



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE
ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA.**

AUTOR: GUALOTO CABASCANGO JACQUELINE MARITZA

DIRECTOR: ING. ANDRÉS ANALUISA

QUITO, JUNIO 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

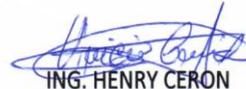
Quito, 21 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta) GUALOTO CABASCANGO JACQUELINE MARITZA de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMETICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018., una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. ANDRÉS ANALUISA

Tutor del Proyecto



ING. HENRY CERON

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN
Director de Escuela (E)

VICERRECTORADO ACADÉMICO



MSC. GEOVANNI URBINA
Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

Declaratoria

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Jacqueline Maritza Gualoto Cabascango

CC 1723876593

**APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE
COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS
LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018**

Licencia de Uso no Comercial

Yo, **Jacqueline Maritza Gualoto Cabascango** portador de la cédula de ciudadanía signada con el **No. 1723876593** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “aportar al sector de cosmetología con la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de cosméticos a base de aceite de aguacate ubicada en el sector los laureles del distrito metropolitano de quito en el año 2018.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA

NOMBRE Jacqueline Maritza Gualoto Cabascango

CEDULA CC 1723876593

Quito, 21 Mayo 2018

**APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE
COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS
LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018**

Agradecimiento

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018

Dedicatoria

A Dios porque el bendice mis pasos dándome sabiduría y fortaleza para cumplir
con mis propósitos

A mis padres por el apoyo incondicional y los valores que me han inculcado, por
medio de sus consejos que han sido herramienta de aprendizaje.

A mis hermanos por ser el ejemplo a seguir y la inspiración para luchar contra las
adversidades.

Índice General

| | |
|---|----------|
| Declaratoria | i |
| Licencia de Uso no Comercial | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Índice General | v |
| Índice de Tablas | xi |
| Índice De Figura..... | xiv |
| Índice de Anexos..... | xv |
| Resumen Ejecutivo..... | xvi |
| Absract | xvii |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. Introducción..... | 1 |
| 1.01 Justificación..... | 2 |
| 1.02 Antecedentes | 3 |
| CAPÍTULO II | 7 |
| 2. Análisis Situacional | 7 |
| 2.01 Ambiente Externo..... | 7 |
| 2.01.01 Factor Económico..... | 7 |
| 2.01.01.01 Producto Interno Bruto | 8 |
| 2.01.01.01.01 Producto Interno Bruto Sectorial..... | 9 |
| 2.01.01.02 Inflación..... | 10 |
| 2.01.01.03 Tasa Activa..... | 12 |
| 2.01.01.04 Tasa Pasiva | 13 |
| 2.01.02 Factor Social..... | 14 |
| 2.01.02.01 Empleo..... | 14 |
| APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018 | |

| | |
|--|----|
| 2.01.02.02 Desempleo | 16 |
| 2.01.02.03 Subempleo | 17 |
| 2.01.03 Factor Legal..... | 18 |
| 2.01.03.01 Documentos Habilitantes | 19 |
| 2.01.03.02 Patente Municipal | 19 |
| 2.01.03.03 Cuerpo de Bomberos | 19 |
| 2.01.03.04 Tramites del IESS..... | 20 |
| 2.01.03.05 Registro Sanitario | 20 |
| 2.01.04 Factor Tecnológico | 20 |
| 2.02 Entorno Local | 21 |
| 2.02.01 Clientes | 22 |
| 2.02.02 Proveedores | 23 |
| 2.02.03 Competidores..... | 24 |
| 2.03 Análisis FODA | 25 |
| 2.04 Propuesta Estratégica..... | 27 |
| 2.04.01 Misión..... | 27 |
| 2.04.02 Visión | 27 |
| 2.04.03 Objetivos | 28 |
| 2.04.03.01 Objetivo General | 28 |
| 2.04.03.02 Objetivos Específicos | 28 |
| 2.04.04 Principios y/o valores | 28 |
| 2.04.04.01 Principios..... | 28 |
| 2.04.04.02 Valores..... | 29 |
| 2.04.05 Gestión Administrativa..... | 30 |
| 2.04.06 Gestión Operativa..... | 31 |
| 2.04.07 Gestión Comercial | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 2. 04.07.01 Marketing Mix..... | 34 |
| 2.04.07.01.01 Producto..... | 34 |
| 2.04.07.01.01.01 Descripción del Producto | 34 |
| 2.04.07.01.01.02 Logotipo | 35 |
| 2.04.07.01.01.03 Slogan | 36 |
| 2.04.07.01.02 Plaza | 36 |
| 2.04.07.01.03 Precio..... | 37 |
| 2.04.07.01.04 Promoción | 37 |
| 2.04.07.01.04.01 Estrategias de Comercialización | 37 |
| CAPÍTULO III..... | 38 |
| 3. Estudio de Mercado | 38 |
| 3.01 Análisis del Consumidor | 38 |
| 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra..... | 38 |
| 3.01.01.01 Población | 38 |
| 3.01.01.02 Muestra | 39 |
| 3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información | 40 |
| 3.01.02.01 Encuesta..... | 41 |
| 3.01.03 Análisis de la Información | 41 |
| 3.02 Oferta..... | 51 |
| 3.02.01 Oferta Histórica | 51 |
| 3.02.02 Oferta Actual | 51 |
| 3.02.03 Oferta Proyectada | 52 |
| 3.03. Productos Sustitutos | 52 |
| 3.04 Demanda..... | 53 |
| 3.04.01 Demanda Histórica | 53 |
| 3.04.02 Demanda Actual | 53 |
| APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018 | |

| | |
|---|-----------|
| 3.02.03 Demanda Proyectada | 55 |
| 3.05 Balance Oferta Demanda..... | 55 |
| 3.05.01 Balance Actual | 55 |
| 3.05.02 Balance Proyectado | 56 |
| CAPÍTULO IV | 57 |
| 4. Estudio Técnico | 57 |
| 4.01 Tamaño del Proyecto | 57 |
| 4.01.01 Capacidad Instalada..... | 57 |
| 4.01.02. Capacidad Óptima | 59 |
| 4.02 Localización | 59 |
| 4.02.01 Macro-Localización..... | 59 |
| 4.02.02 Localización Óptima | 61 |
| 4.02.03 Micro-Localización | 61 |
| 4.03 Ingeniería del Producto..... | 62 |
| 4.03.01 Definición del Producto..... | 62 |
| 4.03.02 Distribución de Planta | 62 |
| 4.03.03 Diseño de la planta | 64 |
| 4.03.03 Proceso Productivo | 65 |
| 4.03.04 Maquinaria y Equipo | 68 |
| CAPÍTULO V | 69 |
| 5. Estudio Financiero..... | 69 |
| 5.01 Ingresos | 69 |
| 5.01.01 Ingresos Operacionales..... | 69 |
| 5.01.01.01 Cálculo de Ingresos Operacionales | 70 |
| 5.01.02 Ingresos no Operacionales..... | 71 |
| 5.02 Costos | 71 |
| APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018 | |

| | |
|---|----|
| 5.02.01 Costos Directos..... | 71 |
| 5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD)..... | 72 |
| 5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)..... | 73 |
| 5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)..... | 73 |
| 5.02.03 Gastos administrativos | 74 |
| 5.02.04 Gasto de Ventas..... | 76 |
| 5.02.05 Costos Financieros | 78 |
| 5.02.06 Costos Fijos | 79 |
| 5.02.07 Costos Variables..... | 79 |
| 5.03 Inversiones..... | 79 |
| 5.03.01 Inversión Fija..... | 80 |
| 5.03.02 Activos Fijos..... | 80 |
| 5.03.03 Activos Nominales (Diferidos) | 81 |
| 5.03.04 Capital de Trabajo | 82 |
| 5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos | 83 |
| 5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)..... | 83 |
| 5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)..... | 86 |
| 5.03.08 Estado de Situación Inicial | 87 |
| 5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) | 88 |
| 5.03.10 Flujo Caja | 89 |
| 5.04 Evaluación | 91 |
| 5.04.01 Tasa de Descuento (TMAR)..... | 92 |
| 5.04.02 Valor Actual Neto (VAN) | 92 |
| 5.04.03 Tasa interna de retorno (TIR) | 93 |
| 5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)..... | 93 |
| 5.04.05 Relación costo beneficio (RC/B)..... | 95 |

| | |
|--|-----|
| 5.04.06 Punto de equilibrio | 95 |
| 5.04.06.01 Punto de equilibrio en unidades | 96 |
| 5.04.07 Análisis de Índices Financieros | 98 |
| CAPÍTULO VI..... | 100 |
| 6. Análisis de Impactos | 100 |
| 6.01 Impacto Ambiental | 100 |
| 6.02 Impacto Económico..... | 100 |
| 6.03 Impacto Productivo | 101 |
| 6.04 Impacto Social..... | 101 |
| CAPÍTULO VII | 102 |
| 7.01 Conclusiones | 102 |
| 7.02 Recomendaciones | 103 |
| Anexos..... | 104 |
| Bibliografías..... | 108 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Carbohidratos | 5 |
| Tabla 2 Vitaminas | 5 |
| Tabla 3 Aminoácidos | 6 |
| Tabla 4 Producto Interno Bruto | 8 |
| Tabla 5 Producto Interno Bruto Sectorial | 9 |
| Tabla 6 Inflación | 11 |
| Tabla 7 Tasa Activa | 12 |
| Tabla 8 Tasa Pasiva..... | 13 |
| Tabla 9 Tasa de Empleo | 15 |
| Tabla 10 Tasa de Desempleo | 16 |
| Tabla 11 Tasa de Subempleo | 17 |
| Tabla 12 Segmentación de Cliente..... | 22 |
| Tabla 13 Clientes..... | 22 |
| Tabla 14. Proveedores | 23 |
| Tabla 15 Competidores | 24 |
| Tabla 16 Fortalezas | 25 |
| Tabla 17 Debilidades..... | 25 |
| Tabla 18 Oportunidades | 26 |
| Tabla 19 Amenaza..... | 26 |
| Tabla 20 Plaza..... | 36 |
| Tabla 21 Población Segmentada | 39 |
| Tabla 22 Datos de la Muestra..... | 39 |
| Tabla 23 Consumo cosméticos..... | 42 |
| Tabla 24. Frecuencia de Compra | 43 |
| Tabla 25 Aceptación del Precio | 44 |
| Tabla 26 Satisfacción | 45 |
| Tabla 27 Aceptación del Producto | 46 |
| Tabla 28 Tamaño del producto | 47 |
| Tabla 29 Preferencias por medios de comunicación..... | 48 |
| Tabla 30 Conocimiento de Producto en el Mercado | 49 |
| Tabla 31 Importancia al Adquirir un Producto | 50 |

| | |
|---|----|
| Tabla 37 Oferta actual | 52 |
| Tabla 38 Oferta Proyectada..... | 52 |
| Tabla 32 Datos para el Cálculo de la Demanda | 54 |
| Tabla 33 Población de Aceptación del Proyecto..... | 54 |
| Tabla 34 Población Frecuencia de Compra | 54 |
| Tabla 35 Cálculo Demanda Actual | 54 |
| Tabla 36 Demanda Proyectada..... | 55 |
| Tabla 39 Balance Actual | 56 |
| Tabla 40 Balance Proyectado..... | 56 |
| Tabla 41 Capacidad Instalada Operario | 58 |
| Tabla 42 Capacidad Instalada | 58 |
| Tabla 43 Capacidad Utilizada a Toda Capacidad | 58 |
| Tabla 44 Capacidad Utilizada Real..... | 59 |
| Tabla 45 Macro Localización..... | 60 |
| Tabla 46 Localización Óptima | 61 |
| Tabla 47 Códigos de Cercanía | 63 |
| Tabla 48 Código de Razones..... | 63 |
| Tabla 49 Distribución de la Planta por Dimensiones..... | 65 |
| Tabla 50 Maquinaria y Equipo..... | 68 |
| Tabla 51 Costo Unitario de Producción | 70 |
| Tabla 52 Ingreso Operacional | 70 |
| Tabla 53 Proyección de las Ventas | 71 |
| Tabla 54 Materia Prima Directa..... | 72 |
| Tabla 55 Costo Unitario (MOD) | 73 |
| Tabla 56 Costos Indirectos de Fabricación | 74 |
| Tabla 57 Gasto Sueldo Gerente..... | 74 |
| Tabla 58 Gasto Sueldo Contador | 75 |
| Tabla 59 Gasto Arriendo..... | 75 |
| Tabla 60 Gasto Suministros de Oficina | 75 |
| Tabla 61 Gasto Servicios Básicos | 76 |
| Tabla 62 Proyección Gastos Administrativos | 76 |
| Tabla 63 Gasto Personal de Ventas..... | 77 |

| | |
|--|----|
| Tabla 64 Gasto Publicidad | 77 |
| Tabla 65 Total Gasto Publicidad..... | 77 |
| Tabla 66 Proyección Gasto Ventas | 78 |
| Tabla 67 Comparación de Tasas de Interés..... | 78 |
| Tabla 68 Costo Fijos | 79 |
| Tabla 69 Costos Variables | 79 |
| Tabla 70 Activos Fijos | 81 |
| Tabla 71 Activos nominales..... | 82 |
| Tabla 72 Capital de Trabajo..... | 82 |
| Tabla 73 Inversiones | 83 |
| Tabla 74 Condiciones de Préstamo | 84 |
| Tabla 75 Amortización Préstamo..... | 84 |
| Tabla 76 Resumen de Tabla de Amortización | 86 |
| Tabla 77 Depreciación | 87 |
| Tabla 78 Estado de Situación Inicial..... | 88 |
| Tabla 79 Estado de Resultado Proyectado | 89 |
| Tabla 80 Flujo de Caja Proyectado | 90 |
| Tabla 81 Balance Proyectado..... | 91 |
| Tabla 82 Tasa de Descuento | 92 |
| Tabla 83 Periodo de Recuperación del Proyecto | 94 |
| Tabla 84 Tiempo de Recuperación de la Inversión..... | 94 |
| Tabla 85 Datos de Punto de Equilibrio | 96 |
| Tabla 86 Punto de Equilibrio | 97 |
| Tabla 87 Índices Financieros | 98 |

Índice De Figura

| | |
|--|----|
| Figura 1. Porducto Interno Bruto | 8 |
| Figura 2. Producto Interno Bruto Sectorial | 10 |
| Figura 3. Inflación | 11 |
| Figura 4. Tasa de empleo | 15 |
| Figura 5. Tasa de Desempleo | 16 |
| Figura 6. Tasa de Subempleo | 18 |
| Figura 7. Organigrama de Administración | 30 |
| Figura 8. Organigrama producción | 32 |
| Figura 9. Organigrama de comercialización | 33 |
| Figura 10 Logotipo..... | 35 |
| Figura 11 Slogan | 36 |
| Figura 12. Consumo cosméticos | 42 |
| Figura 13. Frecuencia de Compra | 43 |
| Figura 14. Aceptación del Precio | 44 |
| Figura 15. Satisfacción..... | 45 |
| Figura 16. Aceptación del Producto..... | 46 |
| Figura 17. Tamaño del producto | 47 |
| Figura 18. Preferencias por medios de comunicación | 48 |
| Figura 19. Conocimiento de Producto en el Mercado..... | 49 |
| Figura 20. Importancia al Adquirir un Producto | 50 |
| Figura 21. Macro - Localizacion..... | 60 |
| Figura 22. Matriz Triangular..... | 64 |
| Figura 23. Diseño de la Planta | 64 |
| Figura 24 Proceso Productivo | 67 |

Índice de Anexos

| | |
|----------------------------|-----|
| Anexo 1 Marketing Mix..... | 105 |
| Anexo 2 Encuesta..... | 107 |

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto se ha elaborado con la finalidad de aportar al desarrollo económico mediante la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de cosméticos a base de aceite de aguacate ubicada en el sector Los Laureles del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2018 cuya actividad empresarial se desarrollará en el sector manufacturero, por lo tanto es necesario la implementación de un plan de comercialización que permita dar a conocer este nuevo producto. Se hace una revisión bibliográfica sobre las bases teóricas de la investigación ya que es importante aclarar los principales temas con los que se trabaja en el desarrollo del proyecto, los que provee de toda la información correspondiente al estudio de mercado que se desarrolló en la ciudad de Quito, el cual arroja que existe una amplia gama de empresas que se dedican a la venta de productos comunes sin dar un valor agregado al mismo y con un solo mecanismo de atracción y mercadeo hacia el cliente el cual es la venta directa.

Por lo cual con dicho estudio se puede observar la apertura que tendrá el nuevo producto en el mercado, se identificó que la población estaría dispuesta a gastar en promedio de 10 a 15 al mes por adquirir el nuevo producto, además de una necesaria inversión en conjunto con un plan de estrategias, los cuales son la creación de una página web, redes sociales, a más de medios publicitarios de promoción y de difusión para así dar a conocer y poder insertarse en el mercado. El estudio financiero muestra la factibilidad del presente proyecto, se prevé tener un crecimiento promedio básicamente en los primeros 5 años, cada uno de los evaluadores con los que se trabaja indica la rentabilidad real, mostrándose como un proyecto aceptable y real.

APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018

Absract

This present project has done with a goal to give us some knowledge to start a new business like an entrepreneur. It will make and delivery cosmetics with base in avocado oil. It places on downtown Laureles neiborhood Quito-Ecuador in 2018. It develops activity in homemade sector. For that reason we need a trade plan so that the people now this new product. We review Bibliographic research and take up the information about topics wich help us to tike advantages about local market. In this research gave us knowledge, there are some enterprises with similar products without added-values but drive by sales face to face.

The research gave us the confidence the new product will have new behavior in the market and the people may spend 10 to 15 average per month in our new product, also the strategy can invest or may have marketing budget wich permit the building of web page, social media, also advertisings those permit enter in the market the new product. Spenses study show us the green light to the present project it will let have rise during first 5 years, each controllers wich it works let us know the real gain it show it would be acceptable and rea.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El presente estudio se realizó con el objetivo de determinar los factores que favorezcan en la implementación de la microempresa, así mismo los factores que pueden producir efectos adversos con el objetivo de buscar una posible solución al mismo.

Se realizó el análisis situacional para detectar los posibles factores externos que podrían afectar al proyecto al momento de implementarlo elaborando el FODA para su mejor comprensión; así también se elaboró el plan estratégico para diseñar el camino a seguir en la implementación de la microempresa en el futuro.

Luego del estudio de mercado se calculó la demanda actual de 278.857 la que se considera adecuada para insertar el producto.

Al elaborar el estudio técnico se determinó la capacidad instalada, con esto el tamaño de la empresa, así como la localización óptima de la misma.

Se hizo el estudio financiero del que se obtuvo el VAN de 4040,25 y la TIR es de 22,82 % permitiendo concluir con una empresa viable y factible en su implementación durante su primer año de funcionamiento. La recuperación del capital invertido se lo hará en valores constantes en un año cinco meses y valores actualizados en un año ocho meses.

1.01 Justificación

Una de las necesidades más apremiantes en la actualidad es la salud de la piel porque está expuesta a los rayos solares y a la contaminación ambiental.

En la sociedad son pocas las microempresas que cuentan con un programa de Salud cutánea dirigido a los jóvenes, niños y personas adultas, las diferentes propuestas que son utilizadas a favor de ellos generalmente no se canalizan para esta área, sino para tener fines de lucro. En la actualidad el aumento de enfermedades de la piel son constantes amenazas frente a los factores ambientales (radiación ultravioleta, contaminación ambiental) que pueden producir el envejecimiento acelerado, enfermedades cutáneas o el cáncer en la piel, por ello se ha determinado un problema con el fin de dar soluciones.

El interés de esta presente investigación, está basada en la utilización de un producto natural en la piel ya que por la exposición de factores ambientales se encuentran más susceptibles a sufrir o padecer enfermedades cutáneas ,investigaciones del 2012 hay un 57% de personas con cáncer a la piel lo cual determina una mayor atención; en este sentido la investigación se dirige a las mujeres desde los 19 años en adelante; es un estudio que a pesar de que exista algunos productos de cuidado de la piel , busca aportar a la sociedad con un producto natural que contiene beneficios vitamínicos para el cuidado de la piel ,puesto que la microempresa está ubicada en áreas estratégicas de acción en donde se abordan mayor cantidad de demanda de centros cosmetológicos.

1.02 Antecedentes

“El cultivo del aguacate en el Ecuador tiene un futuro promisorio debido a las múltiples bondades que ha dado al país. El clima y los suelos son excepcionales en los valles Andinos desde Carchi hasta Loja”. (Reinoso, 2016)

Con el aprovechamiento de los suelos del país existe un fruto que genera grandes bondades, contiene vitaminas que ayudaran para el fortalecimiento del cuerpo permitiendo que luzca de la mejor manera y lo recomendable es su utilización por que permite la regeneración celular.

