar el gobierno, convirtiéndose en fuente de empleo y lograr una diversidad en el sector industrial del país, realizando productos ecuatorianos con nuestra M.P y evitando de consumir lo del exterior

7.2 RECOMENDACIONES.

Detergente natural Alex llevará un plan de marketing y un proceso de servicio al cliente eficiente, es importante considerar convenios con varios supermercados, tiendas y micro mercados. Pues llevar una adecuada gestión en canales de distribución facilitara que el producto llegue con más facilidad a los clientes, permitiéndonos lograr una mayor posesión en el mercado de detergente natural ya que hay que considerar la fuerte competencia en el mercado de productos de detergente, la misma que viene determinada por marcas bien posicionadas en la mente del consumidor, quienes fácilmente pueden lanzar un producto como el nuestro y aún mejorado.

Se debe evaluar periódicamente los estados financieros, tener en cuenta aspectos de cómo está compuesta la empresa, el número de empleados y el control interno. Tener información actualizada de la situación económica del país, los riesgos inherentes a la empresa, las fortalezas y debilidades, el mercado y la competencia, se llevará una adecuada comunicación con los diversos proveedores para una mejor facilidad de adquirir

insumos, materia prima o en su defecto mano de obra, es importante tener poder de negociación de nuestro lado frente a los proveedores y los clientes

7.3 BIBLIOGRAFIA

- AJIMEN. (2003). *LA POBLACION: ELIMINACION Y DSITRIBUCION*. QUITO.
- Arturo, K. (04 de Abril de 2012). *Crece negocios*. Obtenido de El punto de equilibrio:
<http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>
- ARTURO, K. (05 de 03 de 2012). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, M. (2006). *Evaluación de proyectos*. Quito: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Candia, L. (17 de 05 de 2011). *Scribd*. Recuperado el 20 de 05 de 2014, de
<http://es.scribd.com/doc/50985155/Definicion-de-Tasas>
- CLUB PLANETA. (08 de 05 de 2010). Recuperado el 27 de 05 de 2014, de
http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- DNE/SES. (s.f.). *SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de
http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2
- ECO-FINANZAS. (24 de 09 de 2013). *ECO-FINANZAS*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de
http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIVIA.htm
- EMPRENDEDORES. (2012). *EMPRENDEDORES*.
- ENRIQUEZ, J. A. (30 de 06 de 2009). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/juguenri/t4-tamano-y-localizacion>
- FAICAN, P. (14 de 01 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de
<http://es.slideshare.net/paolafaican/depreciacin>
- Fosado, C. (15 de 06 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de
<http://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>

-
- FOSADO, C. (15 de 06 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- FRANCISCO, A. R. (14 de 09 de 2010). *SLIDESHARE*. Recuperado el 17 de 06 de 2014, de <http://www.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- GERENCIE.COM. (12 de 06 de 2010). *GERENCIE.COM*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- GONZALEZ, E. (23 de 04 de 2013). *PREZI*. Obtenido de <http://prezi.com/x8cbj2bj3kg1/materia-prima-directa/>
- GUESTC4D8FD. (05 de 05 de 2009). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/guestc4d8fd/mano-de-obra>
- Guevara, J. (16 de mayo de 2014). *Desarrollo de proyectos*. Quito, Ecuador.
- Jonathan. (28 de 05 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/56501945/Tasas-de-interes>
- Kristell, A. (30 de 03 de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/kriiss2505/tipos-de-metodos-de-investigacion>
- LELIDADDY. (08 de 06 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/lelidaddy/costos-indirectos-de-fabricacin>
- MÓRTOLA, J. V. (27 de 03 de 2012). QUÉ ES LA INFLACIÓN. *OPINIÓN*, pág. 10.
- Orozco, J. d. (2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantess.htm>
- POSAS, R. R. (2012). *LA FORMULACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. COSTA RICA: EUNED.
- Ricardo, F. (2000). *Segmentación del mercado*. México: Ecafsa.
- Rosas, I. V. (30 de 11 de 2011). *Gestiopolis*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>

-
- SLIDESHARE. (29 de 09 de 2013). *SLIDESHARE*. Recuperado el 26 de 05 de 2014, de http://www.slideshare.net/kmpanita_91/definiciones-1047150
- THOMPSON, I. (25 de 07 de 2010). *PROMONEGOCIOS*. Recuperado el 30 de 05 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- TORO, D. B. (2010). *ANÁLISIS FINANCIERO: ENFOQUE PROYECCIONES FINANCIERAS*. BOGOTÁ: ECOE EDICIONES.
- TOVAR, A. (20 de 01 de 2011). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>
- UNIERSO. (19 de 04 de 2009). *DIARIO UNIERSO*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2009/04/19/1/1356/32F9A8DF391D41028E81151DAFDDDD1B.html>
- URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE IMPACTOS*. MEXICO: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE PROYECTOS*. QUITO: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE PROYECTOS*. QUITO: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- yeimithculman. (20 de 09 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/yeimithculman/flujo-de-caja-14352616>
- Zenalmor. (22 de 04 de 2013). *SI EMPRENDEMOS*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de <http://si-emprendemos.blogspot.com/2013/04/el-analisis-interno-de-una-empresa-para.html>