En la actualidad, la palta o aguacate se ha convertido en un alimento popular entre las personas que buscan un estilo de vida saludable. Se la etiqueta como un superalimento, lo cual no sorprende considerando sus beneficios para la salud. En algunos países están utilizando el aguacate con aceite porque le consideran como uno de los mejores frutos para la alimentación y para mantener una buena salud, evitando así el envejecimiento prematuro.

“A partir de la década de los setenta se empezaron a estudiar las propiedades, los resultados mostraron efectos benéficos para la salud, principalmente por disminuir las enfermedades cardiovasculares, se observó una mejoría en los casos de artritis, osteoporosis y psoriasis”. (Carvajal, 2010)

Las ventajas de este producto se observan desde el exterior el consumo de aguacate se refleja en una piel sana e hidratada, ya que su alto contenido en vitamina E evita que esta sufra de envejecimiento prematuro y otras afecciones.

Algunos cosmetólogos recomiendan el uso de este fruto como un ensaladas, aderezos, cremas o batidos para que permita mantener la piel saludable, nutriendo de adentro hacia el exterior.

- El aguacate es altamente nutritivo
- Contiene más potasio que los bananos.
- El aguacate está cargado de ácidos grasos mono saturados saludables.
- El aguacate provee de fibra
- Comer aguacates puede ayudarte a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos
- Las personas que comen aguacates tienden a ser más sanas
- La grasa en los aguacates puede ayudarte a absorber nutrientes de alimentos vegetales.
- Los aguacates contienen poderosos antioxidantes como la luteína y la zeaxantina que protegen tu vista y además están ligados a la reducción del riesgo de cataratas y degeneración macular.
- El aguacate podría ayudar a prevenir el cáncer.
- El extracto de aguacate podría ayudarte a aliviar los síntomas de la artritis.
- Comer aguacate podría ayudarte a perder peso.
- El aguacate es delicioso y fácil de incorporar a tu dieta.

Se le relaciona como alimento que no contiene colesterol y es bajo en grasas saturadas, lo cual se está consumiendo en grandes dosis de potasio disminuyendo la presión arterial aporta, como nutriente en las células del cuerpo, ayuda a perder peso y reduce el azúcar en la sangre mediante estudios que se han realizado.

Tabla 1 Carbohidratos

| Nutriente | Cantidad | Nutriente | Cantidad |
|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Azúcar | 0,40 g. | Lactosa | 0 g. |
| Fructosa | 0,20 g. | Maltosa | 0 g. |
| Galactosa | 0 g. | Oligosacaridos | 0 g. |
| Glucosa | 0,10 g. | Sacarosa | 0,10 g. |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Muchas personas no saben que la piel es un órgano más del cuerpo, Pues si no consumes los suficientes carbohidratos, el cuerpo va a necesitar energía y va a obtenerla de las proteínas, el cuerpo transforma proteínas en energía, de manera que las proteínas quemadas ya no pueden utilizarse para las funciones normales, como mantener la elasticidad de la piel o reparar los daños de la piel, el exceso de carbohidratos también provoca envejecimiento.

Tabla 2 Vitaminas

| Nutriente | Cantidad | Nutriente | Cantidad |
|----------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| Ácido fólico añadido | 0 ug. | Vitamina A | 12 ug. |
| Alfa caroteno | 23 ug. | Vitamina B1 | 0,08 mg. |
| Alfatocoferol | 1,30 mg. | Vitamina B12 | 0 ug. |
| Beta caroteno | 53,50 ug. | Vitamina B2 | 0,15 mg. |
| Deltatocoferol | 0 mg. | Vitamina B9 | 30 ug. |
| Folatos alimentarios | 30 ug. | Vitamina C | 6 mg. |
| Gammatocoferol | 0 mg. | Vitamina D | 0 ug. |
| Niacina preformada | 1,10 mg. | Vitamina E | 1,30 mg. |
| Retinol | 0 ug. | Vitamina K | 19 ug. |
| Tocoferoles totales | 1,30 mg. | | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Las vitaminas juegan un importante papel en el mundo de las industrias de cosméticos y cuidado de la piel, para mantener la piel sana, suave, flexible, sin manchas, ni arrugas, necesitamos consumir determinadas vitaminas que aumenta la actividad de las enzimas y favorece la regeneración celular mejorando el aspecto de la piel, mejorar la elasticidad y regeneran la piel envejecida de forma prematura, ayudando a que la piel se mantenga joven, uniforme y suave.

Tabla 3 Aminoácidos

| Nutriente | Cantidad | Nutriente | Cantidad |
|-----------------|----------|------------|----------|
| Ácido aspártico | 207 mg. | Leucina | 168 mg. |
| Ácido glutámico | 242 mg. | Lisina | 132 mg. |
| Alanina | 149 mg. | Metionina | 37 mg. |
| Arginina | 51 mg. | Prolina | 97 mg. |
| Hidroxiprolina | 0 mg. | Triptofano | 19 mg. |
| Histidina | 26 mg. | Valina | 147 mg. |
| Isoleucina | 95 mg. | | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La importancia de la creatina radica en su importancia para tener una piel bella y sana. Está compuesta por los siguientes aminoácidos: arginina y metionina, La creatina es un derivado de aminoácidos presente en el organismo que juega un papel importante en el metabolismo energético de la célula, les da energía necesaria para llevar a cabo la generación de los tejidos conectivos y la regeneración de las células.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo tiene como finalidad abarcar fuerzas que tiene efecto directo en las decisiones y actos de los gerentes comprendiendo las condiciones económicas, políticas, socioculturales, tecnológicas y sociales que pueden afectar en la organización y no se pueden regular.

“El ambiente externo influye en la manera de operar de la organización y en sus productos. Tales variables pueden impactar la forma de autodefinirse de la organización en su definición del buen desempeño” (Lusthaus, Andrien, Anderson, & Carden, 2001, pág. 76)

2.01.01 Factor Económico

Permite determinar los indicadores económicos que están en el entorno para determinan si hay oportunidades o amenazas para la producción de un bien o un servicio.

“Es el nivel de desarrollo, principales indicadores, económicos, disponibilidad de recursos, políticas económica”. (Peñalver, 2009)

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

Por medio de este indicador se determinan las actividades económicas que se generan durante la producción de bienes o servicios que son producidos durante el periodo actual.

“Producto Interno Bruto es el valor del output producción final de todos los bienes productos y servicios producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo generalmente un año”. (Nuñez, 2015)

Tabla 4 Producto Interno Bruto

| Periodos | PIB | Variación |
|----------------------|-------|-----------|
| 2012 | 64106 | 4.88% |
| 2013 | 67293 | 4.97% |
| 2014 | 70243 | 4.38% |
| 2015 | 70354 | 0.16% |
| 2016 | 60000 | -14.72% |
| II Trimestre de 2017 | 35291 | -41.18% |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

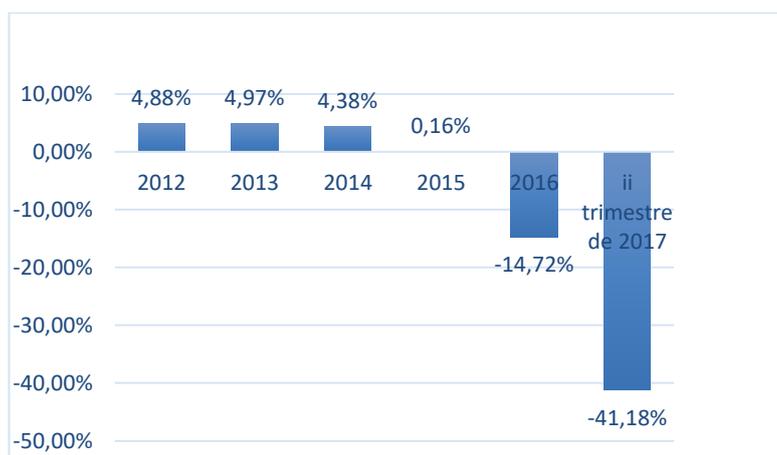


Figura 1. Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Jacqueline Gualoto

El Producto Interno Bruto en el año 2016 tuvo un decrecimiento 14.72%, lo que significa para el proyecto que es una amenaza de impacto porque refleja la inestabilidad económica del país, un mayor crecimiento del PIB, se ve reflejado el consumo y capacidad de adquisición de bienes y servicios, una seguridad para las empresas extranjeras y nacionales para invertir.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto Sectorial

Determina el valor de bienes y servicios producidos por sectores productivos es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de demanda final de un sector en un determinado de tiempo.

“Valor agregado por el sector primario más valor agregado por el sector secundario más valor agregado por el sector terciario”. (Ramales, 2010)

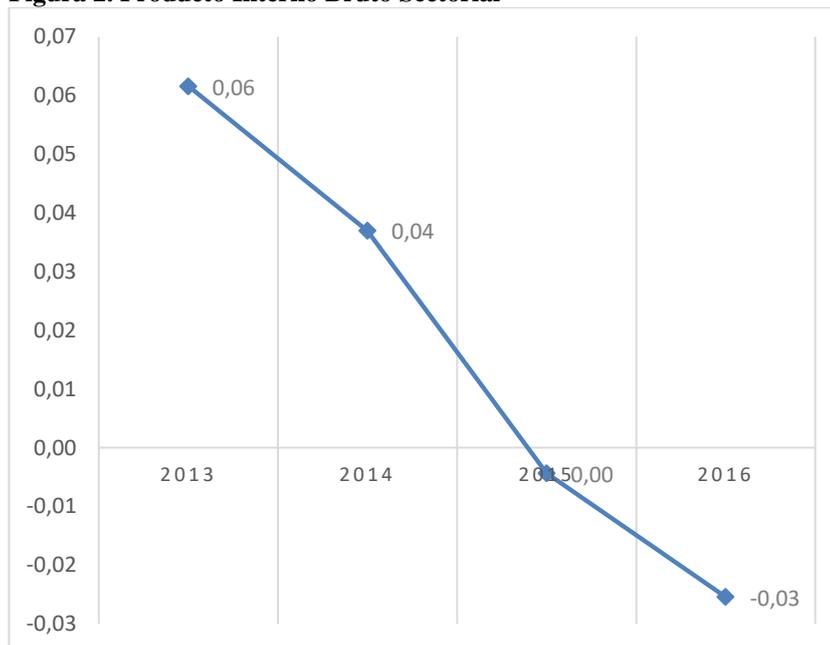
Tabla 5 Producto Interno Bruto Sectorial

| Periodos | PIB | Variación |
|----------|----------|-----------|
| 2012 | 7,510.10 | |
| 2013 | 7,972.19 | 0.06 |
| 2014 | 8,266.57 | 0.04 |
| 2015 | 8,230.45 | 0.00 |
| 2016 | 8,021.17 | -0.03 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Figura 2. Producto Interno Bruto Sectorial



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Jacqueline Gualoto

El Producto interno bruto sectorial manufacturero en el año 2016 tuvo un decrecimiento de -0.03% representa una oportunidad para el presente proyecto a desarrollar por que reducen los costos de producción.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es un desequilibrio económico provocado por la subida continuada de los precios en mayor parte de los productos y servicios, así obteniendo una pérdida en el poder adquisitivo de ellos.

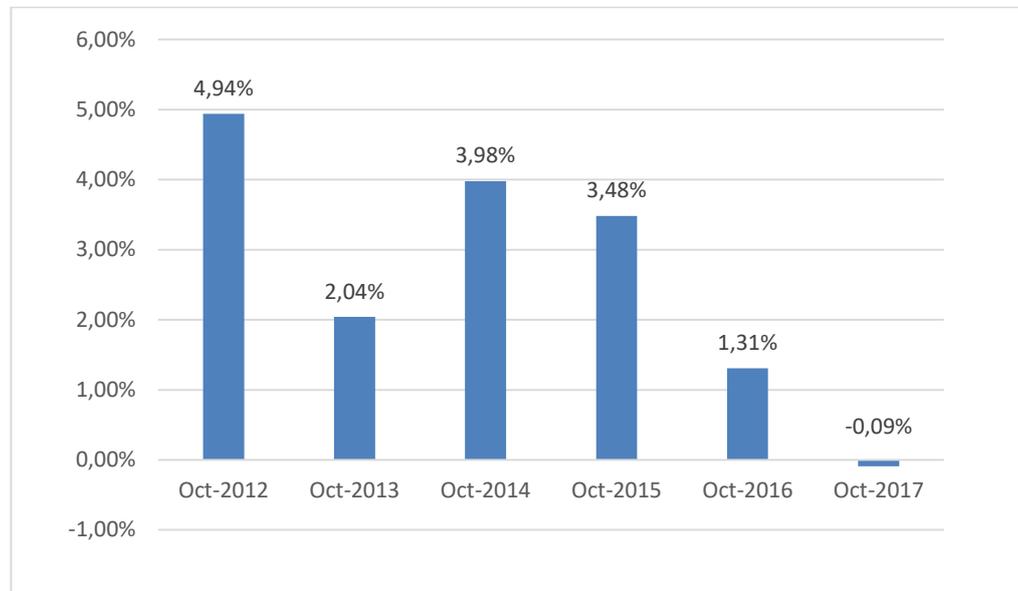
“Es evaluado estadísticamente a través del índice de precios consumidor del área urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 6 Inflación

| Fecha | Porcentaje |
|--------------|------------|
| Octubre 2012 | 4.94% |
| Octubre 2013 | 2.04% |
| Octubre 2014 | 3.98% |
| Octubre 2015 | 3.48% |
| Octubre 2016 | 1.31% |
| Octubre 2017 | -0.09% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Jacqueline Gualoto

**Figura 3. Inflación**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: Jacqueline Gualoto

La inflación de Octubre del 2016 fue de 1.31 % y en Octubre del 2017 decreció en -0.09%, lo cual determina que es una oportunidad de bajo impacto para el proyecto, si hay un constante control de precios es una señal de que la demanda de los hogares será buena, lo que hará que al mismo tiempo se genere una mayor producción, dando como resultado el crecimiento económico.

2.01.01.03 Tasa Activa

La tasa activa es un indicador de interés que adquieren las instituciones financieras por sus servicios, es decir los proyectos para iniciar sus actividades buscan fondos ajenos, por los cuales tienes que pagar una tasa de interés de acuerdo a las políticas de cada institución financiera.

Es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 7 Tasa Activa

| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Máximas | % anual |
|--|----------------|-----------------------------------|----------------|
| Productivo Corporativo | 7.34 | Productivo Corporativo | 9.33 |
| Productivo Empresarial | 9.84 | Productivo Empresarial | 10.21 |
| Productivo PYMES | 11.41 | Productivo PYMES | 11.83 |
| Comercial Ordinario | 7.95 | Comercial Ordinario | 11.83 |
| Comercial Prioritario Corporativo | 7.79 | Comercial Prioritario Corporativo | 9.33 |
| Comercial Prioritario Empresarial | 9.84 | Comercial Prioritario Empresarial | 10.21 |
| Comercial Prioritario PYMES | 11.05 | Comercial Prioritario PYMES | 11.83 |
| Consumo Ordinario | 16.65 | Consumo Ordinario | 17.3 |
| Consumo Prioritario | 16.5 | Consumo Prioritario | 17.3 |
| Educativo | 9.84 | Educativo | 9.5 |
| Inmobiliario | 10.57 | Inmobiliario | 11.33 |
| Vivienda de Interés Público | 4.98 | Vivienda de Interés Público | 4.99 |
| Microcrédito Minorista | 27.55 | Microcrédito Minorista | 30.5 |
| Microcrédito de Acum. Simple | 24.66 | Microcrédito de Acum. Simple | 27.5 |
| Microcrédito de Acum. Ampliada | 20.96 | Microcrédito de Acum. Ampliada | 25.5 |
| Inversión Pública | 8.16 | Inversión Pública | 9.33 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La tasa activa en abril 2017 fue 11.41%, lo cual existe una estabilidad, por ende determina una oportunidad de impacto medio, para el financiamiento e implementación del proyecto, una baja tasa de interés favorece la inversión ya que permite una mayor liquidez para afrontar sus gastos corrientes y para incrementar su liquidez. A la vez tiene un índice de crecimiento afecta directamente en el cumplimiento de sus obligaciones.

2.01.01.04 Tasa Pasiva

La tasa pasiva es un interés que pagan las instituciones financieras por el dinero captado, es decir por los depósitos que realizan los clientes de las organizaciones que son a largo plazo.

“La Tasa Pasiva Efectiva Referencial corresponde al promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las entidades del sistema financiero nacional al Banco Central del Ecuador, para todos los rangos de plazos”.

(Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 8 Tasa Pasiva

| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
|---|---------|-------------------------------|---------|
| Depósitos a plazo | 4.91 | Depósitos de ahorro | 1.13 |
| Depósitos monetarios | 0.87 | Depósitos de tarjetahabientes | 1.17 |
| Operaciones de reparto | 0.10 | | |
| Tasas de interés pasivas efectivas referenciales por plazo | | | |
| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
| Plazo 30-60 | 3.42 | Plazo 121-180 | 4.85 |
| Plazo 61-90 | 3.90 | Plazo 181-360 | 5.37 |
| Plazo 91-120 | 4.86 | Plazo 361 y más | 6.97 |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La tasa de interés pasiva en el año 2017 tuvo un índice de interés de 6,97 % lo que determina una oportunidad para el proyecto porque permite generar ingresos por comisiones bancarias.

2.01.02 Factor Social

El estudio de los factores sociales permite observar los obstáculos que emiten un retraso en el desarrollo de un país, es decir considerara las necesidades de los consumidores y el tamaño de mercados potenciales, por el cambio de gustos y preferencias lo cual puede crear una insatisfacción si no son analizadas.

“Son los factores como consecuencia del grave atraso en el desarrollo, registrándose por ende altos índices de pobreza, analfabetismo, deterioro de las condiciones de salud y alimentación, así como en las condiciones de vida de la población”. (Berumen, 2004)

2.01.02.01 Empleo

El empleo es un contrato de ocupación por el cual una persona presta sus servicios de mano de obra, con el fin de obtener una remuneración justa de acuerdo a lo determinado por ley , un país refleja que tiene una estabilidad política y económica cuando hay suficientes vacantes y el nivel de desempleo comienza a decrecer.

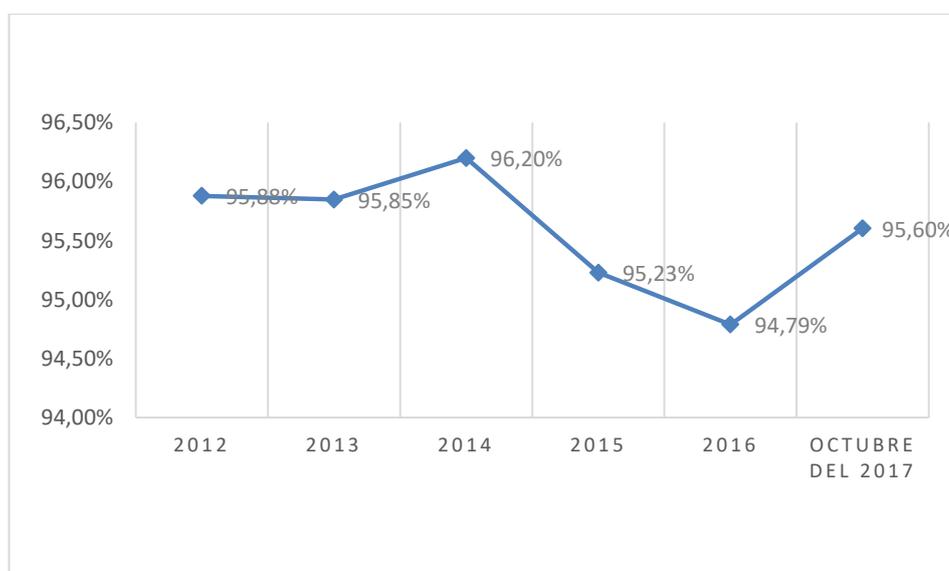
Se considerará como empleo a todas las personas que tengan más de una cierta edad especificada y que durante un breve periodo de referencia, tal como una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente. (Neffa, 2014)

Tabla 9 Tasa de Empleo

| Año | Empleo | Variación |
|-------------------|-----------|-----------|
| Octubre-31-2017 | 7,728,968 | 95.60% |
| Diciembre-31-2016 | 7,463,579 | 94.79% |
| Diciembre-31-2015 | 7,140,636 | 95.23% |
| Diciembre-31-2014 | 6,921,107 | 96.20% |
| Diciembre-31-2013 | 6,664,241 | 95.85% |
| Diciembre-31-2012 | 6,424,840 | 95.88% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

**Figura 4. Tasa de empleo**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Entre Diciembre de 2016 y Octubre 2017, se determina un crecimiento de 0,81% por ende representa una oportunidad alto impacto para el proyecto, los empleos vinculan a las personas con la sociedad su expansión productiva y decente es la vía hacia el crecimiento y la diversificación de las economías.

2.01.02.02 Desempleo

El desempleo es una inactividad involuntaria sin remuneración, siendo uno de los factores que afectan al ingreso familiar, por medio de una remuneración se puede solventar sus necesidades como la alimentación, vestimenta, salud y educación

“Define la tasa de desempleo como la proporción, del conjunto de personas que se encuentra sin trabajo con relación a la fuerza de trabajo”. (Blacutt, 2013)

Tabla 10 Tasa de Desempleo

| Año | Desempleo | Variación |
|-------------------|-----------|-----------|
| Octubre-31-2017 | 355,414 | 4.40% |
| Diciembre-31-2016 | 410,441 | 5.21% |
| Diciembre-31-2015 | 357,892 | 4.77% |
| Diciembre-31-2014 | 273,414 | 3.80% |
| Diciembre-31-2013 | 288,745 | 4.15% |
| Diciembre-31-2012 | 276,147 | 4.12% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

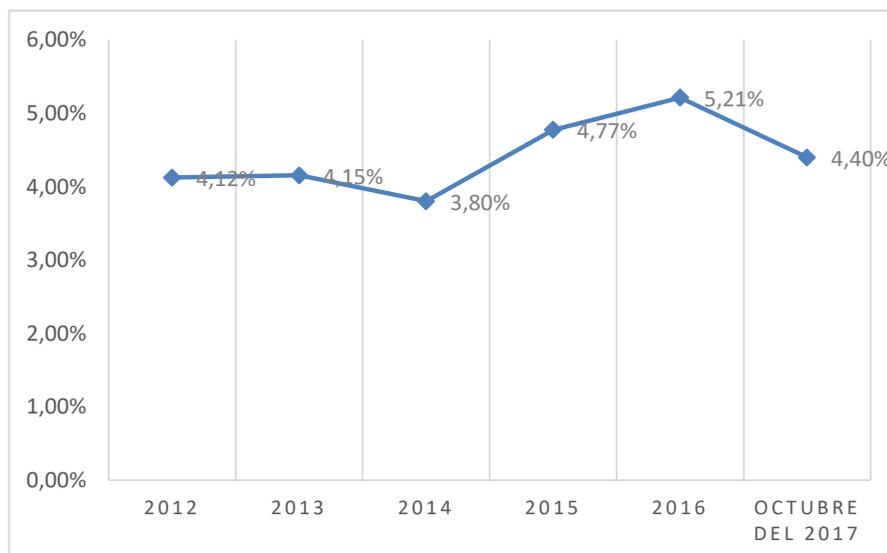


Figura 5. Tasa de Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

En Diciembre 2016 la tasa de desempleo alcanzó el 5.21% a nivel nacional, 4,4% puntos porcentuales adicionales a lo registrado en Octubre 2017, determinando una oportunidad de impacto bajo para la organización, por la estabilidad económica que beneficia la productividad económica del país por el ámbito laboral ayudando al incremento del producto interno bruto.

2.01.02.03 Subempleo

El subempleo es una actividad productiva con una remuneración inferior a la del salario mínimo, es decir ahora por la situación económica del país existe escasos de empleo, lo que obliga a la población a salir en busca de un empleo por horas, y así poder tener un sustento familiar.

“Personas con empleo que, durante la semana de referencia, con ingresos inferiores al salario mínimo, trabajaron menos de la jornada legal y tienen disponibilidad de trabajar horas adicionales”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2016)

Tabla 11 Tasa de Subempleo

| Año | Subempleo | Variación |
|--------------------------|------------------|------------------|
| Octubre-31-2017 | 1,726,030 | 21.35% |
| Diciembre-31-2016 | 1,564,825 | 19.80% |
| Diciembre-31-2015 | 1,050,646 | 14.01% |
| Diciembre-31-2014 | 925,774 | 12.87% |
| Diciembre-31-2013 | 809,269 | 11.64% |
| Diciembre-31-2012 | 603,890 | 9.01% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

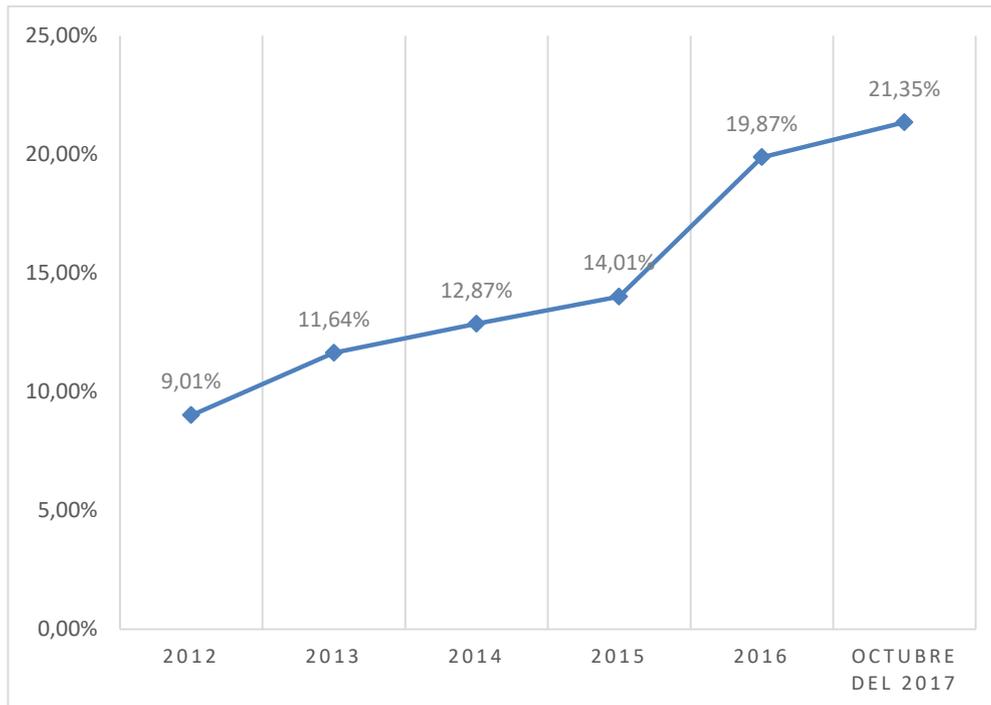


Figura 6. Tasa de Subempleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Entre Diciembre 2016 y Octubre de 2017, tiene un crecimiento de 1,63 lo cual determina una oportunidad de impacto bajo, ya que con esto del proyecto puede acceder a personal que trabaje solo por horas, porque está en vías de desarrollo.

2.01.03 Factor Legal

Se determina como factor legal los requisitos y normas que debe seguir una organización para su constitución en las cuales se debe realizar una serie de procedimientos de acuerdo con la documentación que exijan las instituciones que la controlan.

“Hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país”.

(Hernández, 2008)

2.01.03.01 Documentos Habilitantes

Para la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).

- Cédula original del solicitante,
- Papeleta de votación original del solicitante,
- Contrato de arrendamiento (de ser el caso),
- Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato, y
- Formato de registro emitido por el SRI.
- Razón social de la empresa es: Jacqueline Gualoto, identificado con el RUC N° 1723876593001, y su nombre comercial es “FACEFRUT”.

2.01.03.02 Patente Municipal

Para obtener la patente se necesitan presentar los siguientes documentos:

- Formulario de inscripción,
- Copia de cédula y papeleta de votación,
- Copia del RUC, y
- Dirección de correo electrónico.

2.01.03.03 Cuerpo de Bomberos

El obtener el permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos, se requiere presentar los siguientes documentos:

- Informe del inspector,
- Copia de cédula del propietario,
- Copia de la patente municipal,
- Copia del RUC

- Copia contrato de arriendo.

2.01.03.04 Tramites del IESS

Para asegurar al trabajador en el Instituto Ecuatoriano de Seguro Social se requiere los documentos personales del empleado que se detallan a continuación.

- Copia de cedula y papeleta de votación del empleado,
- Relación de trabajo,
- Modalidad de contratación,
- Código de actividad sectorial,
- Denominación del cargo,
- Sueldo o remuneración que debe ir acorde a lo establecido por el IESS, y
- Dirección del empleado.

2.01.03.05 Registro Sanitario

Para obtener el Registro Sanitario o un certificado que indique la vigencia del registro sanitario, o notificación sanitaria obligatoria, para el presente proyecto son los siguientes.

- Solicitud ingresada por VUE
- Declarar en la solicitud la fórmula cualitativa del producto,
- Especificaciones organolépticas, microbiológicas y fisicoquímicas del producto terminado emitidas por el fabricante,
- Instrucciones de uso del producto, Justificación de las bondades
- Proyecto de arte de etiqueta o rotulado, Material del envase primario
- Documentos que respalden la representación legal
- Autorización del fabricante al responsable de la comercialización

- Certificado de Libre Venta
- Documento con datos para factura.

2.01.04 Factor Tecnológico

El factor tecnológico busca el mejoramiento de la productividad optimizando recursos por medio de la utilización de tecnología, que pueda mejorar la calidad de su producto o servicio que desea generar para satisfacer las necesidades del cliente, la maquinaria y equipos que se requiere para el presente proyecto se encuentra disponible en el país representando una oportunidad reduciendo los costos de adquisición.

“Cambios en la composición, el diseño y la construcción que puedan provocar que el producto se perciba como obsoleto. Introducción de productos sustitutos en el mercado con clara mejoría respecto a los actuales”. (Mayordomo, 2016)

2.02 Entorno Local

El entorno local determina cómo las variables o fuerzas geográficas actúan en el espacio, para determinar la característica y funcionalidades del entorno que puedan ser controladas, porque pueden afectar a las actividades de la organización, así se puede prevenir imprevistos e implementar estrategias de mejoras.

Este tipo de entorno es aquel que va a afectar de forma cercana la empresa ya que contiene aspectos que le influyen de manera directa. Además de que el análisis de este entorno determina en dónde se va a ubicar la empresa. (Cabanelas, 1997, pág. 89)

2.02.01 Clientes

Clientes son aquellas personas que a partir una necesidad acceden a un producto o servicio de acuerdo con su poder adquisitivo, es decir de acuerdo a sus bolsillos buscan satisfacer sus necesidades.

“Cliente es aquel por quién se planifican, implementan y controlan todas las actividades de las empresas u organizaciones, llegaremos a la conclusión de que no está demás revisar su definición de vez en cuando para no olvidarnos”. (Kotler, 2003)

Tabla 12 Segmentación de Cliente

| Variable | Respuesta |
|------------------------------|---|
| Género | Mujeres |
| Edad | De entre 19 a 60 años |
| Nivel de ingresos | Indiferente |
| Ubicación | Población urbana de Sector los Laureles |
| Frecuencia de consumo | Usuarios regular. |
| Motivos de compra | Casualidad, independencia y por novedad |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 13 Clientes

| Cliente | Referencia | Contacto |
|---------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Mística Beautiful Center | Av. Gaspar de Villarroel & El Sol | Ing. Antonia Solis Telf. 2424585 |
| Biosalud | Av. Río Coca & España | Ing. Sandra Tenelema Telf. 2242654 |
| Redux Clínica | Av. Tomas de Berlanga & Los Shryris | Ing. Soledad Ortega Telf. 22454016 |
| Karismas | Av. 6 De Diciembre & Granados | Ing. Hortensia Vega Telf. 3342145 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La empresa Karisma será un cliente principal para la organización, siendo así una oportunidad impacto alto para el inicio de las actividades generando confianza, Dar al cliente la importancia significa proporcionar un servicio de calidad, el cual se reflejar en el desempeño y las actitudes, Es conveniente ponerse en lugar de nuestros clientes para comprender lo que realmente quiere y espera cada uno de ellos.

2.02.02 Proveedores

En una empresa es importante satisfacer las necesidades del cliente siendo este el objetivo primordial a la cadena de suministros, provocando un cambio en la perspectiva de las personas que integran la organización.

“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”. (Fattel, 2015)

Tabla 14. Proveedores

| Proveedor | Referencia | Insumos | Contacto |
|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|--|
| Botica Alemana | AV. 10 N21- 295 y, Carrión, Quito | | Cera Virgen Estela Carrión 3456857 |
| Supermaxi | Av. Eloy Alfaro & Rio Coca | Aceite de Aguacate | Valeria Molina 2356898 |
| Fybeca | Av. Los Shyris y el Inca | | Vitamina E Esteban Yépez 3275689 |
| La Casa del Químico | Av. América 723 Y Asunción | | Esteárico y Perborato de sodio Andrea Garcés 2856978 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La elección de buenos proveedores juega un papel decisivo dentro del proceso comercial, además define en gran parte el presente y futuro de la empresa, son aliados de la empresa además de generar una relación sana con ellos se asegurarán que el proceso comercial fluya de manera segura.

2.02.03 Competidores

Se determina como aquellos que influyen en el desarrollo de las actividades del proyecto, es decir si existe otra organización que brinde igual servicio o productos de debe buscar mejoras estratégicas para hacer la diferencia en el mercado.

“El concepto de competidor no se limita a las empresas que se sitúan en la misma área de negocios, ya que abarca a todas las empresas que participan en el mercado con funciones similares ”. (Shaughnessy, 2010, pág. 48)

Tabla 15 Competidores

| Denominación | Descripción | Factor de Negociación |
|--------------------------------|--------------------|------------------------------|
| Kryolan | Al por menor | 2% de descuento |
| Grupo comercial Viserco | Al por mayor | 5% de descuento |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

El Grupo Comercial Viserco brinda productos cosméticos con descuento del 5% lo que determina una amenaza de alto impacto, porque hay situaciones en las que tenemos que competir con muchos factores que nos rodean, y que pueden ser determinantes para dejarnos dentro, o fuera de la competencia para ello en necesario estudiar los factores que puedan afectar nuestro entorno al momento de competir y contrarrestarlos durante el proceso.

2.03 Análisis FODA

El análisis FODA tiene como finalidad, dar a conocer las fortalezas y debilidades, y así como también las oportunidades y amenazas dentro del mercado competitivo en la producción y comercialización de cosméticos a base de aguacate, con ello se determina los factores que influyan en el desarrollo positivamente o negativamente, la relevancia de un proyecto es contrarrestar las amenazas y reforzar las oportunidades que se desarrollará.

“El análisis FODA determina las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente sobre la dimensión de los obstáculos que deberán ser afrontados”. (Bravo, 1994, pág. 158)

Tabla 16 Fortalezas

| Fortalezas | Ponderación | Rango 1-5 | Total |
|---|--------------------|------------------|--------------|
| Producto no consta en el mercado | 0.50 | 5 | 2.50 |
| Se cuenta con fuentes de financiamiento | 0.25 | 4 | 1 |
| Disponibilidad de maquinaria y equipo a primera mano | 0.25 | 4 | 1 |
| Total | 1.00 | 13 | 4.50 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 17 Debilidades

| Debilidades | Ponderación | Rango 1-5 | Total |
|---|--------------------|------------------|--------------|
| Producto nuevo en el mercado. | 0.30 | 4 | 1.20 |
| Desconocimiento del producto por parte de los clientes | 0.20 | 3 | 0.60 |
| Costos elevados por productos obsoletos en el proceso. | 0.50 | 5 | 2.50 |
| Total | 1.00 | 16 | 4.30 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 18 Oportunidades

| Oportunidades | Ponderación | Rango 1-5 | Total |
|--|-------------|-----------|-------------|
| Apoyo del Estado a las micro pymes para el desarrollo de la economía | 0.35 | 4 | 1.4 |
| Innovación de tecnología | 0.30 | 5 | 1.5 |
| Inflación en decrecimiento | 0.35 | 5 | 1.75 |
| Total | 1 | 14 | 4.65 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 19 Amenaza

| Amenazas | Ponderación | Rango 1-5 | Total |
|---|-------------|-----------|------------|
| Factor legal | 0.5 | 4 | 2 |
| La competencia por productos sustitutos | 0.3 | 5 | 1,5 |
| Fidelidad de clientes por las marcas | 0.2 | 4 | 0.8 |
| Total | 1 | 13 | 4.3 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Análisis Fortalezas - Debilidades

Las fortalezas del proyecto “FACEFRUT” son de 4.50, mientras tanto sus debilidades están en 4.30, con una diferencia promedio de 0.20, no es muy relevante pero lo recomendable es ir contrarrestando para que no afecte en el desarrollo del proyecto.

Análisis Oportunidades - Amenazas

Se determina que las oportunidades de la empresa son de 4.65, a diferencia de las amenazas que está en 4.30, con una diferencia promedio de 0.35, lo cual representa una oportunidad para el proyecto a medida que se vaya contrarrestando las amenazas no influirá negativamente en el proceso.

2.04 Propuesta Estratégica

Implementar técnicas que sirvan de apoyo para el aprovechamiento del trabajo en equipo dentro del proceso de investigación adaptadas para las organizaciones dentro de los lineamientos de una adecuada gestión.

2.04.01 Misión

La misión es la identidad de la organización refleja el propósito que pretende cumplir en el entorno, para quien está dirigida con el fin de reflejar confianza para los que la rodean.

“La misión de la empresa es la esencia de lo que ella es en realidad. Tiene dos componentes principales: la definición del alcance del negocio, y las competencias únicas que la empresa ha desarrollado que seguirá cultivando en el futuro ” (Hax & Majluf, 2004, pág. 257)

Somos una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de cosméticos a base de aceite de aguacate con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores mediante un proceso estandarizado garantizando la producción, actitud de servicio, trabajo en equipo para la comercialización, brindando así con responsabilidad, integridad, ética y honestidad el producto

2.04.02 Visión

La microempresa Face-Frut en 5 años pretende alcanzar un posicionamiento en el mercado aportando productos elaborados con estándares de calidad, responsabilidad, integridad, ética, honestidad y profesionalismo con precios competitivos, y una amplia gama de productos.

2.04.03 Objetivos

Los objetivos empresariales son metas trazadas para una organización y control de los bienes y riquezas de esta manera se fomenta los elementos necesarios para llegar a las mismas.

2.04.03.01 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado, mediante una investigación que incorporen elementos analíticos y operativos basados en el desarrollo sustentable y las tecnologías disponibles, con el fin de determinar si el proyecto es viable.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación del producto
- Identificar la ingeniería del producto
- Analizar los impactos económicos, ambientales y sociales que genere la producción de la empresa.
- Realizar una evaluación financiera basada en los estados de resultados para determinar la factibilidad económica de las actividades de producción.

2.04.04 Principios y/o valores

2.04.04.01 Principios

Es un elemento fundamental administrativo, orientado a preparar y disponer los recursos de la forma más eficaz y eficiente, en las actividades de la organización.

“Plataforma sobre la cual se sienta la actividad de los órganos que la integran hallándose condicionados por su organización social, y la base jurídica de esos principios está determinada por la Constitución del Estado y las leyes administrativas”. (Jeréz, 2010)

- **Trabajo en equipo:** Aportar ideas para mejoramiento y sinergia en el rendimiento de la empresa
- **Actitud de servicio:** A través de la disposición, interés interpersonal de cada empleado aportando ideas para la solución de problemas.
- **Disciplina:** A través del cumplimiento de reglas de la organización
- **Compromiso:** A través motivación, decisión y responsabilidad conforme a las reglas de la organización
- **Unidad:** A través del trabajo en equipo de todos los colaboradores de la organización

2.04.04.02 Valores

Los valores morales son guías de la conducta humana, y suelen traducirse en normas que regulan su comportamiento de manera habitual, dándole así un carácter moral determinado, es decir, una costumbre. (Cariaga, 2014, pág. 9)

- **Responsabilidad:** A través de la capacidad razonable y crítica para resolver los acontecimientos que se presenten
- **Honestidad:** A través de la veracidad en la información sobre nuestros productos al cliente.
- **Respeto:** A través de la atención a los clientes, proveedores y personas que nos colaboran de manera amable.

- **Integridad:** A través de la toma de decisiones con el aporte de todos sus colaboradores.
- **Ética:** Aportando el cumplimiento de las normas establecidas en el proyecto.

2.04.05 Gestión Administrativa

Permite realizar la optimización de recursos y tiempo en la organización para la toma de decisiones acerca de las actividades que se generen en dicha organización y prever problemas futuros.

“Potenciar la eficiencia administrativa sobre la base de la modernización, y sistematización de la gestión”. (Parada, 2008)

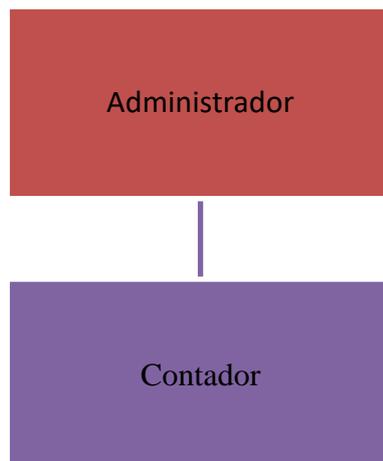


Figura 7. Organigrama de Administración

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Manual de Funciones Área Administrativa

Nombre del Cargo: Administrador

Funciones: Panificar, organizar y controlar las actividades de la empresa.

Factores legales en regla.

Realizar un reporte de inventarios periódicamente.

Comprar la materia prima.

Prepara los informes de ventas, depósitos y cuadros de caja.

Depósitos bancarios.