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1

Capítulo III DEL PROCEDIMIENTO PARA LA CERTIFICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Art. 11.- Para la certificación de las buenas prácticas de manufactura, el propietario/Gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos, presentará la solicitud en la Dirección Provincial de Salud a cuya jurisdicción pertenece el domicilio de la planta procesadora, consignando los siguientes datos:

- a) Nombre o razón social de la planta procesadora;
- b) Dirección domiciliaria de la planta procesadora;
- c) Nombre del propietario o representante legal;
- d) Nombre del representante técnico;
- e) Líneas de producción que tiene la planta;
- f) Lista de alimentos para el consumo humano que procesa;
- g) Número de trabajadores de la planta;
- h) Definición del alcance a certificarse con BPM (descripción de la línea o líneas de producción); e,
- i) Nombre de la persona natural o jurídica que asesoró a la empresa para la aplicación de las BPM y/o sistemas de calidad e inocuidad de alimentos.

A la solicitud se deberá adjuntar los siguientes documentos:

- a) Copia simple del permiso de funcionamiento vigente;
- e) Copias de las etiquetas aprobadas por el Instituto Nacional de Higiene durante el trámite de los registros sanitarios de los alimentos que procesa; y,
- f) Copia del comprobante de pago de los derechos correspondientes a la emisión del certificado de operación sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura.

ANEXO 2

Registro sanitario

Procedimiento para la Obtención de Registro Sanitario del MSP registro oficial N° 896

Registro Sanitario por producto.- Productos Alimenticios Nacionales

Art. 10.- Para obtener el Registro Sanitario por producto, para productos alimenticios nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud a través del sistema automatizado. Al formulario de solicitud señalado se anexarán los siguientes documentos:

1. Declaración de la norma técnica nacional o internacional específica que aplica al producto y bajo la cual está sujeto de cumplimiento, con nombre y firma del responsable técnico;
2. Descripción del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico;
3. Diseño de etiqueta o rótulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el "Reglamento de Alimentos" y el "Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano" y normativa relacionada (un solo diseño por nombre, marca y contenido);

4. Especificaciones técnicas del material de envase, emitida por el proveedor, a nombre de la empresa fabricante del producto. En el caso de fabricantes que tienen contratos con personas naturales o jurídicas para la elaboración de un determinado producto y/o convenio de uso de marcas, se requiere una copia notariada del documento;
5. Ficha de estabilidad del producto;
6. Descripción del código del lote, suscrito por el técnico responsable; y,
7. Notificación del pago por el valor correspondiente al derecho de servicios por obtención del Registro Sanitario.

ANEXO 3



Marzo 2015

1. DETERMINACIÓN DE CARGOS ASOCIADOS Y OTROS POR TIPO DE CRÉDITO

1.1 Tasas de Interés

TIPO DE CRÉDITO		TASA	VARIABLES	PLAN DE PAGOS
COMERCIAL	Corporativo	hasta 9.33% anual	Se reajusta en periodos iguales y sucesivos de 360 días, en función de la tasa de interés pasiva referencia publicada por el BCE, más el margen negociado con cada cliente, sin exceder de la tasa máxima del segmento.	Depende de la negociación: - Tabla de amortización gradual con cuotas fijas. - Tabla con tasa variable reajutable. - Operaciones de crédito a término.
	PYME	hasta 11.83% anual		
CONSUMO	Empresarial	hasta 10.21% anual		
	Consumo	hasta 16.30% anual		
VIVIENDA	Sobregiro ocasional/contratado	hasta 16.30% anual		
	Vivienda	hasta 11.33% anual		
MICROCRÉDITO	Acumulación Ampliada	hasta 25.50% anual		
	Acumulación Simple	hasta 27.50% anual		
	Minorista	hasta 30.50% anual		
TASA DE MORA	Fecha de Aplicación	A partir del 1er día de vencida la operación de crédito		
	% Adicional de Interés	De 1 a 15 días de retraso	1.05 veces de la tasa de interés pactada	
		De 16 a 30 días de retraso	1.07 veces de la tasa de interés pactada	
		De 31 a 60 días de retraso	1.09 veces de la tasa de interés pactada	
		Más de 60 días de retraso	1.10 veces de la tasa de interés pactada	
Gastos de cobranza	Base de aplicación: Los gastos incurridos en la recuperación			

ANEXO 4

TITULO PRELIMINAR Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Capítulo I Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;

-
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
 - d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;
 - e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
 - f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
 - g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
 - h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
 - i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
 - j. Las demás que establezca la Ley.

ANEXO 5

Vehículo



Computadora



Escritorio



Impresora Multifunción



Teléfono



Fax



Sillas



Suministros de oficina