Pago a proveedores.

Facturación.

Requisitos Estudios en administración financiera y bancaria

2 años de experiencia.

Nombre del Cargo: Contador

Jefe inmediato: Administrador

Funciones: Declaración de impuestos

Elaborar estados financieros con base en los registros diarios

Garantizar que los estados financieros sean veraces

Realizar un análisis periódico de las cuentas.

Realizar flujos de caja

Requisitos Contador Público Autorizado

2 años en cargos similares.

2.04.06 Gestión Operativa

La gestión operativa permite el desarrollo de una organización porque permite asignar recursos en función de los objetivos planteados, en que forman parte de ella, utilizando técnicas para llevar a cabo la ejecución de los programas y proyectos que se pretenden a futuro.

“Gestión operativa es el proceso de planear, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa como un todo y en cada una de sus diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos establecidos”. (Barrera, 1997, pág. 109)

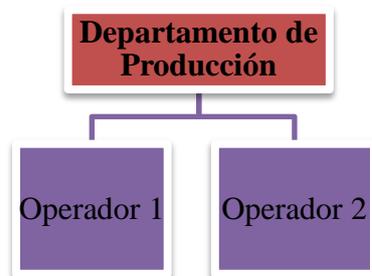


Figura 8. Organigrama producción

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Manual de Funciones Área Operativa

Nombre del Cargo: Operador 1

Jefe inmediato: Administrador

Funciones: Elaboración del producto.

Etiquetado del producto.

Empacado del producto.

Requisitos Ingeniero Químico

2 años en cargos similares.

2.04.07 Gestión Comercial

La gestión comercial es aquella que se encarga de promover un producto o servicio al mercado, ofreciendo herramientas necesarias para administrar y gestionar las actividades comerciales.

La gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz, forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa. (Borja , 2008, pág. 10)

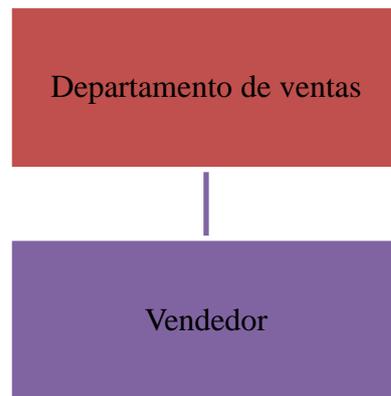


Figura 9. Organigrama de comercialización
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Manual de Funciones Área de ventas

Nombre del Cargo: vendedor

Jefe inmediato: Administrador

Funciones: Elaboración de publicidad.

Elaboración de catálogo.

Visita a clientes.

Requisitos Estudio en marketing

2 años en cargos similares.

2. 04.07.01 Marketing Mix

Aportando en el estudio al marketing mix en el desarrollo del proyecto nos permite identificar las variables que son importantes para la implementación del producto en el mercado por medio de procesos que permitirán llegar al consumidor satisfaciendo sus necesidades

2.04.07.01.01 Producto

Un producto de calidad es una carta de presentación para los consumidores, al momento de sentir satisfacción se abrirán grandes puertas en el mercados generan beneficios futuros para las marcas.

“Es un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficio al usuario o comprador” (Belío, 1987, pág. 19)

2.04.07.01.01.01 Descripción del Producto

Cuando la piel envejece, su cantidad de elastina, colágeno, humedad se reducen y cuesta recuperarlo, Aunque las líneas de expresión salen con el paso del tiempo, lo ideal es que tomar medidas para evitar que aparezcan de forma prematura, si se es constante con el cuidado de la piel, se consigue contrarrestar los daños que nos generan los factores ambientales.

La crema facial de aceite de aguacate y las propiedades que genera este cosmético son beneficios para la piel, lo que se han perdido por causa de factores ambientales.

- Genera elasticidad y humedad en la piel
- Ideal para piel normal, seca, grasa y mixta.

- Contiene aceite de aguacate, actúa como bloqueador solar, reductor de marcas y líneas de expresión, limpiador facial.
- Contiene Vitamina E, protector que previene la formación de arrugas y líneas de expresión.
- Contiene cera virgen, la cual provee una capa protectora contra elementos externos
- Profunda humectación que suaviza y refresca la piel las 24 horas del día.
- Agradable textura ligera que no deja brillo.

2.04.07.01.01.02 Logotipo



Figura 10 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La marca de FaceFruit Cosmetics se compone de un logotipo y un imagotipo. Estos componentes guardan una relación exacta entre ellos y han sido cuidadosamente diseñados para presentar la marca en multitud de soportes y de comunicación.

2.04.07.01.01.03 Slogan



Figura 11 Slogan

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

El Eslogan de Facefrut es “La magia de la fruta en tu piel” se desarrolló esta frase por que va de acuerdo con los beneficios que genera el producto en el presente proyecto.

2.04.07.01.02 Plaza

La plaza es un intermediario por el cual los productos se desplazan desde un lugar a otro por medio de los canales de distribución, es decir las personas y empresas que ayudan a las organizaciones a la transferencia de los productos desde su fabricación hasta llegar a los consumidores.

La distribución o plaza es una herramienta de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición de los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos. (Lamb, 2002, pág. 58)

Tabla 20 Plaza

| Descripción | Información |
|------------------|-------------|
| País | Ecuador |
| Provincia | Pichincha |
| Cantón | Quito |
| Parroquia | Jipijapa |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La plaza será principalmente en la Provincia de Pichincha, Parroquia de Jipijapa, barrio Los Laureles, permite tener una cómoda disponibilidad para obtener materia prima y cercanía con los clientes.

2.04.07.01.03 Precio

El precio es una medida cuantitativa de reflejar el valor monetario de un producto o servicio con el objetivo adquirir o vender un producto o servicio de acuerdo a la satisfacción que genere en los consumidores de acuerdo a sus gustos y preferencias.

“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio” (Sulcer & Pedroza, 2004, pág. 65)

2.04.07.01.04 Promoción

La promoción es una estrategia que permite que el producto o servicio se mantenga en el mercado, es decir que el producto y la marca perdure en el tiempo.

“Es el proceso de comunicación entre la empresa y el mercado con la finalidad de informar y persuadir o recordar la existencia, característica o beneficio de un producto, una marca o empresa”. (Maldonado, 2012, pág. 49)

2.04.07.01.04.01 Estrategias de Comercialización

Volantes: Contratar personal por medio tiempo para repartir hojas volaste en el mercado objetivo

Gigantografías: Distribuir gigantografías en zonas comerciales.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis del Consumidor

Este análisis determina el comportamiento de los consumidores identificando las necesidades para luego satisfacerlas, es decir por medio de un estudio de mercado podemos identificar los gustos y preferencias.

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

El presente proyecto se desarrollará en el sector norte de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito en el sector Los Laureles, estudio para el proyecto a desarrollar.

3.01.01.01 Población

La población es una unidad de individuos para una organización es una área de estudio en la cual se determina el tamaño de la muestra con el número de la población a estudiar.

“Es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer interferencia” (Jany, 1988, pág. 59)

Tabla 21 Población Segmentada

| Variable | N° Habitantes |
|--------------------------------------|----------------------|
| Población Ecuador | 16'776.977 |
| Población Sierra | 7'504.942 |
| Población Pichincha | 3'059.971 |
| Población Quito | 2'644.145 |
| Población Jipijapa Segmentada | 27953 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.01.01.02 Muestra

La muestra es una representación estadística de la población en la cual será objeto de estudio para determinar el comportamiento de las variables en su entorno.

“Es la parte de la población que se selecciona y de la cual se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuará la medición y la observación de las variables objeto del estudio”. (Bernal, 2000, pág. 149)

Tabla 22 Datos de la Muestra

| Variable | Datos |
|--|--------------|
| Población = N | 27953 |
| % Atributo deseado = P | 50% |
| % Sin atributo deseado = Q | 50% |
| Error de estimación aceptado= E | 5% |
| Nivel de confianza = NC | 95% |
| Valor Z según tabla = Z | 1.96 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Fórmula

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

Desarrollo

$$n = \frac{1.96^2 * 36337 * 0,50 * 0,50}{0.05^2 (27953 - 1) + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = 372$$

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtiene como resultado la aplicación de encuestas solo a mujeres, de edades comprendidas entre 19 años en adelante, para determinar la oferta de la demanda que puede tener el producto en el mercado.

Presentación

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad de éxito

Z = Distribución normal en estadística según la tabla

e = Límite aceptable de error del muestreo

Q = probabilidad de fracaso

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información

Las técnicas de información son herramientas que permiten obtener datos coherentes en forma deductiva e inductiva sobre una investigación, es decir determina las respuestas a ciertas incertidumbres.

“Los objetivos de la investigación previamente determinados, se debe traducir en necesidades específicas de información, es por ello que en función de los que se investiga se determina la información necesaria para realizar en estudio”. (Narváez, 2014, pág. 9)

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta es un instrumento que permite obtener información de primera mano, evita tener información errónea que pueda influir en el resultado de la investigación, por la cual se elabora preguntas con base estructurada.

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

(Thompson,2010)

El modelo de encuesta se presenta en el Anexo 2.

3.01.03 Análisis de la Información

Determina la información obtenida de acuerdo al análisis de la tabulación de los datos consignados para obtener como resultado la relevancia que tiene el presente proyecto en el mercado con esto se determina los datos para calcular la oferta y la demanda del producto a desarrollarse con el fin de determinar la demanda insatisfecha en el mercado .

¿Usted utiliza crema facial como parte de sus cosméticos?

Tabla 23 Consumo cosméticos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 331 | 89% |
| No | 41 | 11% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

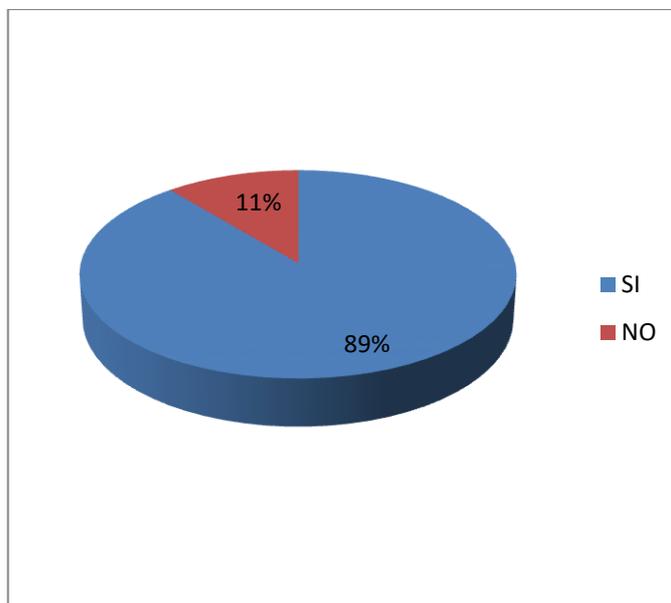


Figura 12. Consumo cosméticos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis estadístico el consumo de productos faciales es de 89% en la actualidad, lo que permite obtener confianza para lanzar el producto al mercado es que los consumidores tengan la necesidad de obtener un producto que les satisfaga en el primer instante.

2. ¿Cuántas veces en el año compra crema facial?

Tabla 24. Frecuencia de Compra

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Mensual | 215 | 65% |
| Semanal | 116 | 35% |
| Total | 331 | 100% |
| N/A | 41 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

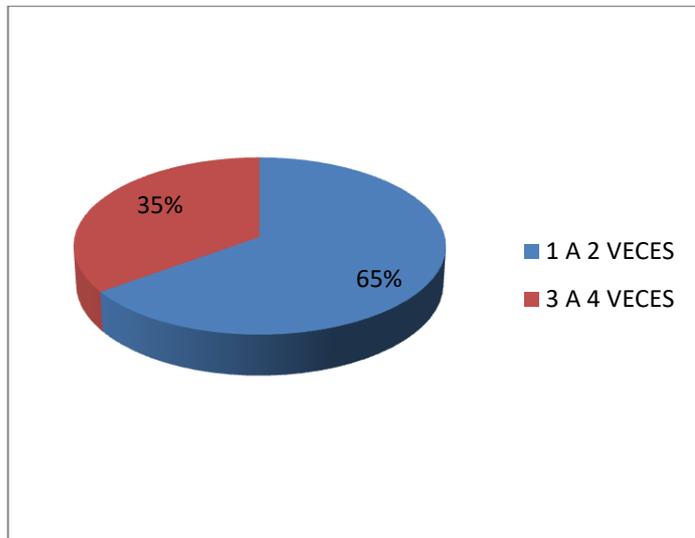


Figura 13. Frecuencia de Compra

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis de datos se obtuvo un 65% de clientes que adquieren productos como cremas faciales entre una a dos veces en el año, en el estudio de frecuencia de compra sirve para el proyecto como información para determinar la cantidad promedio de la producción.

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la utilización de cosméticos?

Tabla 25 Aceptación del Precio

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| \$10-14 | 251 | 75% |
| \$15-19 | 33 | 10% |
| \$20-24 | 50 | 15% |
| Total | 331 | 100% |
| N/A | 41 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

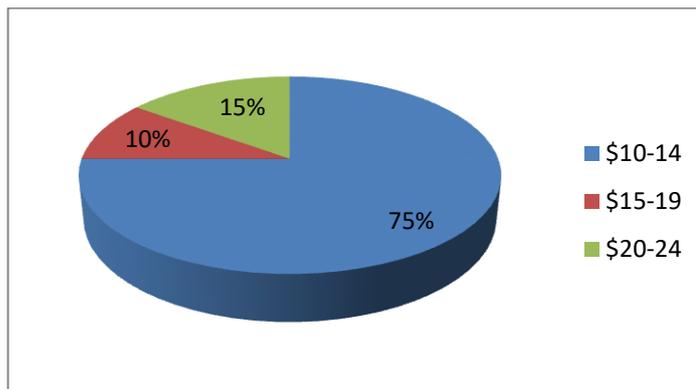


Figura 14. Aceptación del Precio

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis de aceptación de precio el 76,84% está dispuesto a adquirir la crema facial de diez a catorce dólares lo que se determina que el poder de adquisición del consumidor tiene relevancia cuando va de promedio un precio módico.

4. ¿Considera usted oportuna la producción y comercialización de cremas faciales a base de aguacate?

Tabla 26 Satisfacción

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Si | 194 | 59% |
| No | 140 | 42% |
| Total | 331 | 100% |
| N/A | 41 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

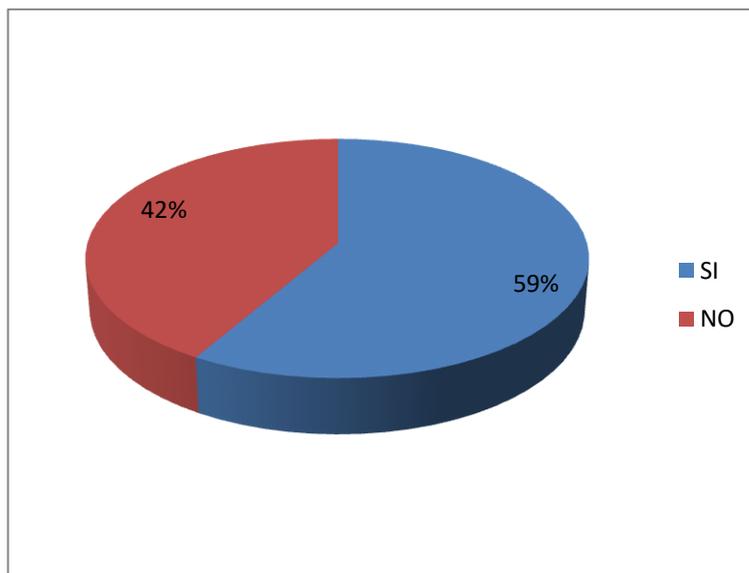


Figura 15. Satisfacción
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis efectuado el 81,87%, señala la importancia de productos naturales, los consumidores buscan productos que proporcionan beneficios sin perjudicar en su salud.

5. ¿Estaría dispuesto a utilizar cosméticos a base de aceite de aguacate?

Tabla 27 Aceptación del Producto

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 311 | 84% |
| No | 61 | 16% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

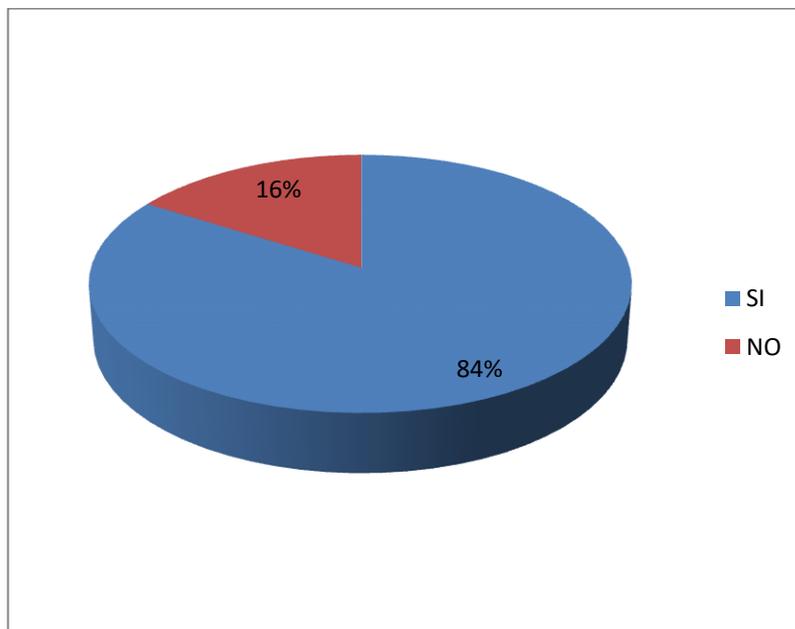


Figura 16. Aceptación del Producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Se determina que el 81,87% estaría dispuesto a utilizar cremas a base de aguacate lo que determina oportunidad en el mercado con la aceptación de los consumidores. Se le considera un excelente alimento en cuanto a nutrición en proporciones moderadas, ya que posee un gran contenido calórico y graso, por lo cual lo considero uno de los aceites más nutritivos para la piel. Posee un efecto protector y regenerador

6. ¿Qué tipo tamaño tiene como preferencia?

Tabla 28 Tamaño del producto

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Pequeño | 62 | 20% |
| Mediano | 93 | 30% |
| Grande | 156 | 50% |
| Total | 311 | 100% |
| N/A | 61 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

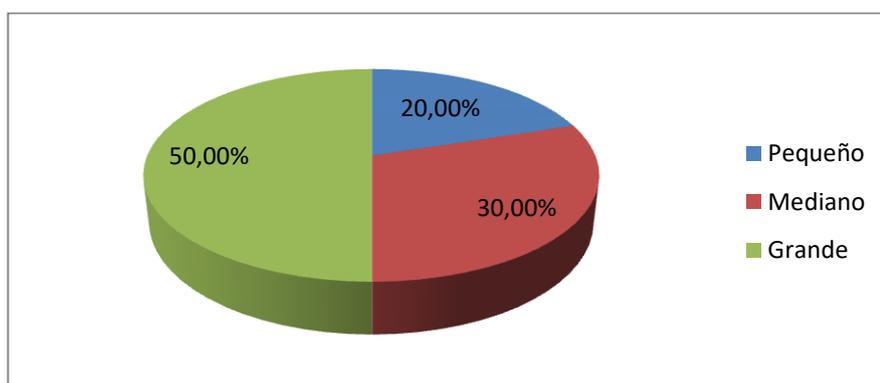


Figura 17. Tamaño del producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Se determina que el 26,05% es de preferencia el aroma de rosas por lo general los consumidores la utilizan para equilibra el pH de la piel permite la proliferación de dermatitis, alergias e irritaciones faciales.

7. ¿Por qué medio le gustaría a usted enterarse del producto que se está ofertando?

Tabla 29 Preferencias por medios de comunicación

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|-------------|
| Redes Sociales | 119 | 38% |
| Hojas Volantes | 137 | 44% |
| Medios De Comunicación | 55 | 18% |
| Total | 311 | 100% |
| N/A | 61 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

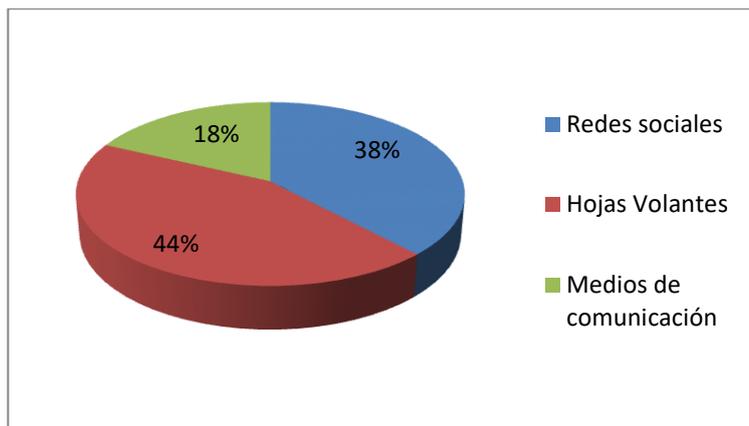


Figura 18. Preferencias por medios de comunicación

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis efectuado el 44% señala que la población obtiene mayor información por medio de hojas volantes, dentro del marketing mix tiene relevancia en el proyecto lo cual se considera publicitar por este medio.

8. ¿Conoce usted a otras empresas que tenga este producto?

Tabla 30 Conocimiento de Producto en el Mercado

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Si | 56 | 18,13% |
| No | 255 | 81,87% |
| Total | 311 | 100% |
| N/A | 61 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

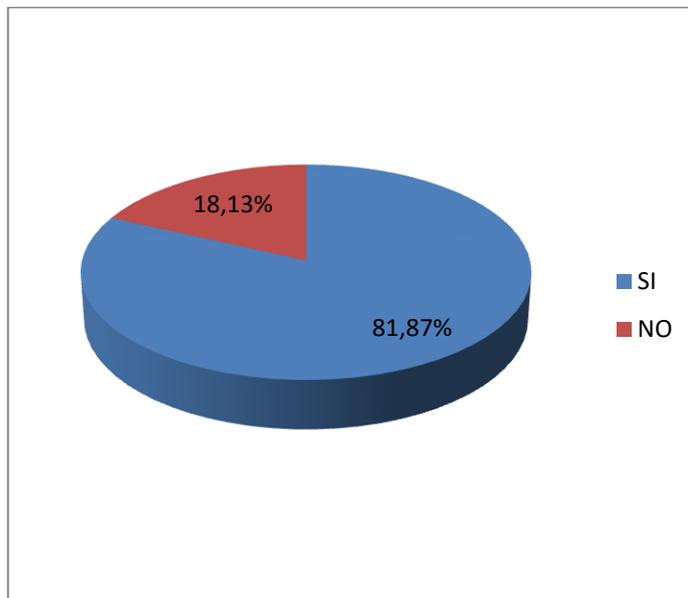


Figura 19. Conocimiento de Producto en el Mercado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo al análisis señala que el 81,87% no conoce una empresa que tenga este producto, Si bien la implementación continúa siendo una prioridad para el proyecto, los cambios producidos en los mercados durante los últimos años dificultan cada vez más su desarrollo. Ante esta situación, la innovación se presenta como el camino para retomar la senda del crecimiento.

9. ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Tabla 31 Importancia al Adquirir un Producto

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Calidad | 90 | 28,95% |
| Precio | 125 | 40,26% |
| Marca | 96 | 30,79% |
| Total | 311 | 100% |
| N/A | 61 | |
| Total General | 372 | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

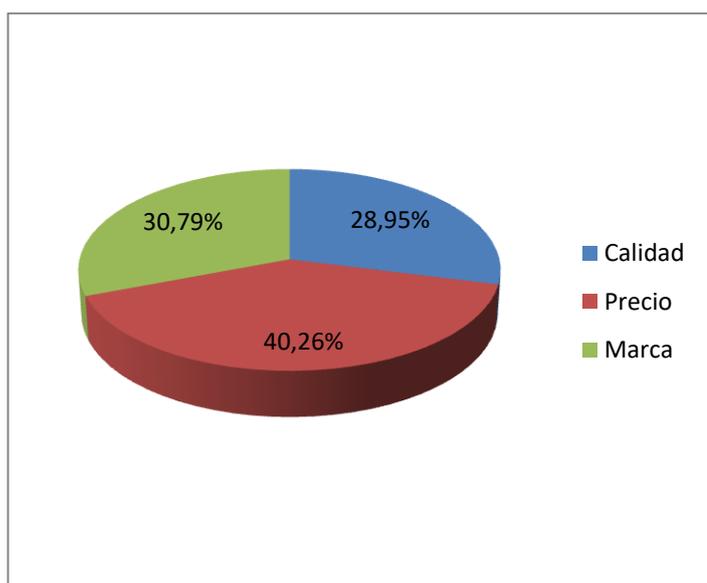


Figura 20. Importancia al Adquirir un Producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

De acuerdo a los datos obtenidos señala que el 40,26% de los consumidores consideran importante el precio del producto, se toma en cuenta que tiene dominio la inflación en los bienes y servicios lo cual puede afectar en los costos de producción del proyecto.

3.02 Oferta

La oferta son bienes o servicios que ofrece el mercado con el fin de satisfacer una necesidad, los depende mucho de los factores como la inflación que influye en el poder de adquisición.

“Son las distintas cantidades de bienes o servicios que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables”. (Ávila, 2006, pág. 45)

3.02.01 Oferta Histórica

Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

3.02.02 Oferta Actual

La oferta actual permite una competencia abierta por el hecho que exista una libre competencia, esto quiere decir que cada mercado tiene el mismo producto pero cada uno se diferencia por su calidad, precio que ofrece cada competidor

“Es aquella que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que en el mercado está determinada por la calidad, precio y servicio que ofrecen al consumidor”. (Baca , 2012, pág. 70)

Tabla 32 Oferta actual

| Variable | Datos |
|---|--------|
| Demanda actual | 182281 |
| Porcentaje aceptación de competencia | 58,53% |
| Oferta actual | 106681 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.02.03 Oferta Proyectada

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto

Tabla 33 Oferta Proyectada

| Años | Demanda Actual | Porcentaje de la Competencia | Oferta Proyectada |
|-------------|-------------------|---------------------------------|----------------------|
| 2018 | 182025 | 0,59 | 106532 |
| 2019 | 181771 | 0,59 | 106382 |
| 2020 | 181516 | 0,59 | 106234 |
| 2021 | 181262 | 0,59 | 106085 |
| 2022 | 181008 | 0,59 | 105936 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.03. Productos Sustitutos

El mercado busca una mejor relación con los consumidores aportando con un producto que genere los mismo beneficios y no afecten al producto final.

“Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad”. (Orozco, 2016)

Se determina como productos sustitutos

- Crema de caléndula
- Crema de aloe vera
- Crema de perejil y pepino

3.04 Demanda

Valores monetarios que tienen los bienes o servicios por los cuales los consumidores están dispuestos a adquirir en un determinado tiempo.

Son distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo dado. (Grajales, 1970, pág. 49)

3.04.01 Demanda Histórica

Determina el comportamiento evolutivo del mercado a estudiar en los últimos años y los factores y variables que incidan durante la implementación.

“Es la cantidad de bienes o servicios que probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones” (Baca , 2012, pág. 62)

3.04.02 Demanda Actual

Estimar la demanda actual de los productos que ya existen en el mercado se requiere la utilización de los datos en una estimación en el ámbito nacional, se recurre a los organismos gubernamentales encargados de recopilar publicar estadísticas socioeconómicas.

Tabla 34 Datos para el Cálculo de la Demanda

| Variable | Datos |
|---------------------------------------|-------|
| Población | 27953 |
| Tamaño de la muestra | 372 |
| Porcentaje de mayor aceptación | 84% |
| Porcentaje de mayor frecuencia | 65% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 35 Población de Aceptación del Proyecto

| Variable | Datos |
|--|-------|
| Población Total | 27953 |
| Muestra según fórmula apropiada | 372 |
| Porcentaje de aceptación del producto | 84% |
| Aceptación del proyecto | 23369 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 36 Población Frecuencia de Compra

| Variable | Datos |
|---------------------------------------|--------|
| Aceptación del proyecto | 23369 |
| Porcentaje de mayor frecuencia | 65% |
| Tiempo de frecuencia | 12 |
| Frecuencia de compra | 182281 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 37 Cálculo Demanda Actual

| Variable | Datos |
|-----------------------------|--------|
| Frecuencia de compra | 23369 |
| Demanda actual | 182281 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.02.03 Demanda Proyectada

Es la provisión de productos que se van a vender al mercado satisfaciendo las necesidades del consumidor de manera general o parcial.

Tabla 38 Demanda Proyectada

| Años | Demanda | Tasa de Crecimiento | Demanda |
|------|---------|---------------------|------------|
| | Actual | Poblacional | Proyectada |
| 2018 | 182281 | 0,9986 | 182025 |
| 2019 | 182025 | 0,9986 | 181771 |
| 2020 | 181771 | 0,9986 | 181516 |
| 2021 | 181516 | 0,9986 | 181262 |
| 2022 | 181262 | 0,9986 | 181008 |
| 2018 | 181008 | 0,9986 | 180755 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.05 Balance Oferta Demanda

“Este balance permite verificar la cantidad de bienes o servicios que se van a consumir a futuro, sobre lo cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cual se hizo el cálculo”. (Baca , 2012, pág. 76)

3.05.01 Balance Actual

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora. (León, 2007)

Tabla 39 Balance Actual

| Demanda actual | Oferta actual | Demanda insatisfecha actual |
|-----------------------|----------------------|------------------------------------|
| 182281 | 106681 | 75600 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

3.05.02 Balance Proyectado

“El balance proyectado es aquel que nos permite identificar la demanda insatisfecha que puede existir en el mercado donde se da a conocer los bienes y servicios que nos satisfacen las necesidades de los clientes esto se lo realiza restando la demanda menos la oferta proporcionada”. (Baca , 2012, pág. 78)

Tabla 40 Balance Proyectado

| Años | Demanda Actual | Oferta Proyectada | Demanda Insatisfecha |
|-------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 2018 | 182025 | 106532 | 75494 |
| 2019 | 181771 | 106382 | 75388 |
| 2020 | 181516 | 106234 | 75283 |
| 2021 | 181262 | 106085 | 75177 |
| 2022 | 181008 | 105936 | 75072 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto es la incidencia sobre la inversión lo que refleja rentabilidad o pérdida al momento de implementar un proyecto.

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por un año, es donde se requiere ingenieros, en este sentido las personas utilizan su ingenio para resolver problemas sobre la economía”. (Baca , 2012, pág. 96)

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el volumen producción que puede realizar en la producción de un bien bajo condiciones normales con la utilización de sus recursos, es importante determinar que los excesos de producción dañan a la maquinaria ocasionando desperfectos.

“Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología”, (Nuñez, 2015)

Tabla 41 Capacidad Instalada Operario

| Operarios | Jornada Diaria | Jornada en Minutos |
|--------------|----------------|--------------------|
| Operario 1 | 8 | 480 |
| Operario 2 | 8 | 480 |
| TOTAL | | 960 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Se determina que es importante en el proceso de producción tener en cuenta dos operarios porque permite ampliar mi producción y esto generara más ingresos.

Tabla 42 Capacidad Instalada

| ITEM | Duración en minutos |
|---------|---------------------|
| Pequeña | 36 |
| Mediana | 41 |
| Grande | 46 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 43 Capacidad Utilizada a Toda Capacidad

| Concepto | Grande | Mediana | Pequeña | Total |
|-------------------|--------|---------|---------|-------|
| Capacidad Diaria | 10 | 7 | 5 | 23 |
| Capacidad Semanal | 52 | 35 | 27 | 114 |
| Capacidad Mensual | 209 | 140 | 107 | 456 |
| Capacidad Anual | 2504 | 1686 | 1280 | 5470 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Para determinar la capacidad de producción primero se determinó tres tiempos de acuerdo al tamaño de los productos los 960 minutos divididos la proporción de compra de cada tamaño luego se le divide para el número de minutos de producción.

4.01.02. Capacidad Óptima

La capacidad óptima es la medición que determina las habilidades y capacidades de los trabajadores al adaptarse al parámetro de eficiencia de la cual se utilizara la capacidad instalada expresada en unidades de producción en el año.

Tabla 44 Capacidad Utilizada Real

| Concepto | Grande | Mediana | Pequeña | Total |
|-------------------|--------|---------|---------|-------|
| Capacidad Diaria | 9 | 6 | 5 | 21 |
| Capacidad Semanal | 47 | 32 | 24 | 103 |
| Capacidad Mensual | 188 | 126 | 96 | 410 |
| Capacidad Anual | 2254 | 1517 | 1152 | 4923 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Se determina la capacidad óptima considerando el 90% de la capacidad instalada de acuerdo a la determinación de parámetros de eficiencia.

4.02 Localización

“El proceso de ubicación o localización del lugar adecuado para instalar una planta industrial requiere el análisis de diversos factores, y desde los puntos de vista económico, social, tecnológico y del mercado entre otros.” (Galarza, 2009).

4.02.01 Macro-Localización

La macro localización permite a los proyectos ubicarse estratégicamente sus oficinas en lugares adecuados donde sea práctico obtener clientes.

“También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus

características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto”. (Dios, 2012)

Tabla 45 Macro Localización

Macro Localización

| | |
|-----------|--------------|
| País | Ecuador |
| Provincia | Pichincha |
| Cantón | Quito |
| Parroquia | Jipijapa |
| Sector | Los Laureles |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto



Figura 21. Macro - Localización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

4.02.02 Localización Óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que constituye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca , 2012, pág. 98)

- Alternativa 1: Av. 6 De Diciembre
- Alternativa 2: Av. Tomas De Berlanga
- Alternativa 3: Av. Eloy Alfaro Y Perales

Tabla 46 Localización Óptima

| Factor | Peso | Alternativa 1 | Alternativa 2 | Alternativa 3 |
|--------------------------------|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Vías de Acceso | 25% | 3 | 4 | 3 |
| Competencia | 20% | 4 | 4 | 4 |
| Servicio De Transporte | 10% | 2 | 2 | 3 |
| Cercanía Con El Cliente | 10% | 2 | 2 | 3 |
| Servicios Básicos | 5% | 3 | 1 | 4 |
| Costo | 15% | 1 | 2 | 4 |
| Proveedores | 15% | 5 | 4 | 5 |
| Total | 100% | 3 | 3.15 | 3.7 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Para busca rentabilidad en el tiempo, es importante tener una localización ordenada por que por medio de ella puede determinarse el éxito o el fracaso de una organización.

4.02.03 Micro-Localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, determinación de centros de desarrollo. Selección y re-

limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localiza y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Dios, 2012)

4.03 Ingeniería del Producto

El objetivo general del estudio concierne a la instalación y funcionamiento de la planta, la descripción de los procesos, adquisición de maquinaria y equipo se determina la distribución óptima, estructura jurídica y la organización que tiene la planta, se utilizara para definir los recursos que se están aportando para el desarrollo y ejecución del proyecto.

4.03.01 Definición del Producto

El proyecto pretende inicialmente demostrar la viabilidad de fabricar cosméticos a bases de aceite de aguacate, pero existen productos que una gran apertura en el mercado, la variedad de productos que tiene una gran satisfacción .el estudio de mercado determina el tipo de cosméticos que es más conveniente elaborar desacuerdo con la normas INEC

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución de la planta es el ordenamiento de los elementos que constituyen la organización comprendiendo los espacios en los que estarán ubicados cada uno de ellos dependiendo a su nivel de proximidad.

“Distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores

directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación”.

(Salazar, 2016)

- **Códigos de Cercanía:** Los códigos cercanía establecen el grado de accesibilidad para cada una de las diferentes áreas de la empresa con el fin de facilitar la distribución de la misma.

Tabla 47 Códigos de Cercanía

| Letras | Cercanía |
|--------|--------------------------|
| A | Absolutamente necesario |
| E | Especialmente importante |
| I | Importante |
| O | Común |
| U | Sin importancia |
| X | Indeseable |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 48 Código de Razones

| Numero | Razón |
|--------|----------------------------|
| 1 | Por procesos |
| 2 | Cuestiones administrativas |
| 3 | Conveniencia |
| 4 | Ruido |
| 5 | Higiene |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

- **Matriz Triangular:** Indica la importancia de los diferentes departamentos para optimizar los vínculos de los procesos, por ende facilita el desenvolvimiento de las actividades que se lleva a cabo.

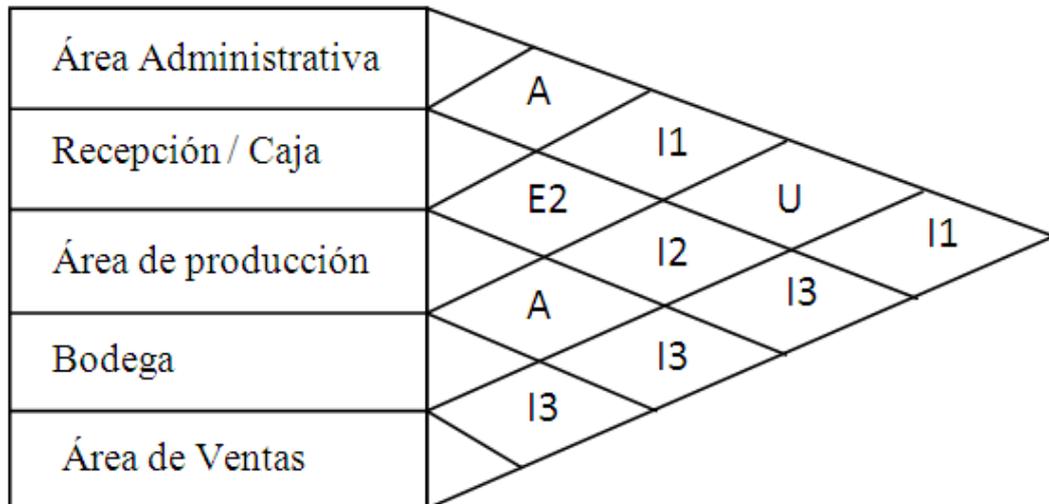


Figura 22. Matriz Triangular
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

4.03.03 Diseño de la planta

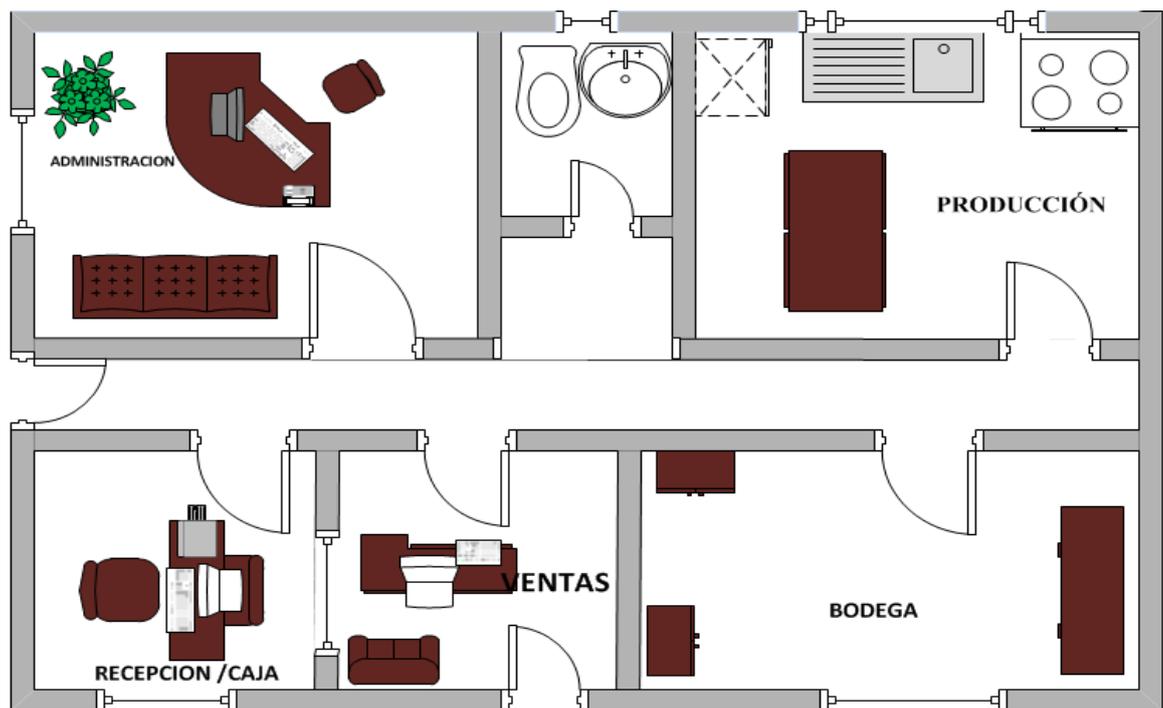


Figura 23. Diseño de la Planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 49 Distribución de la Planta por Dimensiones

| Área | Dimensiones | Total Metros Cuadrados |
|---------------------------|---------------------|--|
| Área De Administrativa | 7,5 M ² | 2,5m ² *3m ² |
| Recepción/Caja | 6 M ² | 2m ² *3m ² |
| Baño Administrativo | 2.88 M ² | 1,44m ² *1.44m ² |
| Área De Producción | 42 M ² | 7m ² *6m ² |
| Bodega | 6 M ² | 2m ² *3m ² |
| Baño De Producción | 2.88 M ² | 1.44m ² *1.44m ² |
| Área De Ventas | 28 M ² | 7m ² *4m ² |
| Total Capacidad Instalada | | 120,26m ² |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

4.03.03 Proceso Productivo

Un proceso productivo es una serie de pasos a seguir en determinados tiempos con el objetivo de tener buenos resultados en la producción de bienes o servicios que buscan satisfacción, compuesto por una serie de operaciones individuales, el detalle que se conoce el proceso es muy general, los tiempos de cada operación, sin embargo, estos dependen del tipo de tecnología que se utilice en cada operación

Crema facial a base de aceite de aguacate

Ingredientes:

- Aceite de aguacate
- Esteárico
- Cera virgen
- Perborato de sodio
- Vitamina E

Preparación:

- Se coloca en un recipiente el aceite de aguacate, el esteárico y la cera virgen procediendo a colocar al fuego aproximadamente 20 minutos.
- Pasado los 20 minutos se procede a colocar la mezcla en refrigeración durante 10 minutos.
- Cuando la mezcla este tibia se procede a mezclar una cuarta parte perborato de sodio y una tableta de vitamina E.
- Cuando todos los ingredientes estén colocados se procede a batir hasta que llegue a un punto homogéneo.

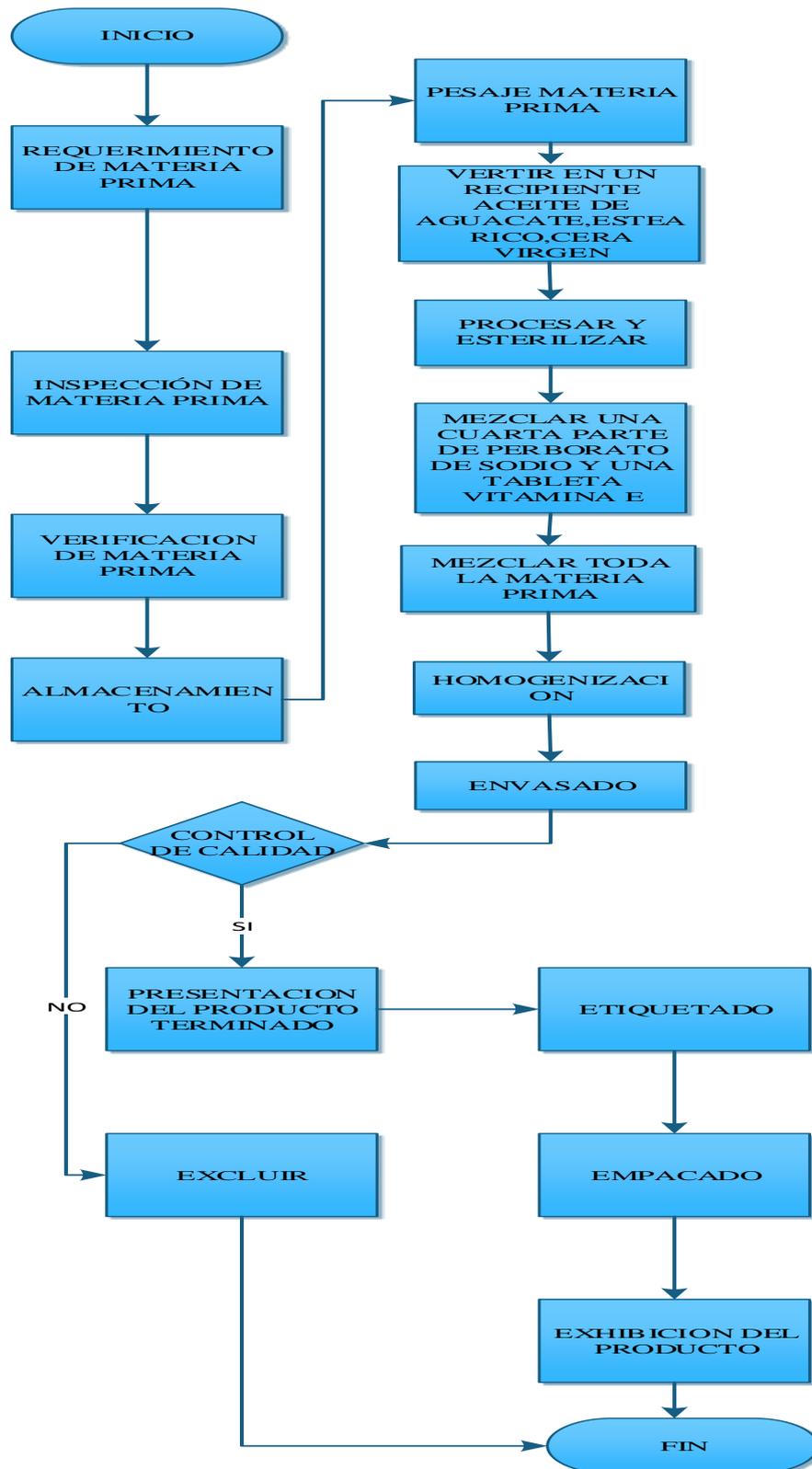


Figura 24 Proceso Productivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

4.03.04 Maquinaria y Equipo

La maquinaria, planta y equipo, son los activos que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico. (Perez, 2016)

Tabla 50 Maquinaria y Equipo

| Descripción | Maquinaria /Equipo |
|---|---------------------------|
| Balanza Electrónica Modelo :Fh-100 5g A 40kg | Maquinaria |
| Batidora Modelo Oster 2601 20 Lts. | Maquinaria |
| Vitrina Indurama Vf5044-C Blanca 451 Litros | Maquinaria |
| Cocinas Industriales | Maquinaria |
| Escritorio para Administración | Equipo de Oficina |
| Silla para Administración | Equipo de Oficina |
| Sillas para Sala de Espera | Equipo de Oficina |
| Archivador | Equipo de Oficina |
| Vitrinas | Equipo de Oficina |
| Mesa Administración | Equipo de Oficina |
| Mesa Ventas | Equipo de Oficina |
| Silla para Ventas | Equipo de Oficina |
| Toshiba Core I5 Completa | Equipo de computación |
| Impresora Epson L210 | Equipo de computación |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero analiza el comportamiento que tiene un proyecto en una inversión con el fin de determinar si la organización es capaz de sustentar los periodos negativos al inicio de sus actividades.

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales hacen relación con las proyecciones de las ventas realizadas en un periodo para determinar la influencia que tiene el producto en el mercado en cada año

“Comprende los valores resultados de las actividades desarrolladas en cumplimiento social mediante la entrega de bienes o servicios, dividendos, participaciones y demás ingresos de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico”. (Suarez, 2009)

Consideran Tres Aspectos:

Materia Prima Directa (MPD)

Mano de Obra Directa (MOD)

Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

5.01.01.01 Cálculo de Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales hacen relación con las proyecciones de las ventas realizadas en un periodo para determinar la influencia que tiene el producto en el mercado en cada año

“Comprende los valores resultados de las actividades desarrolladas en cumplimiento social mediante la entrega de bienes o servicios, dividendos, participaciones y demás ingresos de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico”. (Suarez, 2009)

Tabla 51 Costo Unitario de Producción

| ITEM | Pequeño | Mediano | Grande |
|-----------------------------|---------|---------|--------|
| Materia prima | 1,65 | 2,47 | 4,12 |
| Mano de obra directa | 1,00 | 1,13 | 1,27 |
| CIF | 0,43 | 0,47 | 0,51 |
| Total | 3,07 | 4,07 | 5,90 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 52 Ingreso Operacional

| ITEM | Pequeño | | Mediano | | Grande | |
|-----------------------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|----------|
| | Costo unitario | Variable | Costo unitario | Variable | Costo unitario | Variable |
| Precio | 5,99 | 100% | 8,99 | 100% | 11,99 | 100% |
| Costo | 3,07 | 51% | 4,07 | 45% | 5,90 | 49% |
| Utilidad Bruta | 2,92 | 49% | 4,92 | 55% | 6,09 | 51% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 53 Proyección de las Ventas

| ITEM | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Pequeño | 5901,28 | 6115,85 | 6338,23 | 6568,70 | 6807,54 |
| Mediano | 13279,17 | 13762,01 | 14262,41 | 14781,01 | 15318,46 |
| Grande | 29506,34 | 30579,22 | 31691,11 | 32843,43 | 34037,65 |
| Ventas Totales | 48686,79 | 50457,09 | 52291,76 | 54193,14 | 56163,66 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.01.02 Ingresos no Operacionales

Desde el punto de vista técnico una entidad no puede reconocer como ingresos los recursos recibidos de terceros, ya que ellos no generan un incremento patrimonial, salvo que exista evidencia objetiva de que estos recursos fueron transferidos en compensación por los servicios prestados. (Moncayo, 2015)

5.02 Costos

Los costos son el valor pagado por la obtención de recursos utilizados durante un las operaciones determinado del ejercicio, es decir la compra de materia prima, mano de obra insumos o materiales que influyan en la organización.

“Costos son los gastos que realiza la empresa en un periodo determinado; es el valor del dinero que se ha utilizado para producir algo. En negocios, los costos pueden ser el valor pagado por determinada adquisición”. (Ortiz, 2017)

5.02.01 Costos Directos

Son aquellos que influyen directamente en la producción de un bien o servicio los cuales se destinan específicamente como componente esencial para la transformación del producto o servicio

“Estos costes se asocian con el producto de una forma clara, sin necesidad de reparto. Se producen cuando las empresas establecen mecanismos de control para conocer con exactitud la cantidad de coste que va al producto, servicio o sección”. (Mazuelas , 2014)

5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD)

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Esta materia prima se puede medir, contar o pesar, en forma unitaria de producción, así podemos medir la cantidad que se necesitaría para la producción.

Tabla 54 Materia Prima Directa

| ITEM | Costo unitario | | |
|---------------------------|----------------|---------|--------|
| | pequeño | mediano | grande |
| Aceite De Aguacate | 0,96 | 1,45 | 2,41 |
| Esteárico | 0,17 | 0,25 | 0,42 |
| Cera Virgen | 0,33 | 0,50 | 0,83 |
| Perborato De Sodio | 0,05 | 0,07 | 0,13 |
| Vitamina E | 0,13 | 0,20 | 0,33 |
| Total | 1,65 | 2,47 | 4,12 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

La relevancia de un producto es la determinación de la materia prima que incide en el proceso productivo , si bien el consumidor no solo busca los beneficios que genera el producto sino también tener una buena imagen de él.

5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)

“Es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa”. (Guacollante , 2014)

Tabla 55 Costo Unitario (MOD)

| Producto | tiempo de producción | Proporción | Costo unitario |
|----------|----------------------|------------|----------------|
| Pequeño | 36 | 0,6 | 1,00 |
| Mediano | 41 | 0,68 | 1,13 |
| Grande | 46 | 0,77 | 1,27 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

En el análisis de cálculo de la mano de obra directa se determinó que su costo fue de acuerdo al tamaño: el pequeño tiene un costo de mano de obra de 1 dólar por cada producción ,el mediano 1,13 y el grande 1,27 es un proporcional por unidad del gasto que se va generar al contratar personal para el manejo de materia prima y de esta manera concluir con el proceso productivo.

5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los costos indirectos son aquellos costos que no influyen en la producción que recurren en mecanismos de distribución o reparto los cuales no retrasan el proceso de producción.

“Aquellas organizaciones, desembolso de valores indispensables para suplir algunos requerimientos propios del proceso productivo, tales como servicios públicos, alquiler de planta, arrendamiento de oficinas de producción, seguros de planta”. (Villareal, 2010, pág. 79)

Tabla 56 Costos Indirectos de Fabricación

| ITEM | Pequeño | Mediano | Grande |
|--------------------|---------|---------|--------|
| CIF general | 0,23 | 0,23 | 0,23 |
| Etiqueta | 0,14 | 0,14 | 0,14 |
| Empaque | 0,06 | 0,1 | 0,14 |
| Total | 0,43 | 0,47 | 0,51 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Se determina que los costos indirectos de fabricación que indican proceso productivo fueron de 1,41 dicho valor no genera una variación al costo final del producto.

5.02.03 Gastos administrativos

“Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas”. (Montenegro, 2017)

Tabla 57 Gasto Sueldo Gerente

| Periodo | Sueldo mes | Sueldo Anual | 13ro | 14to | Fondo Reserva | Vacaciones | Aporte patronal | Total |
|-------------|---------------|-----------------|--------|--------|------------------|------------|--------------------|----------|
| 2018 | 600 | 7200,00 | 600,00 | 398,10 | 0,00 | 300,00 | 802,80 | 9300,90 |
| 2019 | 616 | 7387,92 | 615,66 | 409,40 | 615,41 | 307,83 | 823,75 | 10159,98 |
| 2020 | 632 | 7580,74 | 631,73 | 420,70 | 631,48 | 315,86 | 845,25 | 10425,77 |
| 2021 | 648 | 7778,60 | 648,22 | 432,00 | 647,96 | 324,11 | 867,31 | 10698,20 |
| 2022 | 665 | 7981,62 | 665,14 | 443,30 | 664,87 | 332,57 | 889,95 | 10977,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 58 Gasto Sueldo Contador

| Periodo | Sueldo mes | Sueldo Anual |
|----------------|-------------------|---------------------|
| 2018 | 120 | 1440,00 |
| 2019 | 120 | 1440,00 |
| 2020 | 120 | 1440,00 |
| 2021 | 120 | 1440,00 |
| 2022 | 120 | 1440,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 59 Gasto Arriendo

| Periodo | Arriendo mensual | Arriendo anual |
|----------------|-------------------------|-----------------------|
| 2018 | 180 | 2160 |
| 2019 | 180 | 2160 |
| 2020 | 200 | 2400 |
| 2021 | 220 | 2640 |
| 2022 | 240 | 2880 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 60 Gasto Suministros de Oficina

| Periodo | Suministros mes | Suministros anual |
|----------------|------------------------|--------------------------|
| 2019 | 17 | 204 |
| 2020 | 17 | 204 |
| 2021 | 17 | 204 |
| 2022 | 17 | 204 |
| 2023 | 17 | 204 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 61 Gasto Servicios Básicos

| Periodo | Serv. Básicos Mes | Serv. Basic Anual |
|---------|-------------------|-------------------|
| 2019 | 24 | 288,00 |
| 2020 | 24 | 288,00 |
| 2021 | 24 | 288,00 |
| 2022 | 24 | 288,00 |
| 2023 | 24 | 288,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 62 Proyección Gastos Administrativos

| Periodo | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Gasto administrativo | 13392,90 | 14251,98 | 14757,77 | 15270,20 | 15789,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Para llegar al rubro de gastos administrativos se toma en cuentas los siguientes aspectos

- Gasto sueldo gerente
- Gasto sueldo contador
- Gasto arriendo
- Gasto suministros de oficina
- Gasto servicios básicos

5.02.04 Gasto de Ventas

Los gastos que incurren en la promoción, realización y desarrollo para el lanzamiento del producto al mercado promedio.

“El costo de venta en el ámbito empresarial, es el costo en que se incurre para comercializar un bien o para prestar un servicio. Por lo que podemos observar, este

concepto se utiliza tanto para empresas manufactureras como para distribuidoras”.

(Salmerón, 2016)

Tabla 63 Gasto Personal de Ventas

| Periodo | Sueldo contrato | Sueldo Anual | 13RO | 14TO | Fondo Reserva | Vaca ciones | Aporte patronal | Total |
|---------|-----------------|--------------|--------|--------|---------------|-------------|-----------------|-------|
| 2019 | 398 | 4777,20 | 398,10 | 398,10 | 0,00 | 199,05 | 532,66 | 2019 |
| 2020 | 409 | 4912,80 | 409,40 | 409,40 | 409,24 | 204,70 | 547,78 | 2020 |
| 2021 | 421 | 5048,40 | 420,70 | 420,70 | 420,53 | 210,35 | 562,90 | 2021 |
| 2022 | 432 | 5184,00 | 432,00 | 432,00 | 431,83 | 216,00 | 578,02 | 2022 |
| 2023 | 443 | 5319,60 | 443,30 | 443,30 | 443,12 | 221,65 | 593,14 | 2023 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 64 Gasto Publicidad

| ITEM | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|----------------|------|------|------|------|------|
| Volantes | 70 | 72 | 74 | 76 | 78 |
| Gigantografias | 56 | 57 | 59 | 61 | 62 |
| Total | 126 | 129 | 133 | 136 | 140 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 65 Total Gasto Publicidad

| Periodo | publicidad anual |
|---------|------------------|
| 2018 | 126 |
| 2019 | 129 |
| 2020 | 133 |
| 2021 | 136 |
| 2022 | 526,85 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 66 Proyección Gasto Ventas

| Periodo | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gasto de ventas | 6431,11 | 7022,60 | 7216,24 | 7409,97 | 7603,79 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Para llegar al gasto de rubro administrativo se toma en cuenta los siguientes aspectos

- Gasto ventas
- Gasto publicidad

5.02.05 Costos Financieros

“Los costos financieros son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo”. (Vasquez, 2013) Determina el abastecimiento y uso eficiente del dinero en líneas de crédito, que se generar en la producción del producto o servicio que se pretenda realizar.

Tabla 67 Comparación de Tasas de Interés

| ITEM | Tasa de interés |
|---|-----------------|
| BanEcuador crédito Comercial Prioritario PYMES | 24% |
| Cooperativa de ahorro y crédito Cooprogreso Micro PYMES | 23,2% |
| Cooperativa de ahorro y crédito Fernando Daquilema Micro PYMES | 22,05% |
| Cooperativa de ahorro y crédito Riobamba Ltda. | 21,8% |
| Cooperativa de ahorro y crédito JEPP | 21% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.02.06 Costos Fijos

“Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta”.

(Acosta, 2002)

Tabla 68 Costo Fijos

| Costos Fijos | |
|-----------------------------|----------|
| Gasto Administrativo | 13392,90 |
| Gasto De Ventas | 6431,11 |
| Total Costos Fijos | 19824,01 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.02.07 Costos Variables

“Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar”. (Peralta, 2013)

Tabla 69 Costos Variables

| Costos Variables | | |
|------------------|----------|---------|
| Pequeñas | Medianas | Grandes |
| 3,07 | 4,07 | 5,90 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03 Inversiones

Las inversiones es un ingreso de capital en actividades que pueden ser comerciales o civiles con la finalidad de alcanzar un rendimiento económico.

Cualquier persona que cuente con cierto dinero puede invertir y buscar formas de

obtener ganancias mayores a largo plazo será satisfactorio si se cumplen rentabilidad, tiempo y riesgo.

Las inversiones son necesarias para el crecimiento y fortalecimiento de cualquier economía, por ende, tanto los sistemas económicos como los tributarios deben promover la ejecución de las mismas en su jurisdicción, mediante estrategias que se vislumbren como atractivas para los sujetos poseedores del capital. (Hidalgo, 2010)

5.03.01 Inversión Fija

Es el capital fijo que aporta la organización para realizar sus operaciones por ejemplo la compra de maquinaria, equipo, lo cual a lo largo del tiempo debe ser sustituido por otro cuando sea necesario.

Incluye los bienes y mejoras territoriales que se ocupan durante la vida útil. Sirven para generar producción de varios años por lo que el costo del desgaste anual suele considerarse mediante las depreciaciones. (Ramade, 2012)

5.03.02 Activos Fijos

Representa un bien tangible que no puede convertirse en líquido a corto plazo, normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta, tienen una duración mayor a 1 año en general y no se consumen al utilizarse. A diferencia de los insumos o materiales que desaparecen al ser empleados están sujetos a amortización o depreciación.

“Son todos aquellos bienes de uso que posee la empresa y que son utilizados en la actividad productora de ingresos y los mismos poseen una vida útil que no se extingue con el primer uso”. (Blinder, 2013)

Tabla 70 Activos Fijos

| Cant. | Detalle | Valor Unitario | Valor Total |
|--------------|------------------------------------|----------------|------------------|
| 1 | Balanza Electrónica Modelo :Fh-100 | 34,89 | 34,89 |
| 1 | Batidora Modelo Oster 2601 | 820 | 820 |
| 1 | Vitrina Indurama Vf5044-C Blanca | 1800 | 1800 |
| 1 | Cocinas Industriales | 1500 | 1500 |
| 1 | Escritorio para Administración | 300 | 300 |
| 3 | Silla para Administración | 80 | 240 |
| 3 | Sillas para Sala de Espera | 35 | 105 |
| 2 | Archivador | 135 | 270 |
| 2 | Vitrinas | 100 | 200 |
| 1 | Mesa Administración | 200 | 200 |
| 1 | Mesa Ventas | 150 | 150 |
| 2 | Silla para Ventas | 15 | 30 |
| 2 | Toshiba Core I5 Completa | 1800 | 3600 |
| 2 | Impresora Epson L210 | 560 | 1120 |
| Total | | | 10.369,89 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

Está constituido por costos pagados por anticipado que la empresa consumirá en el futuro, por las cuales se tiene el derecho de recibir un servicio aprovechable tanto el mismo ejercicio como en posteriores.

“Representan aquellos que la empresa ha comprado para consumirlos en un periodo futuro y los servicios pagados en forma anticipada, contabilizado en la cuenta gastos pagados por anticipado”. (Baez, 2012)

Tabla 71 Activos nominales

| ITEM | Valor |
|---------------------------|-------|
| Gasto Constitución | 200 |
| Total | 200 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.04 Capital de Trabajo

Una empresa para mantenerse en marcha necesita de recursos para cubrir insumos, materias prima, pago de mano de obra compra de activos fijos, pago de gastos de operación el cual debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa en el tiempo.

“Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio”. (Rodas, 2012)

Tabla 72 Capital de Trabajo

| ITEM | Valor |
|---------------------------------|----------|
| Costo De Producción | 23538,84 |
| Gasto Administrativos | 13392,90 |
| Gasto de ventas | 6431,11 |
| Capital de trabajo anual | 43362,85 |
| Días del año | 365,00 |
| Capital Trabajo Diario | 118,80 |
| Días de desfase | 60,00 |
| Capital de trabajo real | 7128,14 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Todas las empresas necesitan activos financieros para poder realizar sus proyectos empresariales, por lo tanto acuden a diferentes fuentes de financiación para conseguir los recursos necesarios para ponerse en marcha.

“Designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna”. (Nuñez, 2015)

Tabla 73 Inversiones

| Fuentes | Aportes | Participación |
|------------------|-----------------|---------------|
| Recursos propios | 11698,03 | 66% |
| Deuda | 6000,00 | 34% |
| Total | 17698,03 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

Proceso financiero por medio del cual se cancela una deuda junto con sus intereses mediante una serie de pagos en un tiempo determinado el reintegro de un capital propio o ajeno habitualmente distribuyéndose en pagos en el tiempo con vencimiento posterior

“La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez”. (Pedrosa, 2016)

Tabla 74 Condiciones de Préstamo

| ITEM | Variable |
|----------------|-----------------|
| capital | 6000,00 |
| plazo | 60 |
| tasa | 21% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 75 Amortización Préstamo

| Periodo | Saldo Inicial | Interés | Cuota | Devolución del capital | Saldo Final |
|----------------|----------------------|----------------|--------------|-------------------------------|--------------------|
| 0 | | | | | 6000,00 |
| 1 | 6000,00 | 105,00 | 205,00 | 100,00 | 5900,00 |
| 2 | 5900,00 | 103,25 | 203,25 | 100,00 | 5800,00 |
| 3 | 5800,00 | 101,50 | 201,50 | 100,00 | 5700,00 |
| 4 | 5700,00 | 99,75 | 199,75 | 100,00 | 5600,00 |
| 5 | 5600,00 | 98,00 | 198,00 | 100,00 | 5500,00 |
| 6 | 5500,00 | 96,25 | 196,25 | 100,00 | 5400,00 |
| 7 | 5400,00 | 94,50 | 194,50 | 100,00 | 5300,00 |
| 8 | 5300,00 | 92,75 | 192,75 | 100,00 | 5200,00 |
| 9 | 5200,00 | 91,00 | 191,00 | 100,00 | 5100,00 |
| 10 | 5100,00 | 89,25 | 189,25 | 100,00 | 5000,00 |
| 11 | 5000,00 | 87,50 | 187,50 | 100,00 | 4900,00 |
| 12 | 4900,00 | 85,75 | 185,75 | 100,00 | 4800,00 |
| 13 | 4800,00 | 84,00 | 184,00 | 100,00 | 4700,00 |
| 14 | 4700,00 | 82,25 | 182,25 | 100,00 | 4600,00 |
| 15 | 4600,00 | 80,50 | 180,50 | 100,00 | 4500,00 |
| 16 | 4500,00 | 78,75 | 178,75 | 100,00 | 4400,00 |
| 17 | 4400,00 | 77,00 | 177,00 | 100,00 | 4300,00 |
| 18 | 4300,00 | 75,25 | 175,25 | 100,00 | 4200,00 |

| | | | | | |
|----|---------|-------|--------|--------|---------|
| 19 | 4200,00 | 73,50 | 173,50 | 100,00 | 4100,00 |
| 20 | 4100,00 | 71,75 | 171,75 | 100,00 | 4000,00 |
| 21 | 4000,00 | 70,00 | 170,00 | 100,00 | 3900,00 |
| 22 | 3900,00 | 68,25 | 168,25 | 100,00 | 3800,00 |
| 23 | 3800,00 | 66,50 | 166,50 | 100,00 | 3700,00 |
| 24 | 3700,00 | 64,75 | 164,75 | 100,00 | 3600,00 |
| 25 | 3600,00 | 63,00 | 163,00 | 100,00 | 3500,00 |
| 26 | 3500,00 | 61,25 | 161,25 | 100,00 | 3400,00 |
| 27 | 3400,00 | 59,50 | 159,50 | 100,00 | 3300,00 |
| 28 | 3300,00 | 57,75 | 157,75 | 100,00 | 3200,00 |
| 29 | 3200,00 | 56,00 | 156,00 | 100,00 | 3100,00 |
| 30 | 3100,00 | 54,25 | 154,25 | 100,00 | 3000,00 |
| 31 | 3000,00 | 52,50 | 152,50 | 100,00 | 2900,00 |
| 32 | 2900,00 | 50,75 | 150,75 | 100,00 | 2800,00 |
| 33 | 2800,00 | 49,00 | 149,00 | 100,00 | 2700,00 |
| 34 | 2700,00 | 47,25 | 147,25 | 100,00 | 2600,00 |
| 35 | 2600,00 | 45,50 | 145,50 | 100,00 | 2500,00 |
| 36 | 2500,00 | 43,75 | 143,75 | 100,00 | 2400,00 |
| 37 | 2400,00 | 42,00 | 142,00 | 100,00 | 2300,00 |
| 38 | 2300,00 | 40,25 | 140,25 | 100,00 | 2200,00 |
| 39 | 2200,00 | 38,50 | 138,50 | 100,00 | 2100,00 |
| 40 | 2100,00 | 36,75 | 136,75 | 100,00 | 2000,00 |
| 41 | 2000,00 | 35,00 | 135,00 | 100,00 | 1900,00 |
| 42 | 1900,00 | 33,25 | 133,25 | 100,00 | 1800,00 |
| 43 | 1800,00 | 31,50 | 131,50 | 100,00 | 1700,00 |
| 44 | 1700,00 | 29,75 | 129,75 | 100,00 | 1600,00 |
| 45 | 1600,00 | 28,00 | 128,00 | 100,00 | 1500,00 |
| 46 | 1500,00 | 26,25 | 126,25 | 100,00 | 1400,00 |
| 47 | 1400,00 | 24,50 | 124,50 | 100,00 | 1300,00 |

APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018

| | | | | | |
|----|---------|-------|--------|--------|---------|
| 48 | 1300,00 | 22,75 | 122,75 | 100,00 | 1200,00 |
| 49 | 1200,00 | 21,00 | 121,00 | 100,00 | 1100,00 |
| 50 | 1100,00 | 19,25 | 119,25 | 100,00 | 1000,00 |
| 51 | 1000,00 | 17,50 | 117,50 | 100,00 | 900,00 |
| 52 | 900,00 | 15,75 | 115,75 | 100,00 | 800,00 |
| 53 | 800,00 | 14,00 | 114,00 | 100,00 | 700,00 |
| 54 | 700,00 | 12,25 | 112,25 | 100,00 | 600,00 |
| 55 | 600,00 | 10,50 | 110,50 | 100,00 | 500,00 |
| 56 | 500,00 | 8,75 | 108,75 | 100,00 | 400,00 |
| 57 | 400,00 | 7,00 | 107,00 | 100,00 | 300,00 |
| 58 | 300,00 | 5,25 | 105,25 | 100,00 | 200,00 |
| 59 | 200,00 | 3,50 | 103,50 | 100,00 | 100,00 |
| 60 | 100,00 | 1,75 | 101,75 | 100,00 | 0,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 76 Resumen de Tabla de Amortización

| Rubro | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gasto Interés | 1144,50 | 892,50 | 640,50 | 388,50 | 136,50 |
| Amortización de capital | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

Se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material puede derivarse por el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. Se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia.

“La depreciación contable es una provisión que se registra, mensualmente, en la contabilidad para trasladar al gasto una parte proporcional del costo de compra de un activo fijo: instalaciones, vehículos, maquinaria, equipo electrónico, mobiliario”.

(Nuñez, 2015)

Tabla 77 Depreciación

| Activos | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Valor Libros |
|-----------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| Maquinarias | 4154,89 | 415,489 | 415,489 | 415,489 | 415,489 | 415,489 |
| Eq. de Oficina | 1495 | 149,5 | 149,5 | 149,5 | 149,5 | 149,5 |
| Eq. de Computo | 4720 | 1573,33 | 1573,33 | 1573,33 | 0 | 0 |
| Total | 10369,89 | 2138,3 | 2138,32 | 2138,32 | 564,989 | 564,989 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.08 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial es un documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera, sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad, los activos en orden de su disponibilidad revelando sus restricciones; los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros; así como, el capital contable o patrimonio a dicha fecha.

Tabla 78 Estado de Situación Inicial

| Empresa "FACEFRUT" | | | |
|------------------------------------|-----------------|--|-----------------|
| Estado de situación inicial | | | |
| al 31 de diciembre del 2017 | | | |
| <u>Activos corrientes</u> | | <u>Pasivos corrientes</u> | |
| Caja bancos | 7128,14 | Cuentas por pagar | 0.00 |
| Cuentas por cobrar | 0,00 | Documentos por pagar | 0.00 |
| Inventarios | 0,00 | Total pasivo corriente | 0.00 |
| Total activo corriente | 24879,95 | Pasivo largo plazo | |
| Activos no corrientes | | Préstamo l/p | 6000,00 |
| Terreno | 0.00 | Total pasivo largo plazo | 6000,00 |
| Construcción | 0.00 | Total pasivo | 6000,00 |
| Vehículo | 0.00 | | |
| Maquinaria | 4154,89 | Capital contable | |
| Eq. de oficina | 1495 | Capital | 11698,03 |
| Eq. de computación | 4720 | Total patrimonio | 11698,03 |
| Total activo fijo | 10369,89 | | |
| Otros activos | | | |
| Gastos de constitución | 200,00 | | |
| Total de otros activos | 200,00 | | |
| Total activo | 17698,03 | Total pasivo + total patrimonio | 17698,03 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

“Es un reporte financiero que desempeña reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. Conformado por las cuentas de activo, pasivo y la diferencia entre estos que es el patrimonio o capital contable”. (Castro, 2015) Es un reporte que se lo realiza al final del año con el fin de determinar el patrimonio que obtuvo la empresa.

Tabla 79 Estado de Resultado Proyectado

Empresa "FACEFRUT"

Estado de resultado proyectado

Del 2018 al 2022

| Descripción | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-----------------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ventas | 48686,7 | 50457,09 | 52291,76 | 54193,14 | 56163,66 | 48686,79 |
| | 9 | | | | | |
| Costo de producción | 23538,8 | 24157,00 | 24791,38 | 25442,43 | 26110,57 | 23538,84 |
| | 4 | | | | | |
| Utilidad Bruta | 25147,9 | 26300,09 | 27500,38 | 28750,71 | 30053,09 | 25147,95 |
| | 5 | | | | | |
| Gtos Administrativos | 13392,9 | 14251,98 | 14757,77 | 15270,20 | 15789,45 | 13392,90 |
| | 0 | | | | | |
| Gtos Ventas | 6431,11 | 7022,60 | 7216,24 | 7409,97 | 7603,79 | 6431,11 |
| Depreciación | 2138,32 | 2138,32 | 2138,32 | 564,99 | 564,99 | 2138,32 |
| Amortización | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Utilidad Operativa | 3145,62 | 2847,19 | 3348,05 | 5465,56 | 6054,86 | 3145,62 |
| Gtos. Interés | 1144,50 | 892,50 | 640,50 | 388,50 | 136,50 | 1144,50 |
| Utilidad Antes de Impuesto | 2001,12 | 1954,69 | 2707,55 | 5077,06 | 5918,36 | 2001,12 |
| Impuesto | 300,17 | 293,20 | 406,13 | 761,56 | 887,75 | 300,17 |
| Utilidad Neta | 1700,95 | 1661,49 | 2301,42 | 4315,50 | 5030,61 | 1700,95 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.03.10 Flujo Caja

Es un estado financiero conformado por proyecciones de ingresos y egresos de efectivo, que han surgido en un futuro durante un periodo de tiempo determinado con el fin de determinar una utilidad.

“El Flujo de Caja proporciona una información vital acerca de cómo interpretar si una empresa opera de forma óptima. Para ello el analista debe interpretar partidas

contables surgidas del Estado de Origen y Aplicación de Fondos (EOAF) que todo balance debe proveer acerca de un período de un año, o de tres meses”. (Neffa, 2014)

Tabla 80 Flujo de Caja Proyectado

| Empresa "FACEFRUT" | | | | | | |
|---|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Flujo de caja proyectado | | | | | | |
| Del 2018 al 2022 | | | | | | |
| Descripción | 0,00 | 3145,62 | 2847,19 | 3348,05 | 5465,56 | 6054,86 |
| Utilidad Operativa | 0,00 | 2138,32 | 2138,32 | 2138,32 | 564,99 | 564,99 |
| Depreciaciones | 0,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Amortizaciones | 0,00 | 300,17 | 293,20 | 406,13 | 761,56 | 887,75 |
| Impuestos | 0,00 | 5023,77 | 4732,31 | 5120,24 | 5308,99 | 5772,10 |
| FEO | 0,00 | 3145,62 | 2847,19 | 3348,05 | 5465,56 | 6054,86 |
| Inversión Activos Fijos | -10369,89 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Recuperación Activos Fijos | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2123,74 |
| Total Gasto de Capital | -10369,89 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2123,74 |
| Capital de Trabajo | -7128,14 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Recuperación de Capital de Trabajo | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 7128,14 |
| Total Capital de Trabajo | -7128,14 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 7128,14 |
| Flujo de caja del proyecto | -17698,03 | 5023,77 | 4732,31 | 5120,24 | 5308,99 | 15023,98 |
| Prestamos | 6000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Gasto Interés | 0,00 | 1144,50 | 892,50 | 640,50 | 388,50 | 136,50 |
| Devolución del Capital | 0,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 |
| Fuljo de Caja del Inversionista | -11698,03 | 2679,27 | 2639,81 | 3279,74 | 3720,49 | 13687,48 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 81 Balance Proyectado

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Caja | 7128,14 | 9807,41 | 12447,22 | 15726,96 | 19447,45 | 33134,93 |
| Total Activos Corrientes | 7128,14 | 9807,41 | 12447,22 | 15726,96 | 19447,45 | 33134,93 |
| Maquinaria | 4154,89 | 4154,89 | 4154,89 | 4154,89 | 4154,89 | 4154,89 |
| Depreciación Acumu Maquina | 0 | 415,489 | 830,978 | 1246,467 | 1661,956 | 2077,445 |
| Equipos De Oficina | 1495 | 1495 | 1495 | 1495 | 1495 | 1495 |
| Depreciación Acumu Equipos Oficina | 0 | 149,5 | 299 | 448,5 | 598 | 747,5 |
| Equipos De Computo | 4720 | 4720 | 4720 | 4720 | 0 | 0 |
| Depreciación Acumulada Equipos Computo | 0 | 1573,33 | 3146,67 | 4720 | 0 | 0 |
| Total Activos Fijos | 10369,89 | 8231,57 | 6093,25 | 3954,923 | 3389,934 | 2824,945 |
| Gasto Constitución | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| Amortización Acumulada Gto Consti | 0 | 40 | 80 | 120 | 160 | 200 |
| Total Activos Diferidos | 200,00 | 160,00 | 120,00 | 80,00 | 40,00 | 0,00 |
| Total Activos | 17698,03 | 18198,98 | 18660,47 | 19761,89 | 22877,38 | 35959,87 |
| Deuda Bancaria | 6000,00 | 4800,00 | 3600,00 | 2400,00 | 1200,00 | 0,00 |
| Total Pasivo | 6000,00 | 4800,00 | 3600,00 | 2400,00 | 1200,00 | 0,00 |
| Capital | 11698,03 | 11698,03 | 11698,03 | 11698,03 | 11698,03 | 20949,91 |
| Utilidad Retenida | 0 | 1700,95 | 3362,44 | 5663,86 | 9979,35 | 15009,96 |
| Total Patrimonio | 11698,03 | 13398,98 | 15060,47 | 17361,89 | 21677,38 | 35959,87 |
| Total Pasivo + Total Patrimonio | 17698,03 | 18198,98 | 18660,47 | 19761,89 | 22877,38 | 35959,87 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.04 Evaluación

Es el proceso de identificación de beneficios generados durante el giro del negocio. Siendo su objetivo determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para quien lo lleve a cabo.

“La Evaluación de Proyectos es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto; para medir objetivamente las premisas y supuestos estas deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios”.

(Thompson,2012)

5.04.01 Tasa de Descuento (TMAR)

La tasa de descuento mide el impacto que tiene una unidad monetaria aplicada en el futuro para tener una estimación actual.

Se refleja el impacto del paso del tiempo sobre el dinero y sobre una magnitud reflejada en dinero. No se aplica tasa de descuento a una unidad física de algo; es una variable financiera y se aplica al dinero. (Vicente, 2017)

Tabla 82 Tasa de Descuento

| ITEM | Variación |
|---------------------------------|-----------|
| Inflación promedio | 2,61% |
| Tasa riesgo país | 5,52% |
| Riesgo implícito | 7% |
| Tasa de descuento (TMAR) | 15,13% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto resulta de restar la suma de los flujos y descontar la inversión inicial, en la cual una inversión debe ser considerada si su VAN es positivo pero si es negativo debe descartarse automáticamente.

“ El valor actual neto es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable”. (Molina, 2017)

$$VAN = -I_0 + \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^T}$$

$$VAN = 4040,25$$

Se determina que él es de 4040,25 lo que representa la rentabilidad expresada en valores monetarios por la implementación del proyecto.

5.04.03 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa de retorno o de rentabilidad es la cual iguala a cero el valor actual de los flujos al final de la vida útil del proyecto en un tiempo determinado, en este caso de ser colocar inversiones financieras reporte un rendimiento que lo proyectado, por ello la tasa interna de retorno debe ser superior a la tasa de interés promedio del mercado

“La tasa interna de retorno es la tasa que iguala el valor presente neto a cero producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje”. (Didier, 2012)

$$\mathbf{TIR = VAN = 0}$$

$$0 = \sum \frac{Fn}{(1+i)^n} + (-Inversion)$$

$$\mathbf{TIR = 22,82}$$

La tasa interna de retorno para el proyecto es aceptable reflejado un 22,82% lo que significa que será rentable la inversión que se está realizando a mediano o acorto plazo se obtendrán resultados positivos para la microempresa.

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

En todo proyecto en el cual se espera rentabilidad se tiene como idea la recuperación de la inversión entonces el tiempo que se demore en recuperar el dinero

invertido o período, se vuelve muy importante ya que de esto dependerá la rentabilidad y el riesgo para llevarlo a cabo, cuanto más corto sea el periodo de recuperación menos riesgoso será el proyecto.

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

(Didier, 2012)

Tabla 83 Periodo de Recuperación del Proyecto

| Periodo | Flujo | Flujo descontado | Flujo desc. acumulado |
|----------|-----------|------------------|-----------------------|
| 0 | | | |
| | -17698,03 | -17698,03 | -17698,03 |
| 1 | | | |
| | 5023,77 | 4363,57 | -13334,46 |
| 2 | | | |
| | 4732,31 | 3570,23 | -9764,23 |
| 3 | | | |
| | 5120,24 | 3355,25 | -6408,99 |
| 4 | | | |
| | 5308,99 | 3021,74 | -3387,24 |
| 5 | | | |
| | 15023,98 | 7427,50 | 4040,25 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Tabla 84 Tiempo de Recuperación de la Inversión

| Periodo de recuperación | 4,910137562 |
|-------------------------|-------------|
| Años | 4 |
| Meses | 10 |
| Días | 28 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

Para determinar el periodo de recuperación se considera los siguientes aspectos

- El flujo del proyecto
- La tasa de descuento

La recuperación de inversión del proyecto es de 4 años, 10 meses y 28 días resultando una amenaza, de acuerdo al mercado actual el tiempo prudente es de 3 años para afrontar los riesgos.

5.04.05 Relación costo beneficio (RC/B)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad no solo como la creación de un nuevo negocio sino también como inversiones tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Didier, 2012)

$$RC/B = \sum \frac{Fn}{(1+i)^n} \div (Inversion)$$

$$RC/B = 1,99$$

La relación costo beneficio es de 1,99, lo determina que el proyecto es rentable por que la relación es mayor que una unidad.

5.04.06 Punto de equilibrio

Determina el volumen de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos el punto de actividad no existe utilidad ni pérdidas necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto por que tienen relación con las ventas los costos como gastos pueden ser fijos o variables

“La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables”. (Moreno, 2010)

Tabla 85 Datos de Punto de Equilibrio

| Producto | Pequeñas | Medianas | Grandes | Total |
|--|----------|----------|---------|-------|
| Cantidades A Vender | 985 | 1477 | 2462 | 4923 |
| Porcentaje | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 1 |
| Precio De Venta | 5,99 | 8,99 | 11,99 | 26,97 |
| Costo Unitario | 3,07 | 4,07 | 5,90 | |
| Margen De Contribución | 2,92 | 4,92 | 6,09 | |
| Costos Fijos | | 19824,01 | | |
| Margen De Contribución Porcentual | 0,58 | 1,48 | 3,05 | 5,11 |
| Punto De Equilibrio Global | | 3881 | | |
| Punto De Equilibrio Especifico | 776 | 1164 | 1940 | 3881 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.04.06.01 Punto de equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que se debería vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Margen de Contribucion \% Total}}$$

$$PE = \frac{19824,01}{5,11}$$

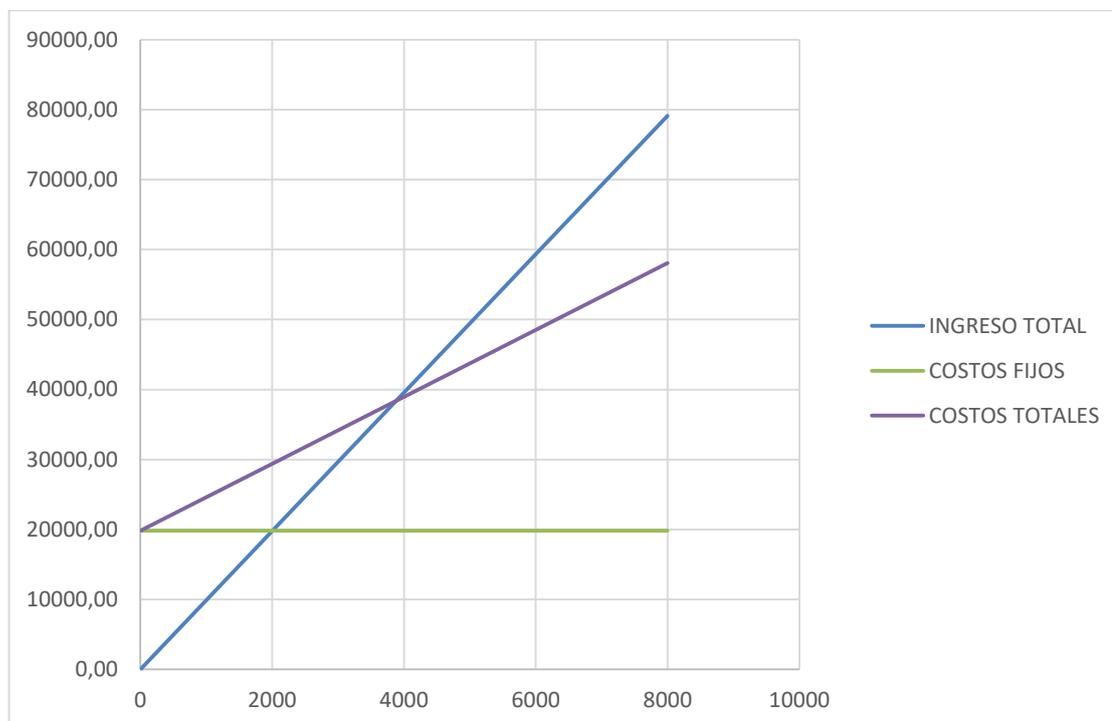
$$PE = 3881$$

Tabla 86 Punto de Equilibrio

| Cantidades | Ingreso Total | Costo Variable Total | Costos Fijos | Costos Totales | Utilidad |
|-------------|-----------------|----------------------|-----------------|-----------------|-------------|
| 10 | 98,89 | 47,81 | 19824,01 | 19871,82 | -19772,93 |
| 789 | 7802,65 | 3772,39 | 19824,01 | 23596,39 | -15793,74 |
| 1675 | 16564,57 | 8008,55 | 19824,01 | 27832,56 | -11267,99 |
| 2050 | 20273,05 | 9801,51 | 19824,01 | 29625,52 | -9352,47 |
| 2900 | 28678,95 | 13865,55 | 19824,01 | 33689,56 | -5010,61 |
| 3881 | 38379,56 | 18555,56 | 19824,01 | 38379,56 | 0,00 |
| 4100 | 40546,11 | 19603,03 | 19824,01 | 39427,03 | 1119,07 |
| 5300 | 52413,26 | 25340,50 | 19824,01 | 45164,50 | 7248,76 |
| 5900 | 58346,84 | 28209,23 | 19824,01 | 48033,24 | 10313,60 |
| 6666 | 65922,04 | 31871,65 | 19824,01 | 51695,66 | 14226,38 |
| 8000 | 79114,36 | 38249,81 | 19824,01 | 58073,81 | 21040,54 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jacqueline Gualoto

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

Desde el punto de vista del inversionista le sirve para la predicción del futuro de la compañía mientras que para la administración del negocio es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de eventos son necesarias para medir la estabilidad través de la interpretación de las cifras de los resultados y de la información en general el análisis de la realidad financiera, de manera individual, y facilitan la comparación de la misma con la competencia y con la entidad u organización que lidera el mercado.

“Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad”. (Hernández, 2008)

Tabla 87 Índices Financieros

| Índices Financieros | 2019 |
|-----------------------------------|--------|
| Relación Pasivo Activo | 14,71% |
| Relación Patrimonio Activo | 85,29% |
| Margen Bruto | 65,73% |
| Margen Operativo | 25,42% |
| Margen Neto | 19,90% |
| Roe | 43,98% |
| Roa | 26,05% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jacqueline Gualoto

- **Endeudamiento Sobre la Inversión:** indica la forma en que se invierte el activo total del proyecto al plazo temporal.

Por cada dólar invertido del activo total genera 14,71% de deuda.

- **Endeudamiento del Activo Fijo:** Es el grado de relación entre los fondos obtenidos por terceros y fondos propios que constituirán el patrimonio.

Por cada dólar invertido del activo fijo genera 85,89% de deuda.

- **Margen Bruto:** Es un indicador que describe la rentabilidad que tiene para cubrir los costes.

Por cada dólar vendido genera el 65,73% de utilidad bruta.

- **Margen Operativo:** Es un indicador que mide la capacidad de un proyecto para producir ganancias.

Por cada dólar vendido genera el 25,42% de utilidad operacional.

- **Margen Neto:** Este indicador determina los ingresos que tiene un proyecto dividido por su inversión.

Por cada dólar vendido genera el 19,90% de utilidad neta.

- **Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital Contable (ROE):** Es un ratio utilizado para realizar análisis de las empresas, mediante la medición de la rentabilidad obtenida por la entidad sobre sus recursos propios.

Por cada dólar invertido en capital contable un rendimiento del 43,98%.

- **Rendimiento Sobre Activos (ROA):** Es un indicador que permite conocer lo eficiente que es una empresa al gestionar sus recursos.

Por cada dólar invertido en activo total tiene un rendimiento del 43,98%.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

El estudio de impacto ambiental es el instrumento central y fundamental, sobre la base del cual se toman decisiones acerca de la factibilidad ambiental de un proyecto. Ello justifica las prioridades que se asignen para la mejora de dicho instrumento.

La materia prima que se va utilizar para elaborar cosméticos tiene un grado de contaminación ya que la descomposición de ella emitiendo gases.

La microempresa FACEFRUT para evitar contaminar trabajara con un sistema de reciclaje de los desechos orgánicos poniendo en consideración la prevención de los impactos ambientales que se están generados por no tener una conciencia de nuestro alrededor.

6.02 Impacto Económico

Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.

El proyecto de la microempresa FACEFRUT de acuerdo con los estados financieros proyectados será una viable, esto significa que refleja oportunidad de

posesión en el mercado aportando a la matriz productiva en el sector manufacturero y de esta manera generar fuentes de trabajo y aportando con innovación de nuevos productos.

6.03 Impacto Productivo

El Impacto Productivo será favorable ya permite la relación con la naturaleza y los seres humanos el cual debe ser aprovechado lo necesario para poder subsistir proyectando el cambio de la matriz productiva de esta manera promover la inversión, uno de los objetivos que tiene la microempresa FACEFRUT es aportar al sector manufacturero ofreciendo productos de calidad y que en un futuro pueda posesionarse.

La microempresa FACEFRUT tendrá un Impacto Productivo positivo ya que incentiva a los colaboradores a aprovechar los recursos que se tiene para la producción de un producto de calidad.

6.04 Impacto Social

La microempresa FACEFRUT aportar con la contribución fuentes de trabajo, de esta manera poder reducir la tasa de desempleo y generar un apoyo económico a la producción nacional, además de producir relaciones sociales las cuales permiten que el producto sea reconocido por la satisfacción que tiene el consumidor cuando recibe una buena atención por parte de la microempresa

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones

- Realizado todo el estudio financiero se concluye que un proyecto es rentable cuando la TIR es mayor a la TMAR
- El alza de los aranceles es un aporte importante en el proceso de distribución por que permite que disminuyan las importaciones y aumente el consumo de productos del país.
- Se determina que la macro-localización del proyecto del proyecto está ubicado en el sector los Laureles donde es práctico obtener los clientes y proveedores al alcance.
- Al realizar todo el estudio se determina que la microempresa cuenta con la Infraestructura adecuada y con la maquinaria necesaria para poder cubrir lo que demanda del Distrito Metropolitano de Quito.
- Al contar con equipos de tecnología de punta se puede decir que el proyecto tiene una ventaja frente a los competidores para producir y distribuir en mayor cantidad.
- Es importante determinar la capacidad adecuada para evitar la sobreproducción que representen gastos innecesarios.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda contratar a personas con conocimientos en buenas prácticas de manufactura para realizar capacitación a los obreros, además realizar un manual de manejo de maquinarias para prevenir un accidente laboral.
- Entregar a los obreros materiales necesario para prevenir inciertos futuros y tener un seguimientos de la materia prima para la producción.
- La administración debe mantener una buena comunicación para que no surjan problemas en la organización de funciones, en la que es necesario llevar un seguimiento.
- Realizar una retroalimentación de los procedimientos que se realizan en el proceso de elaboración de cremas, con el fin de mitigar tiempos, reducir costos y mejorar constantemente la calidad del producto, para así cumplir con las expectativas del cliente.

Anexos

Anexo 1 Marketing Mix



**FACE
FRUIT** 

La magia de la fruta en la piel



APORTAR AL SECTOR DE COSMETOLOGIA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE ACEITE DE AGUACATE UBICADA EN EL SECTOR LOS LAURELES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018

Anexo 2 Encuesta



Datos Generales:

Género: M... F...

EDAD.....

Marque con una X la respuesta correcta.

1. ¿Usted utiliza crema facial como parte de sus cosméticos?

SI NO

2. ¿Cuántas veces en el año compra crema facial?

Mensual Semanal

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la utilización de cosméticos?

\$10-14

\$15-19

\$20-21

4. ¿Considera usted oportuna la producción y comercialización de cremas faciales con productos naturales?

SI NO

5. ¿Estaría dispuesto a utilizar crema facial a bases de aceite de aguacate ?

SI NO

6. Qué tamaño tiene como preferencia?

Pequeña

Mediano

Grande

7. Por qué medio le gustaría a usted enterarse del producto que se está ofertando?

Redes sociales

Hojas Volantes

Medios de comunicación

8. ¿Conoce usted a otras empresas que tenga este producto?

SI NO

9. ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Calidad

Precio

Marca

Bibliografías

- Borja , C. (2008, pág. 10). *Sistematización de la Función Comercial* (Primera ed.). España: Netbiblo.
- Guacollante , E. (2014). *Mano de obra Directa*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de prezi: <https://prezi.com/rzskyi43htze/mano-de-obra-directa-e-indirecta/>
- Mazuelas , J. (2014). *Costos directos*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de el derecho: http://www.elderecho.com/tribuna/contable/costes_directos-costes_indirectos_11_685180004.html
- Ávila, J. (2006, pág. 45). *Economía*. (Primera ed.). Jalisco: Umbral Editorial S.A.
- Baca , G. (2012, pág. 62-78). *Evaluacion de proyectos* (Cuarta ed.). Mexico: MCGRAW-HILL.
- Baez, L. (2012). *Activos Nominales*. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de prezi: <https://prezi.com/user/9ne01nlmozx9/>
- Banco Central del Ecuador , (2017). *Tasa Activa*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Inflación*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

- Acosta, J. (2002). Definiciones de costos. recuperado el 7 de Febrero del 2018, de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-de-costos/>
- Barrera, A. (1997, pág. 109). *Gestión para la modernización* (Segunda ed.). Venezuela: Editorial Pomelo.
- Belío, J. (19871, pág. 9). *Claves para Gestionar Precio, Producto y Marca*. (Tercera ed.). Madrid: Wolters Kluwer.
- Bernal, C. (2000, pág. 149). *Metodología de la Investigación para la Administración Económica*. (Segunda ed.). Bogotá: Pearson Educación de Colombia LTDA.
- Berumen, M. (2004). *Factor Social*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de Eumed: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/mebb2/14.htm>
- Blacutt, M. (2013). *Desempleo*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/desempleo.html>
- Blinder, F. (2013). *Activos Fijos*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de maestrofinanciero: <http://maestrofinanciero.com/activos-fijos/>
- Bravo, J. (1994, pág. 158). *El plan de negocios* (Primera ed.). Madrid: Diaz de Santos.
- Cabanelas, J. (1997, pág. 89). *Dirección de empresas: Bases en un entorno abierto y dinámico*. (Segunda ed.). México: Pirámide.
- Cariaga, L. (2014, pág. 9). *Tú y los valores humanos*. (Tercera ed.). La Paz: Zona Bolognia.
- Carvajal, R. (2010). *El aguacate: útil en padecimientos cardiovasculares*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de Ciencia y hombre:

<https://www.uv.mx/cienciahombre/revistae/vol23num1/articulos/aguacate/index.html>

Didier, J. (2012). *Tasa interna de retorno*. Recuperado el 11 de Febrero de 2018, de pymes futuro: <https://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

Dios, j. (2012). *Macro-Localización*. Recuperado el 13 de Enero de 2018, de blogspot: <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

Fattel, P. (2015). *Proveedores*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2017, de prezi: <https://prezi.com/tzhqpp8ystig/31-proveedores-concepto/>

Galarza, E. (2009). *Localización*. Recuperado el 10 de Enero de 2018, de zenempresarial: <https://zenempresarial.files.wordpress.com/2009/12/la-determinacion-del-tamano.pdf>

Grajales, G. (1970, pág. 49). *Estudio de mercado y comercialización* (Tercera ed.). Bogotá: Turrialba.

Hax, A., & Majluf, N. (2004, pág. 257). *Estrategias para el Liderazgo Competitivo*. (Tercera ed.). México:: Ediciones Granica S.A.

Hernandez, P. (2008). *Factor Legal*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2017, de Blogspot: <http://factoreslegales.blogspot.com/>

Hidalgo, A. (2010). *Inversiones*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de commercium:
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/237/1687>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2017, de Instituto

Nacional de Estadísticas y Censos: ecuador en cifras:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion>

Jany, J. (1988, pág. 59). *Investigación integral de mercados* (Primera ed.). Bogotá: McGraw-Hill.

Jeréz, D. (2010). *Principios*. Recuperado el 24 de Diciembre de 2017, de eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/779/Principios%20de%20la%20organizacion%20administrativa.htm>

Kotler, P. (2003, pág. 20). *Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z* (Primera ed.). España: Pearson Educación S.A.,.

Lamb, C. (2002, pág. 58). *Marketing* (Sexta ed.). International Thomson Editores.

León, C. (2007). *Balance oferta demanda*. Recuperado el 23 de enero 2018, de eumed : http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/balance_oferta.html

Lusthaus, C., Andrien, M., Anderson, G., & Carden, F. (2001, pág. 76). *Mejorando el Desempeño de las Organizaciones* (Primera ed.). Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Maldonado, N. (2012, pág. 49). *Emprendimiento y Gestión*. (Primera ed.). Quito: Educate.

Mayordomo, J. (2016, pág. 48). *E-Marketing* (Primera ed.). Barcelona: Lberdúplex.

Molina, A. (2017). *Valor actual neto* . Recuperado el 10 de Febrero de 2018, de conexión esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

- Moncayo, C. (2015). *Ingresos no operacionales*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de <https://www.incp.org.co/ingresos-no-operacionales-tratamiento-cont>
- Montenegro, E. (2017). *Gastos administrativos*. Recuperado el 04 de Febrero de 2018, de fundapymes: <http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Moreno, M. (2010). *Punto de equilibrio*. Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de elblogsalmon: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Narváez, E. (2014, pág. 9). *Emprendimiento y Gestion* (Primera ed.). Quito: Academia Editores.
- Neffa, J. (2014). *Empleo*. Recuperado el 10 de Febrero de 2018, de researchgate: https://www.researchgate.net/publication/302883208_Actividad_empleo_y_deseempleo_Conceptos_y_definiciones
- Núñez, P. (2015). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 10 de Enero de 2018, de know: <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>
- Orozco, L. (2016). *Productos Sustitutos*. Recuperado el 7 de Enero de 2018, de prezi: <https://prezi.com/ivqfzbdd8ks7/productos-sustitutos-competencia-y-proveedores/>
- Ortiz, A. E. (2017). *Costos*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de pcweb: <https://pcweb.info/que-son-costos/>
- Parada, R. (2008). *Derecho Administrativo*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2017, de

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/50348938/DERECHO_ADMINISTRATIVO_-_RAMON_PARADA.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525062162&Signature=Skllk%2FgHJuv7qyaF4PuBffFIK3Q%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRAMON_

Pedrosa, S. (2016). *Amortización de Financiamiento* . Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de economipedia:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:29eFv-QgG04J:economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html&num=1&hl=es&gl=ec&strip=>

Peñalver, P. (2009). *Factor Económico*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2017, de wordpress: <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/07-fase-2-entorno-de-la-empresa.pdf>

Peralta, M. (2013). *Costos Fijos y Variables*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de crece mujer: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>

Perez, J. (2016). *Maquinaria y Equipo*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de prezi: <https://prezi.com/qdl7ojf0y3vo/maquinaria-planta-y-equipo/>

Ramade, M. (2012). *Inversión Fija*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de rareplanet: http://www.rareplanet.org/sites/rareplanet.org/files/iv_presupuesto_inversion._sesion_mario_ramade.pptx.

- Ramales, M. (2010). *Producto Interno Bruto Sectorial*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/672/Metodos%20para%20calcular%20el%20PIB.htm>
- Reinoso, M. (2016). *El cultivo del aguacate en el Ecuador*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2017, de revista el agro: <http://www.revistaelagro.com/el-aguacate-en-ecuador/>
- Rodas, F. (2012). *Capital de Trabajo*. Recuperado el 06 de Febrero de 2018, de contapuntual: <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Salazar, B. (2016). *ingenieria industrial*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de [ingenieriaindustrial:
https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/](https://www.ingenieriaindustrial.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/)
- Salmerón, A. (2016). *Gasto de Ventas*. Recuperado el 08 de Febrero de 2018, de expidetufactura: <http://www.expidetufactura.com.mx/blog/se-conforma-costos-ventas/>
- Shaughnessy, J. (2010, pág. 48). *Marketing Competitivo* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Dias de santos S.A.
- Suarez, J. (2009). *Ingresos Operacionales*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de mailxmail: <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/ingresos-operacionales>
- Sulcer, R., & Pedroza, J. (2004, pág. 65). *Reglas básicas para el éxito del pequeño y grande exportador* (Tercera ed.). México: SEF Empresa lider.

- Thompson, I. (2010). *Encuesta*. Recuperado el 03 de Enero de 2018, de promonegocios: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Thompson, J. (2012). *Evaluacion de proyectos* .Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de promonegocios: <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
- Vasquez, G. (2013). *Costos Financieros*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de prezi: <https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros/>
- Vicente, S. (2017). *La Evaluación de Proyectos* . Recuperado el 2 marzo del 2018, de videntesteve: <http://videntesteve.com/que-es-la-tasa-de-descuento/>
- Villareal, C. (2010, pág. 79). *Costos desiciones empresariales* (Primera ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: proyecto de tesis Jacqueline Gualoto.docx (D38680988)
Submitted: 5/15/2018 12:47:00 AM
Submitted By: maritzaeste@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Brayan Timbila-proyecto Vino de mortiño.docx (D30291940)
Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
Guido Pilco Buñay.pdf (D38521400)
TESIS FINAL URKUND.pdf (D37102336)

Instances where selected sources appear:

23


ING. ANALUISA ANDRES
Tutor del Proyecto

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **GUALOTO CABASCANGO JACQUELINE MARITZA**, portador de la cédula de identidad N° 1723876593, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
09 MAY 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Angélica Aldaz Financiera
Adm. Bancaria y Financiera
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

 **BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"**

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

09 MAY 2018

4,12. NBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA

VICERRECTORADO ACADÉMICO

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA