



MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN
BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN
CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO
2018

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Julio Cesar Romero Cabrera

Tutor: Ing. Henry V. Cerón A

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 24 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta.) QUIRA GUERRERO OSCAR IVAN de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA DE INSECTICIDAS NATURALES A BASE DE PRODUCTOS ORGÁNICOS, DIRIGIDO AL CONTROL DE PLAGAS DOMÉSTICAS Y ALA AGRICULTURA, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 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. ANGELA PIMBO

Tutor del Proyecto



ING. EDUARDO VASCONEZ

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GIOVANNI URBINA

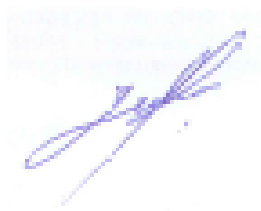
Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Je la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255466 / 2369900 mail: instituto@cordillera.edu.ec Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño De 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Teléfono: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacumbi (esq.) Tel: 1262041	Av. Brasil 1046-45 y Zamora Tel: 2246036	Yacumbi De 2-36 y Bracamoros Tel: 2249994

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

Declaratoria

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que se ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Julio Cesar Romero Cabrera

CC 172271001-7

Licencia de uso no Comercial

Yo, Julio Cesar Romero Cabrera portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172271001-7 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 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, Yo, 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 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 **MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD E IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018**

Con fines académicos al Instituto Superior Cordillera.



FIRMA

NOMBRE

Julio Cesar Romero Cabrera

CEDULA

CC 172271001-7

Quito, Junio 2018

Agradecimientos

Al Instituto Superior Cordillera por brindarme la oportunidad de formarme como profesional e intelectualmente para contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad. A los docentes que formaron parte de mi formación profesional, quienes con su esfuerzo y dedicación me brindaron los mejores conocimientos que fueron parte esencial para alcanzar mis metas.

Dedicatoria

A Dios por darme vida, fuerza y salud para lograr mis objetivos y cumplir con mis metas trazadas a lo largo de la vida, a mi padre Luis Goyes por ayudarme en cada caída a ponerme de pie nuevamente por la motivación para continuar con mis estudios a mi madre Melva Cabrera por en cada desliz de mi vida centrarme en el camino del bien y no dejar que me desvíe en el transcurso dándome su apoyo incondicional en cada momento de mi vida profesional, Alejandra Villacis García por su motivación y palabras de aliento cada que me quise rendir y por apoyarme para continuar con mis objetivos y metas fijadas en la vida para poder seguir con mi vida profesional.

Índice General

Caratula

Declaratoriaii

Licencia de uso no Comercialiii

Agradecimientosiv

Dedicatoria..... v

Índice General.....vi

Índice de Tablas..... xv

Índice de Figurasxviii

Índice de Anexos xx

Resumen Ejecutivoxxi

Abstract.....xxiii

CAPÍTULO I..... 1

1. Introducción..... 1

1.01 Justificación..... 2

1.02 Antecedentes..... 2

CAPÍTULO II..... 4

2. Análisis Situacional 4

2.01 Ambiente Externo..... 4

2.01.01 Factor económico.....	4
2.01.01.01 Inflación	4
2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)	5
2.01.01.03 Balanza Comercial	7
2.01.01.04 Riesgo País.....	8
2.01.01.05 Tasa Activa	8
2.01.01.06 Tasa Pasiva	9
2.01.02 Factor social.....	10
2.01.02.01 Población Económicamente Activ a (PEA).....	11
2.01.03 Factor legal	12
2.01.03.04 Requisitos para formar una empresa como persona natural:	12
2.01.03.05 Patente municipal.....	12
2.01.03.06 Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.....	13
2.01.03.07 Permiso de bomberos.....	13
2.01.03.08 Clave patronal.....	13
2.01.03.09 Permiso Sanitario	14
2.01.04 Factor Tecnológico	14
2.02 Entorno Local	15
2.02.01 Clientes.	15

2.02.02 Proveedores	16
2.02.03 Competidores.....	17
2.03 Análisis FODA	17
2.04 Propuesta Estratégica.....	19
2.04.01 Misión.....	19
2.04.02 Visión	20
2.04.03 Objetivos.....	20
2.04.03.01 Objetivo General	20
2.04.03.02 Objetivos Específicos	20
2.04.04 Principios y/o valores	21
2.04.05 Gestión Administrativa.....	21
2.03.02.01 Planificación	22
2.03.02.02 Organización.....	22
2.04.06 Gestión Operativa	25
2.04.07 Gestión Comercial	27
2.04.07.01 Producto.....	27
2.04.07.02 Precio	29
2.04.07.03 Plaza	29
2.04.07.04 Promoción.....	29
CAPÍTULO III	31

3	Estudio de Mercado.....	31
3.01	Análisis del consumidor	31
3.01.01	Determinación de la población y muestra	31
3.01.01.01	Población	31
3.01.01.02	Muestra	31
3.01.01.03	Formulación de la muestra.....	32
3.01.01.04	Desarrollo de la muestra	32
3.01.02	Técnicas de obtención de información	33
3.01.02.01	Test	33
3.01.02.02	Cuestionario	33
3.01.02.03	Encuesta	33
3.01.02.04	Observación	33
3.01.02.05	Entrevista	33
3.01.03	Análisis de la Información.....	36
3.02	Oferta	45
3.02.01	Oferta histórica	45
3.02.02	Oferta Actual	45
3.02.03	Oferta proyectada.....	45
3.03	Productos Sustitutos	46

3.03.01 Oferta histórica	47
3.03.02 Oferta actual	47
3.03.03 Oferta proyectada	47
3.04 Demanda.....	47
3.04.01 Demanda histórica	47
3.04.02 Demanda actual	47
3.04.03 Demanda proyectada	48
3.05 Balance Oferta-Demanda	48
3.05.01 Balance Actual.....	48
3.05.02 Balance Proyectado	49
CAPÍTULO IV	50
4. Estudio técnico	50
4.01 Tamaño del Proyecto.....	50
4.01.01 Capacidad Instalada.....	50
4.01.02 Capacidad Óptima	51
4.02 Localización.....	52
4.02.01 Macro- Localización.....	52
4.02.02 Micro – Localización.....	53
4.02.03 localización óptima.....	54
4.03 Ingeniería del Producto.....	55

4.03.01 Definición del Bien.....	56
4.03.02 Distribución de la Bodega y el almacén	56
4.03.03 Proceso Comercial	56
4.03.04 Maquinaria	58
4.03.05 Equipos	58
CAPÍTULO V	60
5. Estudio financiero	60
5.01 Ingresos	60
5.01.01 Ingresos Operacionales	60
5.01.02 Ingresos no Operacionales	61
5.02 Costos	61
5.02.01 Costo Directo	62
5.02.02 Costos Indirectos	62
5.02.03 Gastos Administrativos.....	63
5.02.03 Gastos de Ventas.....	64
5.02.04 Gastos Financieros	64
5.02.05 Costos Fijos	65
5.02.06 Costos Variables	65
5.03 Inversiones	65
5.03.01 Inversión Fija	66

5.03.02 Activos Fijos.....	66
5.03.03 Activos Nominales (diferidos).....	66
5.03.04 Capital de Trabajo	67
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	68
5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de depreciación).....	69
5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	70
5.03.08 Estado de Situación Inicial	71
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	72
5.03.10 Flujo Caja	74
5.04 Evaluación financiera	75
5.04.01 Tasa de descuento.....	75
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)	75
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	76
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	76
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio).....	78
5.04.06 Punto de equilibrio	79
5.04.07 Análisis de Índices Financieros	81
5.04.07.01 ROE (Retorno Sobre Patrimonio)	82
5.04.07.02 ROA (Retorno Sobre Capital o Activos).....	82
5.04.07.03 ROI (Retorno Sobre Inversión)	83

CAPÍTULO VI	84
6. Análisis de Impactos	84
6.01 Impacto Ambiental	84
6.02 Impacto Económico	84
6.03 Impacto Productivo	85
6.04 Impacto Social	85
CAPÍTULO VII	86
7. Conclusiones y Recomendaciones	86
7.01 Conclusiones	86
7.02 Recomendaciones	87
Anexos	88
Bibliografía	91

Índice de Tablas

Tabla 1 Inflación	5
Tabla 2 PIB	6
Tabla 3 Riesgo país	8
Tabla 4 PEA	11
Tabla 5 PEA CALDERÓN	11
Tabla 6 Tasa Desempleo	11
Tabla 7 Proveedores	16
Tabla 8 Competidores	17
Tabla 9 Análisis FODA.....	18
Tabla 102 Contador.....	24
Tabla 11 Población Calderón	32
Tabla 12 Género.....	36
Tabla 13 Beneficios del producto	37
Tabla 14 Aprobación del producto.....	38
Tabla 15 Precio	39
Tabla 16 Importancia del uso del jabón	40
Tabla 17 Competencia.....	41
Tabla 18 Lugar para adquirir el producto	42
Tabla 19 Medios para la comercialización.....	43
Tabla 20 Características del producto	44
Tabla 21 oferta Actual.....	45
Tabla 22 Oferta Proyectada.....	46

Tabla 23 Demanda actual.....	48
Tabla 24 Demanda proyectada.....	48
Tabla 25 Balance oferta demanda.....	48
Tabla 26 Balance Proyectado.....	49
Tabla 27 Capacidad Instalada	51
Tabla 28 Capacidad Óptima.....	51
Tabla 29 Macro Localización	52
Tabla 30 Localización Óptima.....	55
Tabla 31 Maquinaria	58
Tabla 32 Equipos de computación y Oficina	59
Tabla 33 Ingresos Operacionales	60
Tabla 34 Proyección de Ingresos	61
Tabla 35 Costos Directos	62
Tabla 36 Costos Indirectos.....	63
Tabla 37 Gastos Administrativos.....	63
Tabla 38 Gastos de Venta	64
Tabla 39 Gastos Financieros	65
Tabla 40 Activos Fijos	66
Tabla 41 Activos Nominales.....	67
Tabla 42 Capital de Trabajo.....	67
Tabla 43 Amortización	69
Tabla 44 Tiempo de Amortización	69
Tabla 45 Periodo de Recuperación	77
Tabla 46 Periodo de Recuperación	77

Tabla 47 Periodo de Recuperación	77
Tabla 48 Relación Costo Beneficio	79
Tabla 49 Punto de Equilibrio	80
Tabla 50 ROE.....	82
Tabla 51 ROA	82

Índice de Figuras

Figura 1 Inflación.....	5
Figura 2 Producto interno bruto.....	6
Figura 3 Balanza Comercial.....	7
Figura 4 Tasa Activa.....	9
Figura 5 Tasa Pasiva	10
Figura 6 Organigrama Estructural	22
Figura 7 Flujograma de Procesos.....	26
Figura 8 Disolución de Sosa Caustica	27
Figura 9 Mezcla de Componentes.....	28
Figura 10 Mesa de Corte.....	28
Figura 11 Etiquetado y Sellado.....	28
Figura 12 Página Web.....	30
Figura 13 Tarjeta de Presentación.....	30
Figura 14 Logotipo	30
Figura 15 Género	36
Figura 16 Conocimiento del producto	37
Figura 17 Aprobación del Producto.....	38
Figura 18 Precio.....	39
Figura 19 Importancia del uso del jabón.....	40
Figura 20 Competencia	41
Figura 21 Lugar para Adquirir el Producto.....	42
Figura 22 Medios para la comercialización	43
Figura 23 Características del producto	44

Figura 24 Mapa de Quito	53
Figura 25 Micro- Localización	54
Figura 26 Distribución de Bodega y Almacén.....	56
Figura 27 Flujograma de Procesos	57
Figura 28 Fuentes de Financiamiento	68
Figura 29 Depreciación de Activos Fijos.....	70
Figura 30 Balance General.....	71
Figura 31 Estado de Resultados	73
Figura 32 Flujo de Caja.....	74
Figura 33 Valor Actual Neto.....	75
Figura 34 Tasa Interna de Retorno.....	76
Figura 35 Punto de Equilibrio	81

Índice de Anexos

Anexo 1 Licencia ejercicio de actividades.....	88
Anexo 2 Solicitud de Servicios.....	89
Anexo 3 Registro Único de Contribuyentes	90

Resumen Ejecutivo

En el Ecuador la apicultura es una actividad que produce importantes beneficios a la agricultura y el medio ambiente, gracias a la acción polinizadora de las abejas, al mismo tiempo constituyen una importante actividad económica con un atractivo potencial de exportación, convirtiéndose en una alternativa de diversificación agropecuaria.

Dando a conocer un poco más acerca del comportamiento de las abejas hacia las personas, con los beneficios que brindan las abejas en salud e incluso ayudan con la polimerización, para la producción de alimentos y con los diferentes productos que generan las abejas, se obtiene diferentes tipos de productos medicinales; como por ejemplo tenemos: Polen, Propóleo, Cera de abeja, entre otras.

La Cera de abeja es un emoliente natural previene el envejecimiento además nutre la piel suavizándola y proporcionándole brillo natural.

Por otra parte el geranio es cultivado como una planta de jardín que posee agradable aroma y sirve para alejar plagas y es utilizada en la medicina como cicatrizante, reducir la inflamación, en aromaterapia el geranio alivia la ansiedad.

En el presente proyecto se pretende realizar una combinación de ambos componentes el geranio y la cera de abeja los cuales poseen múltiples beneficios para la piel de jóvenes y adultos. Se pretende llegar a un acuerdo con los proveedores del geranio que mediante la compra de la materia prima ellos colaboren con la eliminación de los residuos orgánicos que se generan de la extracción del geranio y

partículas de la cera de abeja. Proporcionando al consumidor resultados positivos mediante el uso constante del jabón “Seife Vitae”.

Capítulo II, se menciona el Factor Económico, Inflación, Riesgo País etc. el Macro en Torno que favorece o afecta la evolución de la micro empresa.

Capítulo III hace referencia al estudio de mercado que se realizó para obtener la información de la muestra para la ejecución de la encuesta.

Capítulo IV, se determinó la capacidad que tiene la micro empresa para producir el jabón desde la producción diaria y anual.

Capítulo V, se realiza el estudio financiero para obtener la factibilidad de la micro empresa tomando en cuenta la maquinaria, equipo que se utilice para la producción del jabón

Capítulo VI, se determina los diferentes impactos externos a la micro empresa realizando una evaluación del nivel de contaminación durante el proceso de fabricación del jabón Seife Vitae.

Abstract

In Ecuador, beekeeping is an activity that produces important benefits to agriculture and the environment, thanks to the pollinating action of bees, at the same time they constitute an important economic activity with an attractive export potential, becoming an alternative of diversification agricultural. Letting us know a little more about the behavior of bees towards people, with the benefits that bees give us in our health and even help us with polymerization, for the production of food and with the different products that bees generate, We can obtain different types of medicinal products; as for example we have: pollen, propolis, beeswax, among others, beeswax is a natural emollient prevents aging also nourishes the skin softening and providing natural shine. On the other hand the geranium is cultivated as a garden plant that has pleasant aroma and serves to ward off pests and is used in medicine as a healing, reducing inflammation, in geromatherapy geranium relieves anxiety. In this project we present a combination of both geranium and beeswax which have multiple benefits for the skin of young people and adults. It is intended to reach an agreement with the suppliers of the geranium that through the purchase of the raw material they collaborate with the elimination of the organic waste that is generated from the construction of the geranium and particles of the beeswax. Providing the consumer with positive results through the constant use of "Seife Vitae" soap.

Chapter II, the Economic Factor, Inflation, Country Risk etc. is mentioned. the Macro in Lathe that favors or affects the evolution of the micro company.

Chapter III refers to the market study that was conducted to obtain the sample information for the execution of the survey.

Chapter IV, the ability of the micro company to produce soap from daily and annual production was determined.

Chapter V, the financial study is carried out to obtain the feasibility of the micro company taking into account the machinery, equipment that is used for the production of soap Chapter VI, the different external impacts to the micro company are determined by carrying out an evaluation of the level of contamination during the Seife Vitae soap manufacturing process.

CAPÍTULO I

1. Introducción.

Ecuador posee una gran diversidad de especies de flora lo que hace posible incurrir en la elaboración de múltiples productos naturales, ya que son uno de los organismos más variados e interesantes en el mundo y son autosuficientes la mayoría de especies.

Desde tiempos pretéritos las plantas han sido utilizadas para el consumo humano tanto en medicinas, químicos, alimentos y en mayor proporción en la cosmetología generando satisfacción a las necesidades que se presentan en el diario vivir, muchas de ellas forman parte de numerosas investigaciones para la extracción de sus principios activos, con objetivos medicinales y avances científicos.

Y además son fuente de vida y alimento para los insectos entre los cuales están las abejas quienes le proporcionan al ser humano la posibilidad de consumir y crear una variedad de productos con la miel, la cera y la jalea real.

La cera de abeja tiene lugar en los panales y tiene un alto contenido antioxidante e hidratante en combinación con el contenido que posee el geranio o (Pelargonium x Hortorum) es benéfico para cicatrizar, y curar diversos trastornos de la piel tales como la afección de la juventud que es el acné y por otra parte evita el envejecimiento obteniendo una piel tonificada y sana.

1.01 Justificación

La presente investigación tiene como finalidad la implementación de una microempresa productora y comercializadora de jabón de geranio y cera de abeja para el cuidado de la piel. Ya que estos componentes poseen beneficios tales como: cicatrizante, antibacteriano y producen suavidad, la cera de abeja protege las células de la piel. Por consiguiente, se prevee producir y distribuir obteniendo como beneficio principal abarcar uno de los nichos de mercado más importantes del mundo como lo es la cosmetología.

Esto beneficia al sector de Calderón donde se realizará la implementación de la microempresa y dará a conocer al resto de la sociedad y se expenderá al mercado cosmetológico.

Debido a las características benéficas que presenta la aplicación del jabón de geranio y cera de abeja, para el cuidado de la piel, es eficiente para combatir múltiples problemas existentes en la población, siendo esta una alternativa natural para limpiar y cicatrizar la piel, ya que en su eficiencia será comprobada por la acción efectiva, en el uso constante de la misma.

1.02 Antecedentes

Una vez que los apicultores extraen la miel de la colmena, derriten esta última en agua caliente, y la cera que asciende a la superficie se recoge y filtra. Ésta es la cera que se emplea para hacer jabón. Más comúnmente, con la cera de abeja se hace velas, lubricantes, cosméticos, betunes y goma de mascar.
(Cavitch, 2003, pág. 221)

“La cera de abeja suele añadirse a los jabones para manos por que proporciona una acción muy hidratante para las manos secas y agrietadas”

(McDaniel, 2002, pág. 91)

“Geranio es ampliamente usado en perfumería y cosméticos; mezcla muy bien con rosa, cítricos y casi cualquier aceite.” (Lavabre, 2000, pág. 94)

“Geranio. De origen mexicano esta planta muy popular por que se utiliza para decorar jardines. Medicamento se emplea en la cicatrización de heridas y para curar infecciones cutáneas.” (Pacheco, 2012, pág. 106)

Análisis:

El interés del hombre hacia la cosmetología existe desde los antecesores de la ciudad moderna ya que para cualquier cultura siempre fue necesario el cuidado de la piel y cabello generando así mezclas de diversas plantas, grasas y frutas etc. Las cuales son creadas para poder ser aplicadas sobre el lugar deseado proporcionando bienestar y comodidad.

La medicina menciona al geranio como un componente relajante, astringente y con múltiples beneficios para el ser humano, por otra parte, la cera de abeja nutre la piel es antibacteriano y antialérgico por consiguiente se propone en la presente investigación una mezcla de geranio y cera de abeja para una mayor protección y cuidado de la piel.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“En nivel de análisis macro se identifica el conjunto de fuerzas del entorno que influyen sobre un gran número de consumidores para actuar de la misma forma.

Entre estas variables se sitúan las influencias culturales, las clases sociales.”

(Mollá, 2006, pág. 39)

2.01 Ambiente Externo

“El ambiente externo está formado por un conjunto de fuerzas y condiciones que existen fuera de la organización y que potencialmente influyen en su desempeño”

(Hitt, 2006, pág. 77)

2.01.01 Factor económico

“El criterio económico descansa en el cálculo económico que evalúa los costos de esa combinación de factores y sus utilidades” (Echevarría, 1994, pág. 148)

2.01.01.01 Inflación

“Inflación se define como la tasa porcentual de variación del nivel general de precios de un periodo a otro. El nivel general de precios es una medida del poder adquisitivo de la moneda, es decir, de la cantidad de bienes y servicios que se puede comprar con esta” (Hall & Taylor, 1992, pág. 77)

Tabla 1 Inflación

AÑO	VARIACIÓN %
2017	-0,09%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Julio Romero

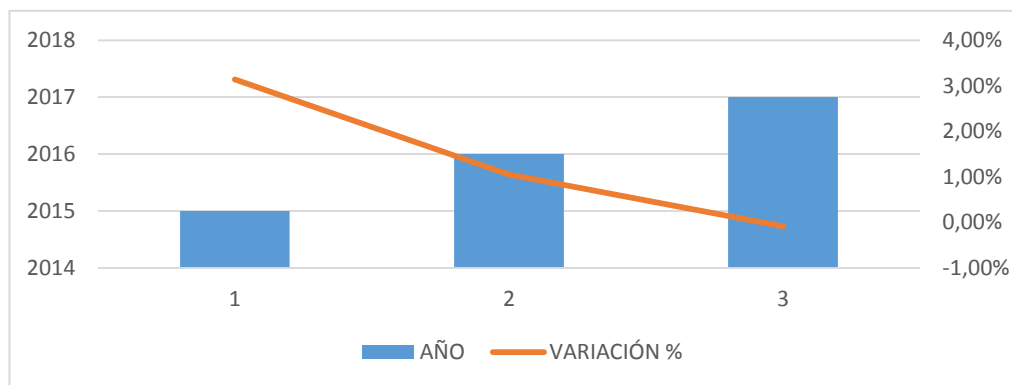


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

En el año 2015 se presenta un porcentaje de inflación del 3,14% lo que refleja que en comparación del año anterior hubo un decrecimiento de los precios en un 0,41%, por consiguiente en el año 2016 la inflación disminuye notoriamente, en el 2017 el Ecuador presenta mayor estabilidad de acuerdo a la tasa de inflación.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

“El PIB es la suma del valor agregado producido por todas las unidades institucionales residentes en la economía nacional más el valor de los impuestos”

(International Monetary Fund, 2008)

Tabla 2 PIB

AÑO	VARIACIÓN
2015	-2,0
2016	1,5
2017	2,6

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Julio Romero

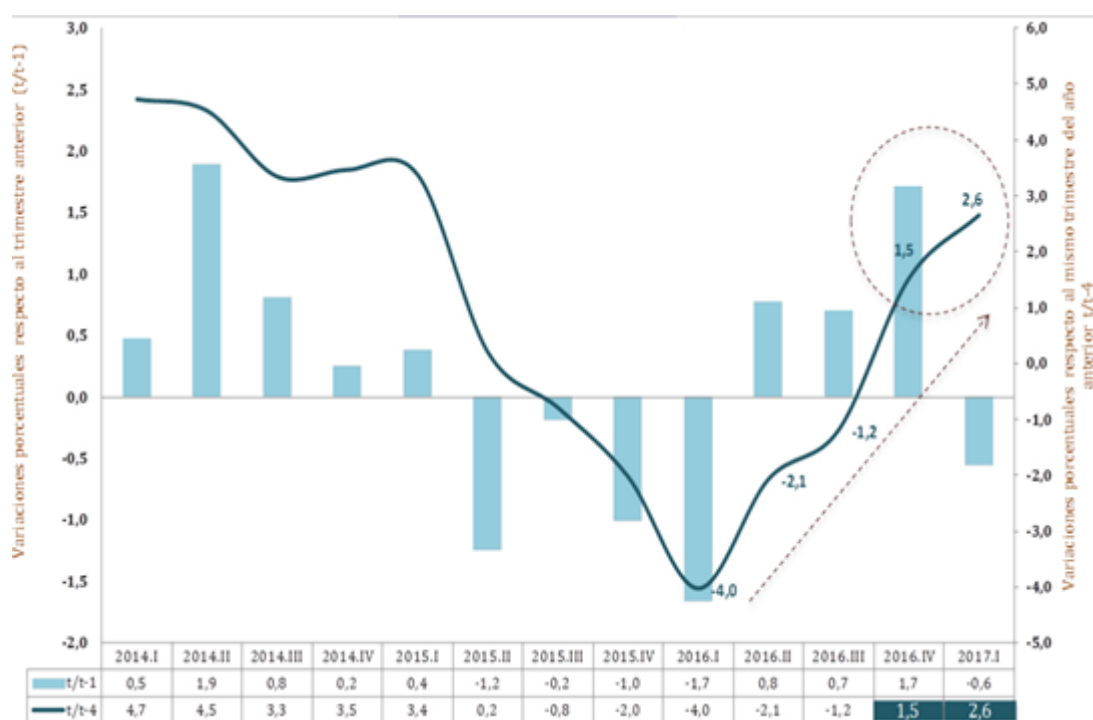


Figura 2 Producto interno bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

El 2015 se vio reflejado con un incremento de la inflación lo que influyo fuertemente en relación al PIB incluyendo el bajo costo del petróleo, en correlación al 2016 hay una variación del 1,5% por el incentivo del gobierno al consumo de productos nacional, exportación del mismo, dando como resultado un alza en el PIB del 2017.

2.01.01.03 Balanza Comercial

“Si las exportaciones de bienes son superiores a las importaciones se dice que la balanza comercial es –favorable-, mientras que si las importaciones son superiores a las exportaciones, es –desfavorables-.” (Pearce, 1999, pág. 34)

Período	Ene - Sep 2015		Ene - Sep 2016		Ene - Sep 2017		Tasa de variación, porcentaje 2017-	
	Miles de TM	Millones de USD	Miles de TM	Millones de USD	Miles de TM	Millones de USD	Miles de TM	Millones de USD
Exportaciones totales	24.130,9	14.242,5	23.870,4	12.160,0	23.897,1	14.045,3	0,1%	15,5%
Petroleras	17.054,8	5.505,5	16.636,7	3.858,1	16.216,7	4.978,6	-2,5%	29,0%
No petroleras	7.076,2	8.737,1	7.233,7	8.301,9	7.680,4	9.066,7	6,2%	9,2%
Importaciones totales	11.729,8	15.955,5	9.906,2	11.183,6	11.840,1	13.787,3	19,5%	23,3%
Bienes de consumo	675,6	3.144,9	537,1	2.291,9	696,5	2.984,5	29,7%	30,2%
Internacional y Correos	1,9	88,4	2,1	88,9	2,8	110,9	32,3%	24,8%
Materias primas	5.548,0	5.376,8	4.892,9	4.090,8	6.346,6	4.997,7	29,7%	22,2%
Bienes de capital	383,2	4.150,0	267,6	2.894,4	348,4	3.352,2	30,2%	15,8%
Combustibles y Lubricante	5.116,1	3.146,8	4.202,0	1.773,0	4.441,5	2.304,7	5,7%	30,0%
Diversos	5,0	43,6	4,5	44,1	4,3	35,1	-3,6%	-20,5%
Ajustes (3)		5,1		0,5		2,2		319,8%
Balanza Comercial - Total		-1.712,9		976,4		258,0		-73,6%
Bal. Comercial - Petrolera		2.403,3		2.088,3		2.661,9		27,5%
Exportaciones petroleras		5.505,5		3.858,1		4.978,6		29,0%
Importaciones petroleras		3.102,2		1.769,7		2.316,7		30,9%
Bal. Comercial - No petrolera		-4.116,2		-1.111,9		-2.403,9		-116,2%
Exportaciones no petroleras		8.737,1		8.301,9		9.066,7		9,2%
Importaciones no petroleras		12.853,3		9.413,9		11.470,6		21,8%

Figura 3 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

En el 2015 se presenta un déficit en la balanza debido a que las exportaciones disminuyeron, el precio del petróleo cayó drásticamente además fueron impuestas salvaguardas y sobretasas las cuales influyeron para que se cierre el año con un total de la Balanza comercial de -1712,90, en el 2016 se muestra una estabilidad pero esto no se debe a que aumentaron las exportaciones sino que se disminuyó considerablemente las importaciones, por consiguiente en el 2017 las exportaciones aumentan y Ecuador tiene una importante recuperación.

2.01.01.04 Riesgo País

“En concreto, se trata del riesgo de que un gobierno o estado soberano incumpla, voluntaria o involuntariamente, sus obligaciones financieras ya sea por causas políticas, económicas o de otra índole.” (Durán Herrera, 2011, pág. 250)

Tabla 3 Riesgo país

AÑO	VALOR	VARIACIÓN %
30/04/2014	361	-8,14%
30/04/2015	672	-2,75%
30/04/2016	941	-1,88%
30/04/2017	667	-3,19%

Fuente: ambito.com

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

De acuerdo a las cifras que se presentan Ecuador tiene un riesgo país de 667 puntos en el 2017 lo que significa que hay menor posibilidad de cumplir con las obligaciones de pago, afectando al sector empresarial.

2.01.01.05 Tasa Activa

”La tasa activa es la que cobra los bancos por créditos o préstamos otorgados”
(Aching Guzmán, 2006, pág. 20)

Tasas de Interés			
noviembre-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.04	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.64	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.43	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.22	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.92	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.89	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.24	Consumo Ordinario	16.30
Consumo Prioritario	16.03	Consumo Prioritario	16.30
Educativo	7.23	Educativo	9.00
Inmobiliario	10.76	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	29.16	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	26.97	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	24.12	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	7.99	Inversión Pública	9.33

Figura 4 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

En la tabla se muestran los porcentajes de las tasas de interés altas que maneja el Banco Central del Ecuador, las cuales se debe pagar siendo cliente o propietario, ya que influye directamente a las inversiones.

2.01.01.06 Tasa Pasiva

”La tasa pasiva (tasa que pagan los bancos por depósitos a los ahorristas)”

(Aching Guzmán, 2006, pág. 20)

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.11	Depósitos de Ahorro	0.88
Depósitos monetarios	0.62	Depósitos de Tarjeta habientes	1.20
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.28	Plazo 121-180	5.91
Plazo 61-90	4.61	Plazo 181-360	6.34
Plazo 91-120	5.01	Plazo 361 y más	6.75
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.11	Tasa Legal	9.22
Tasa Activa Referencial	9.22	Tasa Máxima Convencional	9.33

Figura 5 Tasa Pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Las tasas pasivas muestran que los porcentajes de la tasa promedio a pagar en un periodo determinado por el sistema financiero según el ahorro captado por el público.

Es decir, la tasa pasiva corresponde al porcentaje que paga el banco a los usuarios por los depósitos que realizan en un cierto periodo.

2.01.02 Factor social.

“Además de los factores culturales, los factores sociales como grupos de referencia, familia, roles sociales y estatus, influyen en el comportamiento del consumidor” (Kotler & Keller, 2006, pág. 176)

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

“La población económicamente activa comprende las personas de 12 años y más de edad que producen bienes y servicios. El resto de la población de ese grupo de edad se clasifica como población económicamente inactiva”

(Sánchez Rosado, Población y ambiente, 2005, pág. 37)

Tabla 4 PEA (Población Económicamente Activa)

SEXO	QUITO
HOMBRES	1,088,811
MUJERES	1,151,380
TOTAL	2,239,191

Fuente: INEC

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 5 PEA (Población Económicamente Activa) CALDERÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL	CALDERÓN
Población Económicamente Activa (PEA)	Total	110.337
	Hombre	60.883
	Mujer	49.454
Población en Edad de Trabajar (PET)	Total	130.457
	Hombre	63.478
	Mujer	66.979

Fuente: Censo 2010; INEC

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 6 Tasa Desempleo

Tasa de Desempleo	zona	calderón
Porcentaje	Total	3,5
	Hombre	3,0
	Mujer	4,1

Fuente: Censo 2010; INEC

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La población económicamente activa de Calderón es de 110.337 entre hombres y mujeres esto representa como un dato favorable en relación al presente proyecto

dando como resultado un valor futuro de consumidores del jabón en barra de geranio y cera de abeja.

2.01.03 Factor legal

Deduce (Robins, 2005, pág. 335) qué; “La primera decisión de Organización que un emprendedor debe tomar es fundamental. Es la forma de la propiedad legal de la empresa.”

2.01.03.04 Requisitos para formar una empresa como persona natural:

Ruc.

Cédula.

Papeleta de votación.

Planilla de servicios básicos.

Razón social.

Nombre comercial.

2.01.03.05 Patente municipal.

Copia de cédula.

Copia de papeleta de votación.

Copia del Ruc.

2.01.03.06 Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.

Copia del Ruc.

Copia de cédula y papeleta de votación actualizados.

2.01.03.07 Permiso de bomberos.

Solicitud de inspección del local.

Informe favorable de la inspección.

Copia del Ruc.

Copia de la calificación artesanal.

2.01.03.08 Clave patronal

Solicitud de entrega de clave (el formulario que llenaste en la web del IESS).

Copia del RUC.

Copias a color de las cédulas de identidad del representante legal de la empresa y de su delegado, en el caso de que el primero no pueda presentarse a retirar la clave.

Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones, tanto del representante legal como de su delegado.

Copia de pago de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono)

Original de la cédula de identidad

Legalización de contrato de trabajo.

Contrato remitido vía sistema aprobado por el Inspector de Trabajo.

Copia de cédula del trabajador.

Contrato en documento físico.

2.01.03.09 Permiso Sanitario

Copia de cedula de identidad.

Copia del RUC.

Copia de la papeleta de votación.

Copia de la patente municipal.

Exámenes médicos, odontológicos y de laboratorio de los empleados.

2.01.04 Factor Tecnológico

“La tecnología esta omnipresente y es, uno de los factores estratégicos clave para el diseño de la estrategia de la empresa; está en el corazón de todas las elecciones estratégicas pero la cuestión es situarla en el análisis” (Carrillo, 2005, pág. 138)

Análisis:

Actual mente el incremento de las empresas y micro empresas sea dado de manera moderada por factores políticos y legales y las empresas y pequeños empresarios han salido adelante gracias al factor de la innovación industrial o avance tecnológico, tecnificando procesos y estandarizando actividades, ya que este permite

producir más en menor tiempo y con una óptima calidad como resultado se obtiene el crecimiento empresarial.

IMPLEMENTOS PARA LA MATERIALIZACIÓN DEL PROYECTO

Mescladora

Moldes de maqueta

Mesa de corte

Selladora

Tanque de purificación de aceite

2.02 Entorno Local

“la noción de entorno local consistiría en haber puesto de manifiesto la relación entre territorio e innovación a través de las empresas, lo que permite argumentar que el desarrollo tiene un carácter territorial.” (Barquero, 2005, pág. 87)

2.02.01 Clientes.

“Cuando un cliente solicita un servicio y en paralelo con unas necesidades que desea satisfacer, no puede evitar tener una sensación de riesgo en términos de seguridad de conseguirla” (Perez, 1994, pág. 93)

CONSUMIDORES POTENCIALES

Pobladores del norte del distrito metropolitano de quito de entre 17 a 65 años

Análisis:

Los consumidores del jabón Seife Vitae son habitantes de Calderón ya que el presente proyecto está enfocado a ese sector siendo un producto de cuidado de la piel y de limpieza corporal está enfocado a todas la edades y sin importar el sexo de la persona por el poder de adquisición el enfoque de edades es de los 17 a los 65 años de edad.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona que abastece a otras con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compra para su venta, estas existencias están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elemento.
(Zambrano, 2007, pág. 77)

Tabla 7 Proveedores

Proveedores	Dirección
URIARTE GARDEN	Quito, Nayón
APÍCULTORA ALEMANA	Cumbayá, Sector Lumbisí, Los Almendros 2 ^a
APICULTORA CABRERA	Av. Diego de Vacas y Clemente Yerovi
CASA DE LOS QUÍMICOS	Av. América

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Para la microempresa SEIFE AC, es indispensable tener identificados a los proveedores ya que ellos serán los encargados de proveer la materia prima necesaria para la elaboración del producto (jabón de geranio y cera de abeja)

2.02.03 Competidores

“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, 1991, pág. 176)

Tabla 8 Competidores

Proveedores

GENOMMA LAB. ARGENTINA

PALMOLIVE NATURALS

UNILEVER

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

2.03 Análisis FODA

“El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos).” (Food & Agriculture Org, 2007, pág. 139)

Tabla 9 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
.SER EL PRIMER PRODUCTO EN CONTENER GERANIO Y CERA DE ABEJA	.LA AMPLITUD DEL MERCADO DEL NICHOS DEL MERCADO AL SER UN PRODUCTO DE USO DIARIO
.PUNTOS DE FÁCIL ACCESO PARA LOS CLIENTES	.LA COMPETENCIA DIRECTA ES ESCASA
.UN JABÓN CON PROPIEDADES PARA PIEL	.FÁCIL TRANSPORTACIÓN DEL JABÓN SEIFE VITAE AL SER DE FÁCIL MANIPULACIÓN
.LA FÁCIL ACCESIBILIDAD PARA ENCONTRAR MATERIA PRIMA	.TENER ASESORIA CONFIABLE PARA LA FABRICACIÓN DEL JABÓN SEIFE VITAE
DEBILIDADES	AMENASAS
.NO CONTAR CON UN VEHÍCULO PROPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN	.PRODUCTOS YA ESTABLECIDOS EN EL MERCADO DEL CUIDADO DE LA PIEL
.TIEMPO DE MANEJO DE LOS ACEITES	.FACTOR ECONÓMICO POR EL CAMBIO DE LEYES DEL ESTADO Y POLÍTICAS EXTERNAS
.DESCONOCIMIENTO DEL JABÓN DE SEIFE VITAE POR LOS CLIENTES	.CAMBIOS DE CLIMA DRÁSTICO
.LA COMPLEJIDAD DE LOS PERMISOS PARA EL MANEJO DE QUÍMICOS	.INCREMENTO DE MÁS MICRO EMPRESAS DEDICADAS AL MISMO OFICIO

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

FORTALEZAS+OPORTUNIDADES

Aprovechando el fácil acceso de la cera y el geranio poder copar el mercado de jabones para el cuidado de la piel.

Al ser el primer producto en contener cera y geranio se planifica fomentar el uso diario del mismo en todos los hogares ecuatorianos.

Gracias a la asesoría confiable en el manejo de los químicos es garantizada la calidad del jabón Seife Vitae.

Por ser un producto de fácil transportación se puede llegar a lugares donde sea de mejor acceso para los clientes.

DEBILIDAD + AMENAZAS

Las empresas ya establecidas en el mercado.

Los cambios de clima drásticos aumentarían los tiempos de maceración del geranio.

El incremento de políticas en la adquisición de productos químicos.

La falta de conocimiento de la población de Calderón con relación al jabón Seife Vitae.

Análisis:

Mediante la Matriz de Análisis FODA la microempresa “SEIFE AC” ha podido determinar fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas para de esta manera desarrollar una adecuada planificación para alcanzar las metas establecidas

2.04 Propuesta Estratégica

Las actividades se pueden dirigir hacia el logro de metas estratégicas a través de la planificación de la acción. Como mínimo un plan de acción establece las actividades que se llevaran a cabo, quién las realizará, durante qué periodo y los resultados esperado. (Hunger, 2007, pág. 253)

2.04.01 Misión

“Misión: El porqué de lo que hace la empresa, la razón de ser de la organización su propósito. Dice aquello por lo cual, al final, la organización quiere ser recordada.”

(Alles, 2007, pág. 75)

Para la microempresa SEIFE AC es primordial el bienestar del cliente y la comunidad por medio del jabón de geranio y cera de abeja de alta calidad fomentando el desarrollo humano a través de la buena higiene y nutrición del cuerpo.

2.04.02 Visión

“La imagen del futuro deseado por la organización” (Alles, 2007, pág. 75)

Para el año 2022 la microempresa SEIFE AC va a ser líder en el mercado de productos para el cuidado y protección de la piel a nivel nacional.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Elaborar jabones de geranio y cera de abeja aprovechando los beneficios que poseen ambos componentes para generar la satisfacción y bienestar a la piel de los clientes.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- ✓ Aprovechar los principios activos del geranio y la cera de abeja para dar cuidado y limpieza a la piel maltratada.
- ✓ Optimizar los residuos de materia prima, para no afectar el ecosistema.
- ✓ Generar fuentes de empleo en el sector en el que se va a implementar la microempresa.

2.04.04 Principios y/o valores

Calidad.- Buscar alcanzar la excelencia y mejora continua del producto en beneficio del personal y clientes.

Ambición.- Obtener el crecimiento y desarrollo necesario para el cumplimiento de las metas planificadas dentro de la microempresa.

Innovación.- mantener equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada para garantizar un aumento en la productividad y competitividad de la microempresa.

2.04.04.01 Valores

Respeto.- Debe existir consideración y educación en el medio laboral y se debe tratar con excelencia al cliente.

Honestidad.- Los colaboradores de la microempresa deberán ser honestos, claros y concisos en las labores que desempeñan.

Puntualidad.- Es uno de los valores más importantes con el que debe contar el empleado ya que permite organizar su tiempo y concluir con las actividades propuestas en el día.

Humildad.- deberán aprender a observar a los demás y aprender de ellos, no actuar con arrogancia.

2.04.05 Gestión Administrativa

“Para conseguir sus objetivos administrativos, utilizan cada vez más la creencias sociales. Se puede decir que necesitan estar a espensas solo de sus experiencias y observación personal. ” (Rojas, 2005, pág. 35)

2.03.02.01 Planificación

“Es la función administrativa que involucra la definición de los objetivos de la organización, el establecimiento de las estrategias para lograrlos y el desarrollo de planes para integrar y coordinar las actividades laborales.” (Stephen P & Coulter , 2012, pág. 220)

2.03.02.02 Organización

“Es la función administrativa que tiene que ver con disponer y estructurar e trabajo para lograr los objetivos organizacionales”
(Stephen P & Coulter , 2012, pág. 9)

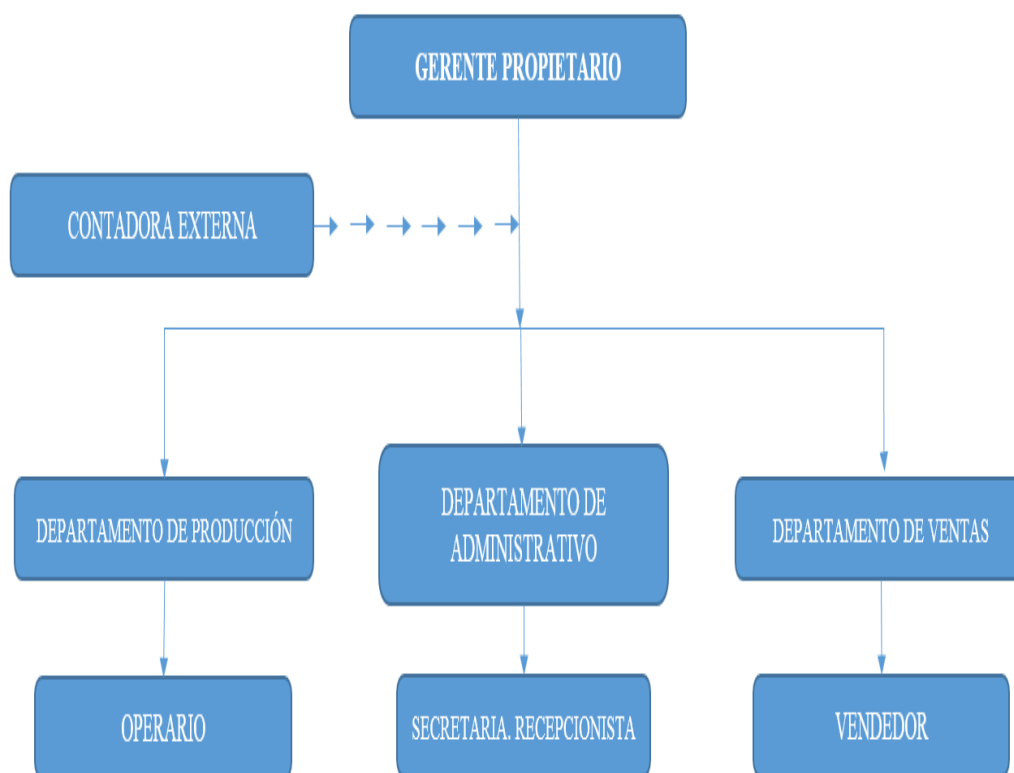


Figura 6 Organigrama Estructural
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julio Romero

Tabla 10 Propietario

Descripción del cargo	
Es el representante legal de la empresa, formula las políticas internas, operativas, de calidad, y administrativas	
Cargo: Propietario	
Administrador General	
FUNCIONES	
Función Principal - Organizar, Planificar, Dirigir y Controlar todas las funciones de la empresa, generando estrategias para el funcionamiento de la empresa Funciones secundarias - Ser un líder con sus colaboradores para llegar al objetivo en común. - Analizar de forma exhaustiva las opciones que se presente para que favorezcan el crecimiento de la empresa.	
Nivel de Educación	Experiencia
Tercer nivel de educación	1 años de Experiencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 11 Secretaria Recepcionista

Descripción del cargo	
La persona que se encarga de recibir a los clientes e informarles, además de llevar un registro de ventas y compras del producto	
Cargo: Recepcionista	
FUNCIONES	
Función Principal - Registrar los ingresos y egresos de ventas que se realicen en ese momento en la empresa y atención a los proveedores. Funciones secundarias - Realizar informes diarios de la actividad realizada en el día de trabajo. - Informar adecuadamente las peticiones que le cliente solicite - Proporcionar soluciones a las inquietudes y reclamos.	
Nivel de Educación	Experiencia
Segundo nivel de educación	1 años de Experiencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 102 Contador

Descripción del cargo	
Se encarga del manejo de las cuentas contables junto con los pagos que tiene que cancelar de la empresa	
Cargo: Contador Externo	
FUNCIONES	
Función Principal · Llevar un control externo de la microempresa cumpliendo y haciendo cumplir las obligaciones legales. Funciones secundarias · Realizar las declaraciones correspondientes de cada mes. · Realizar ajustes en caso de que no se cumpla alguna obligación que esté afectando a la empresa. · Llevar libros contables en el área de compras y ventas. · Declaración de impuestos · Preparar Balances mensuales y anuales	
Nivel de Educación	Experiencia
Tercer nivel de educación	2 años de Experiencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 13 Operario

Descripción del cargo	
Es la persona encargada de ejecutar el proceso de producción, con los tiempos y pasos establecidos	
Cargo: Operador	
FUNCIONES	
Función Principal · La función es ejecutar la preparación y elaboración del producto con las características que se encuentran especificadas en el proceso. Funciones secundarias · Verifica que la materia prima se encuentre en buen estado. · Controlar la higiene del espacio de trabajo. · Informar de anomalías o problemas al gerente.	
Nivel de Educación	Experiencia
Segundo nivel de educación	1 años de Experiencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 14 Vendedor

Descripción del cargo	
La persona encargada de que los clientes adquieran el producto e introducirlo en el mercado	
Cargo: Vendedor	
FUNCIONES	
Función Principal · Mantener un vínculo entre el cliente y la empresa con el fin de preservar y captar nuevos y mejores consumidores. Funciones secundarias · Mantener el producto en el mercado. · Hacer conocer el producto en el mercado. · Retroalimentar a la empresa las nuevas necesidades del cliente.	
Nivel de Educación	Experiencia
Tercer nivel de educación	2 años de Experiencia

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

2.04.06 Gestión Operativa

“Se trata de reaccionar frente a los problemas que van surgiendo. Asimismo, las decisiones del día a día acostumbran a ser auto regenerativas”

(Gimbert, 2003, pág. 16)

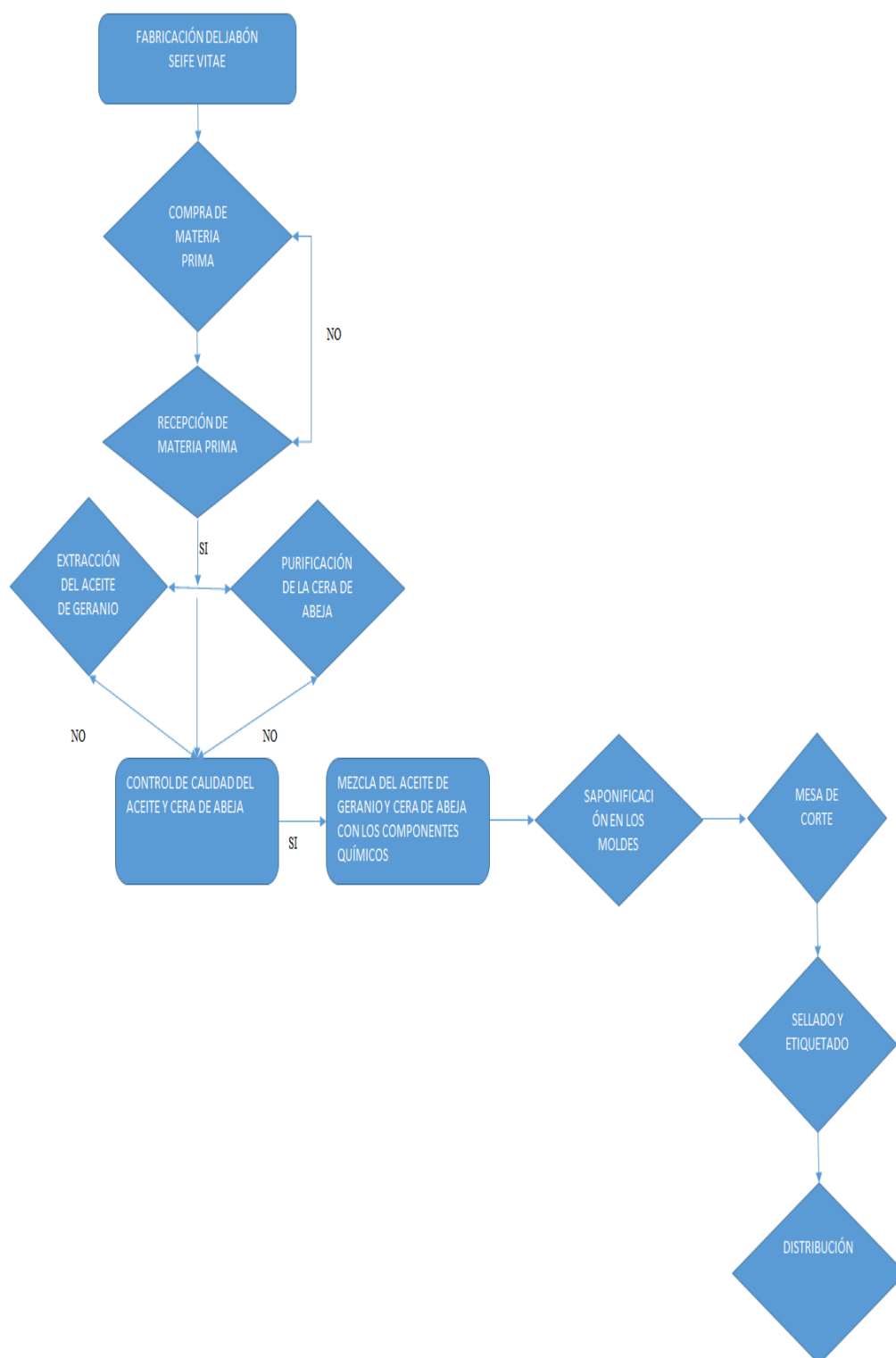


Figura 7 Flujograma de Procesos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

2.04.07 Gestión Comercial

“la responsabilidad de fijar las características de los productos de la empresa, situarlos en el mercado y venderlos corresponde a la gestión comercial”

(Couto, 2003, pág. 142)

2.04.07.01 Producto

“Podemos definir el producto como un conjunto de atributos. Físicos de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador”

(Belío Galindo, 2007, pág. 15)

El producto SEIFE VITAE consiste en extraer el aceite del geranio para mezclarlo con la cera de abeja purificada y por consiguiente se procede a mezclar los componentes con los respectivos químicos “hidróxido de sodio o sosa caustica, agua destilada y aceite aromático de mil de abeja” y cada unidad tiene un contenido de 100g.



Figura 8 Disolución de Sosa Caustica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

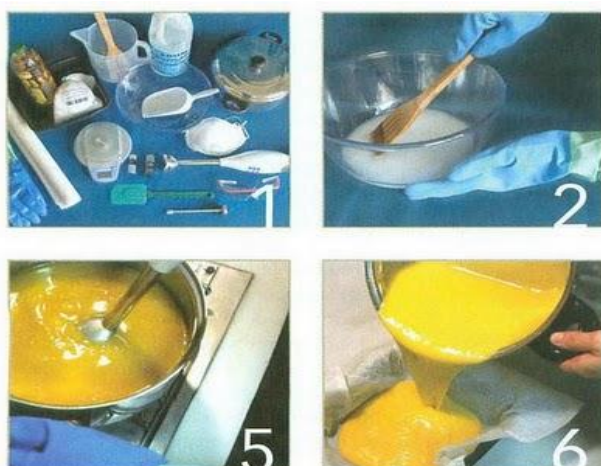


Figura 9 Mezcla de Componentes

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero



Figura 10 Mesa de Corte

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero



Figura 11 Etiquetado y Sellado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

2.04.07.02 Precio

“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio.” (Sulser Valdéz, 2004, pág. 99)

El precio del jabón Seife Vitae será accesible ya que el valor está acorde con el poder de adquisición del consumidor mediante el estudio realizado en la encuesta.

2.04.07.03 Plaza

“Plaza; es decir, la forma en la que los productos se desplazarán desde su punto de origen hasta los consumidores finales” (Pedroza Escandón, 2005, pág. 37)

La microempresa SEIFE AC está ubicada en el sector de Calderón, y en farmacias y supermercados.

2.04.07.04 Promoción

Explica (Editorial Vértice, 2008, pág. 1):“Se puede definir como un conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política general de marketing.”

La microempresa SEIFE AC ha considerado como estrategia difundir en las redes sociales la información del jabón Seife Vitae y por consiguiente ofertando promociones y descuentos al por mayor.

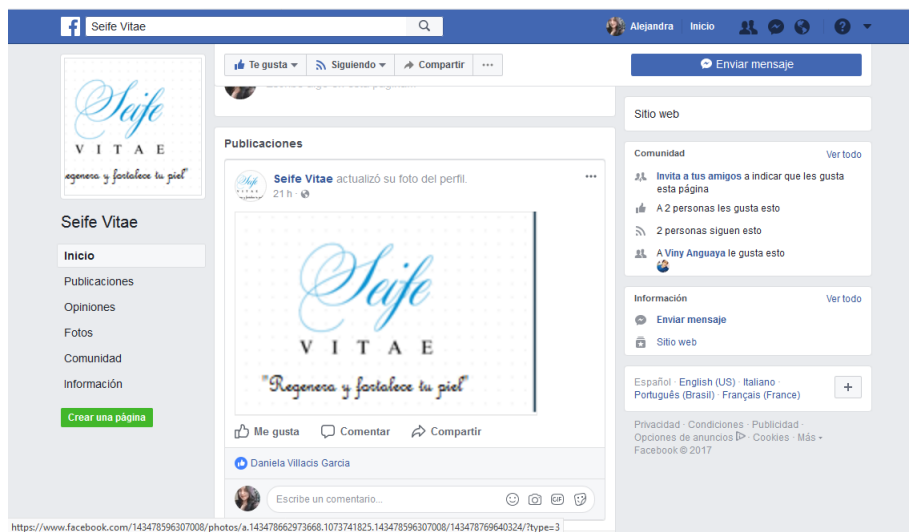


Figura 12 Página Web

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

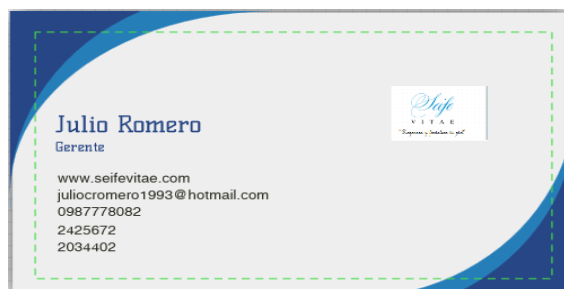


Figura 13 Tarjeta de Presentación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero



Figura 14 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

CAPÍTULO III

3 Estudio de Mercado

”Es tener una conciencia permanente solo se puede hacer beneficios si se satisfacen las necesidades del mercado.” (Ferré Trenzano, 1997, pág. 11)

3.01 Análisis del consumidor

”El interés se centra en identificar los procesos y las variables internas de carácter psicológico que puede influir sobre el consumidor.” (Alejandro Mollá Descals, 2006, pág. 40)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Población

“Población humana, en lo referente a su estado o sea su tamaño, así como su composición y distribución territorial.” (Sánchez Rosado, 2005, pág. 9)

3.01.01.02 Muestra

“La muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas de obtención de la muestra en función de análisis.” (Juez Martel, 1996, pág. 95)

Tabla 11 Población Calderón

POBLACIÓN DE QUITO	2,239,191
---------------------------	------------------

PEBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA DE CALDERÓN 155,715

Fuente: INEC

Elaborado por: Julio Romero

3.01.01.03 Formulación de la muestra

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

Nomenclatura:

n=	Tamaño de la muestra
N=	Población o universo
P=	Posibilidad de éxito (50%)
Q=	Posibilidad de Fracaso (50%)
E ² =	Margen de error (5%) ²
Z ² =	Nivel de confianza (1.96) ²

3.01.01.04 Desarrollo de la muestra

N=	155715
P=	50%
Q=	50%
E ² =	5% ²
Z ² =	1.96 ²

$$n = \frac{155715 * 0.50 * 0.50 * 1.96^2}{(155715 - 1) * 0.05^2 + 0.50 * 0.50 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{149548,68}{390,25}$$

$$n = 383$$

3.01.02 Técnicas de obtención de información

3.01.02.01 Test

“El termino de test es una palabra que llega a nosotros a través de la lengua inglesa cuyo significado en español es prueba que puede aplicarse a diferentes ámbitos tales como: cognitivo, psicológico, emocional, lenguaje y personalidad” (Sánchez Rodríguez , 2007)

3.01.02.02 Cuestionario

“la importancia del cuestionario en las investigaciones con encuestas motivado fundamentalmente por la elevada utilización en nuestro país”

(Vidal Díaz de Rada, 2001 , pág. 13)

3.01.02.03 Encuesta

”Encuesta o sondeo es uno de los procedimientos más utilizados en la investigación comercial como consecuencia su fácil aplicación y de la multitud de resultados que puede proporcionar” (Vidal Díaz de Rada, 2001 , pág. 13)

3.01.02.04 Observación

“Los investigadores cualitativos se interesan por acceder a las experiencias interacciones y documentos de los materiales en los que se estudian.”

(Angrosino, 2007, pág. 20)

3.01.02.05 Entrevista

“Nos referimos con el termino entrevista a una forma especializada de interacción verbal, que se realiza con un propósito definido y se centra en un área determinada

de contenido, con la exclusión consiguiente de otros asuntos ajenos a la misma”

(López-Fé, 2002 , pág. 205)

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA ESCUELA DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Yo Julio Romero, estudiante del ITSCO me encuentro realizando esta encuesta, para determinar la oferta y la demanda del proyecto que estoy desarrollando para la obtención de mi título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción

Datos generales

Nombre y Apellido _____ **GENERO** M __ F __ **EDAD** __

1.-¿Conoce usted las propiedades que genera la mezcla del geranio y la cera de abeja en jabón en barra?

SI ☐ **NO** ☐

2.-Esta usted de acuerdo con la implementación de una microempresa que elabora y comercializa jabón a base de geranio y cera de abeja?

SI ☐ **NO** ☐

3.-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una barra de 100g de jabón?

\$ 0.90	
\$ 1.00	
\$ 1.50	

4.-¿Considera necesario el uso de un jabón cicatrizante a base de geranio y cera de abeja?

SI ☐ **NO** ☐

5.-¿Cosidera usted util el jabón que le ofertan otras empresas?

SI

NO

6.-¿En que lugar le gustaria adquirir el producto?

Supermercados	
Bodegas	
Tiendas Naturistas	
Todas las anteriores	

7.-¿Cómo le gustaria enterarse del producto?

Publicidad en las calles	
Radio	
Internet	
Farmcias	

8.-¿Cuándo adquiere este tipo de producto prefiere comprar por el?

Precio	
Calidad	
Beneficios curativos	

3.01.03 Análisis de la Información

Tabla 12 Género

TABULACIÓN	HOMBRES	199	0,52
TABULACIÓN	MUJERES	184	0,48
SUMATORIA		383	1,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

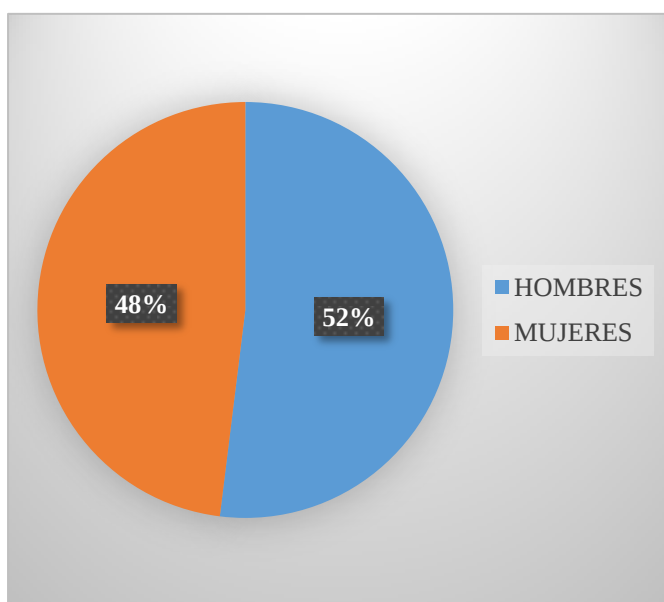


Figura 15 Género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Mediante la realización de las encuestas se ha determinado que el 52% de las personas encuestadas fueron hombres, quedando un 48% de mujeres encuestadas esto, quiere decir que se obtuvo aún mayor atención en las encuestas del género masculino y en menor porcentaje del género femenino.

1.- ¿Conoce usted las propiedades que genera la mezcla del geranio y la cera de abeja de jabón en barra?

Tabla 13 Beneficios del producto

SI	206	0,54	383
NO	177	0,46	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

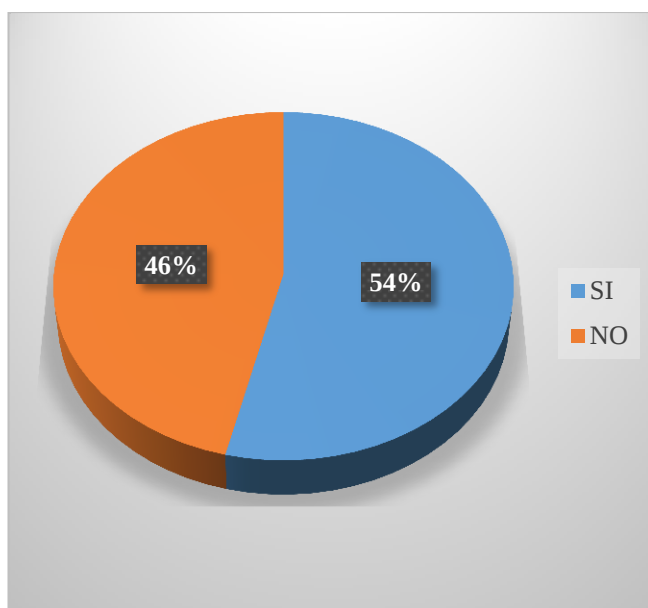


Figura 16 Conocimiento del producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Mediante la indagación del conocimiento de la mezcla de la cera de abeja y el geranio el 54% conoce las propiedades y beneficios que brinda esta mezcla o tienen un escaso conocimiento de la cera de abeja y el geranio, si bien es cierto, si no conocen de la mezcla de la cera de abeja con el geranio los conocen por separado y sus beneficios curativos, mientras tanto el otro 46% no tienen idea de la cera de abeja y el geranio menos aún de que sea posible la mezcla de ambos.

2.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa que elabora y comercializa jabón a base de geranio y cera de abeja?

Tabla 14 Aprobación del producto

SI	234	100 %	383
NO	0	0%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

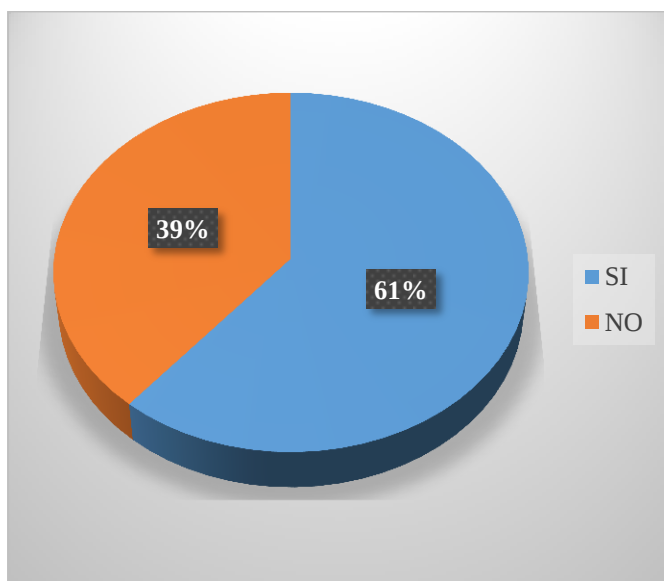


Figura 17 Aprobación del Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Según la indagación realizada en la pregunta número 2 se obtuvo que el 61% de las personas encuestadas están de acuerdo en la implementación de una micro empresa que se dedique a la fabricación y elaboración de jabones de cera de abeja y geranio, mientras tanto el 39% está en duda de la implementación de la microempresa.

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una barra de 100g de jabón?

Tabla 15 Precio

\$ 0.90	107	0,28	383
\$ 1.00	137	0,36	
\$ 1.50	139	0,36	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

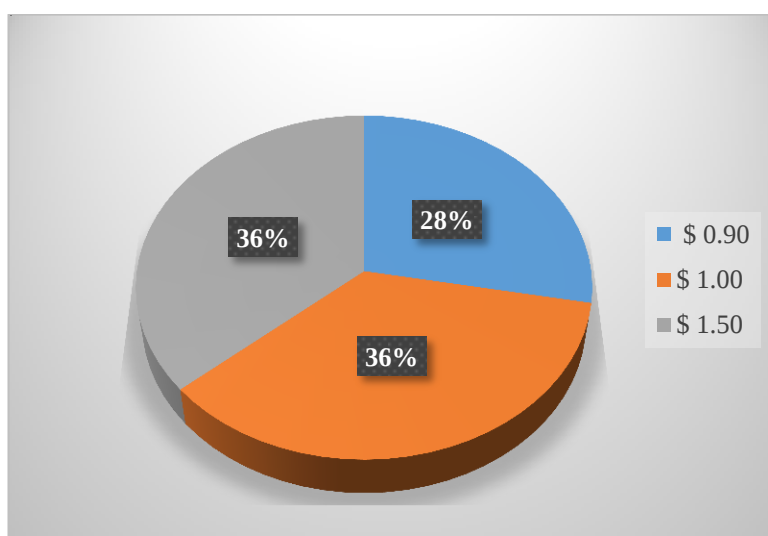


Figura 18 Precio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Según los resultados obtenidos en la pregunta 3 el 36% de la población encuestada está de acuerdo en pagar 1,50 por unidad ya que es un precio adecuado por los beneficios curativos del jabón, el porcentaje restante se inclinó por un precio más cómodo y accesible el cual es de 1,00 y el 28% prefiere los 0,90 ctvs. Por ser un precio económico.

4.- ¿Considera necesario el uso de un jabón cicatrizante a base de geranio y cera de abeja?

Tabla 16 Importancia del uso del jabón

SI	248	0,65	383
NO	135	0,35	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

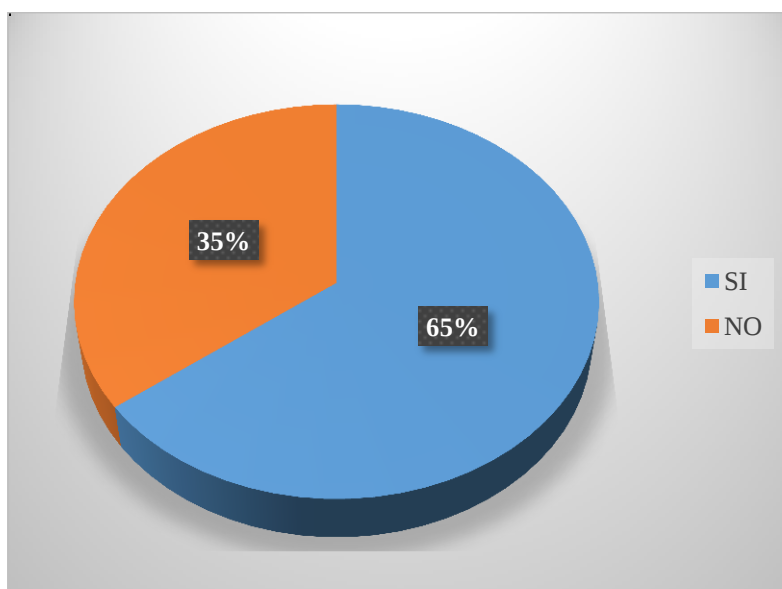


Figura 19 Importancia del uso del jabón

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

En la pregunta número 4 el resultado obtenido muestra que el 35% de encuestados no consideran necesario el uso del jabón y el 65% restante opina que el uso del jabón debe ser de uso diario, para de esta manera proporcionarle a la piel la limpieza y cuidado necesario.

5.- ¿Considera usted útil el jabón que le ofertan otras empresas?

Tabla 17 Competencia

SI	220	0,57	383
NO	163	0,43	

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julio Romero

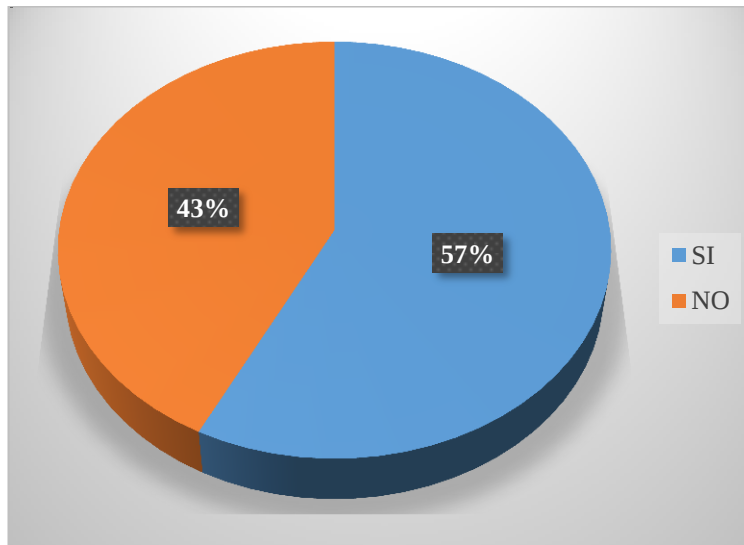


Figura 20 Competencia
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Con la siguiente indagación de la pregunta número 5 se concluyó que el 57% de las personas encuestadas están a gusto con el jabón que utilizan actualmente o sienten que cumplen con sus expectativas o lo que el producto de la competencia les ofrece, mientras tanto el 43% restante no siente que los productos sean lo que les ofrecen o no se sienten conformes utilizando estos productos y dan una gran apertura a un nuevo producto.

6.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Tabla 18 Lugar para adquirir el producto

Supermercados	83	0,22	383
Bodegas	84	0,22	
Tiendas Naturistas	131	0,34	
Todas las anteriores	85	0,22	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

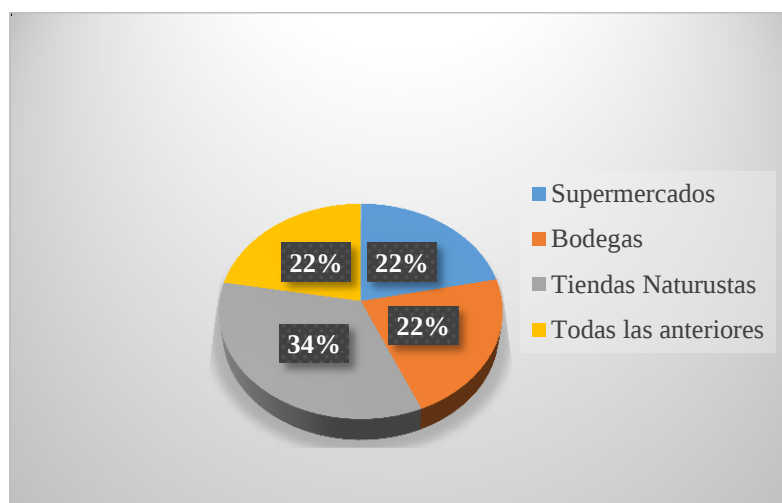


Figura 21 Lugar para Adquirir el Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

En la indagación de la pregunta número 6 se interpreta que el 34% de las personas encuestadas en el sector de Calderón prefiere que el jabón en barra de cera de abeja y geranio se encuentre en los centros naturistas de preferencia, mientras tanto el 22,03% prefiere encontrarse con el producto en todas las opciones tiendas naturistas, súper mercados y bodegas. El otro 22,2% escogió como su lugar de preferencia las bodegas por la cercanía de sus hogares,

7.- ¿Cómo le gustaría enterarse del producto?

Tabla 19 Medios para la comercialización

Publicidad en las calles	99	0,26	383
Radio	72	0,19	
Internet	104	0,27	
Farmacias	108	0,28	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

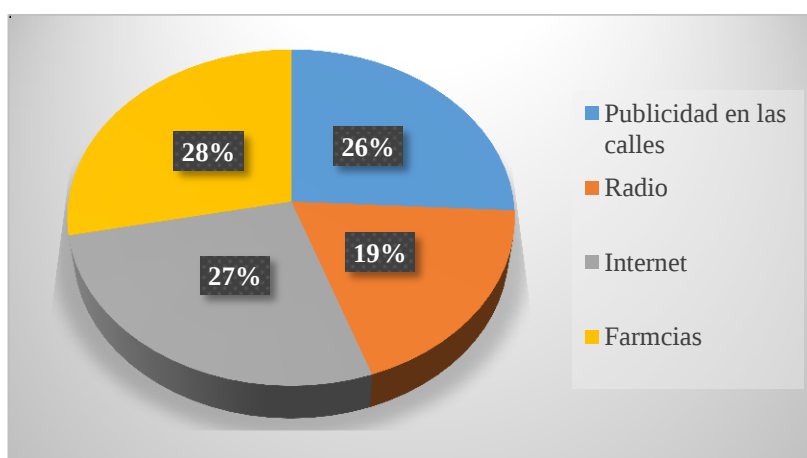


Figura 22 Medios para la comercialización

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

En el siguiente análisis obtuvo que en mayoría un 28% de personas encuestadas que prefieren que el jabón en barra de cera de abeja y geranio se difunda en mayor cantidad en las farmacias por la confianza que les genera estos establecimientos, en segundo puesto está en el internet por motivo del avance tecnológico de hoy en día las personas se encuentran en mayor cantidad conectados a algún tipo de red por lo cual un 27% prefiere que el jabón en barra se comercializado o anunciado en este tipo de medios de comunicación.

8.- ¿Cuándo adquiere este tipo de producto prefiere comprar por él?

Tabla 20 Características del producto

Precio	101	0,26	383
Calidad	139	0,36	
Beneficios curativos	143	0,37	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

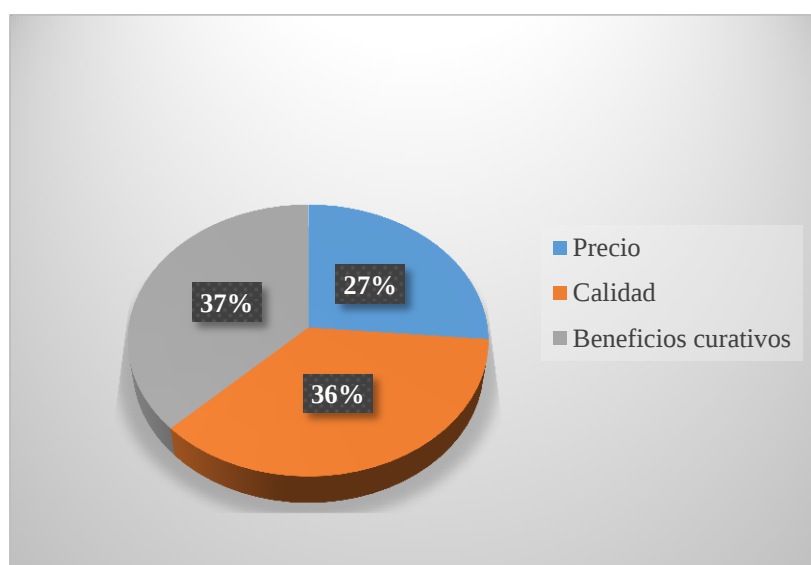


Figura 23 Características del producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Realizando la siguiente indagación en la preferencia de compra se obtuvo que en un 37% la mayoría de Las personas prefieren los productos del cuidado para la piel por sus beneficios curativos mientras la gran discrepancia fue que también es importante la calidad del producto dando un 36% de personas a favor de la calidad del producto y un 27% de personas esto no les parece tan relevante más importante les parece el costo del producto que lo que el jabón en barra les tenga que ofrecer.

3.02 Oferta

“La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo” (Ávila Macedo, 2006, pág. 45)

3.02.01 Oferta histórica

“la cantidad que de una mercancía se ofrece en venta, tiende a variar en razón directa del precio, mientras no se modifiquen condiciones objetivas” (Ávila, 2004, pág. 162)

3.02.02 Oferta Actual

“La oferta actual para tomar ventaja de un mayor precio futuro, con lo que se disminuye la oferta de mercado. De la misma forma en que sucede con la demanda, un aumento previsto en el precio incrementara la demanda actual de un producto”. (Keat Philip, 2004, pág. 85)

Tabla 21 oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2018	61.741,0	0,5700	35.192

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

3.02.03 Oferta proyectada

“Se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán” (Miranda Miranda, 2010, pág. 102)

Tabla 22 Oferta Proyectada

Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2018	63.469	0,570	36.178
2019	65.247	0,570	37.191
2020	66.878	0,570	38.121
2021	68.550	0,570	39.074
2022	70.264	0,570	40.050

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en el año 2018, la cantidad ofertada que puede sostener la micro- empresa SEIFE AC, es de 36.178 es una cantidad benéfica ya que va a satisfacer a los demandantes necesarios por consiguiente en el año 2022 se obtendrá una oferta del producto de 40,050 lo cual es favorable, ya que se alcanza una mayor aceptación y oportunidades en el mercado permitiendo así que la organización tenga el crecimiento requerido.

3.03 Productos Sustitutos

“Desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores pero se basan en una tecnología diferente, estos productos constituyen una amenaza permanente” (Rivera Camino, 2007, pág. 244)

Análisis:

Con relación a los productos sustitutos que existen en el mercado actual lo más indicado es realizar un lanzamiento de jabón Seife Vitae con promociones publicitarias para dar a conocer el producto en el mercado.

3.03.01 Oferta histórica

“la cantidad que de una mercancía se ofrece en venta, tiende a variar en razón directa del precio, mientras no se modifiquen condiciones objetivas” (Ávila, 2004, pág. 162)

3.03.02 Oferta actual

“Se Entenderá como oferta actual a la capacidad de entregar servicios que serán distintos para cada proyecto, de acuerdo a las normas y estándares determinados por autoridad que corresponda” (Ortegón, 2005, pág. 46)

3.03.03 Oferta proyectada

“permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha”
(Miranda J. , 2010)

3.04 Demanda

“La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio 3.04.01” (Ávila Macedo, 2006, pág. 40)

3.04.01 Demanda histórica

“la evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes o servicios que se han puesto a disposición de la comunidad.” (Miranda J. J., 2005)

3.04.02 Demanda actual

“La demanda actual del mercado para un determinado producto puede realizarse a través de diferentes procedimientos generales” (Parra Guerrero, 2005)

Tabla 23 Demanda actual

Demanda Actual

Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	61.741	1	61.741

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

3.04.03 Demanda proyectada

Tabla 24 Demanda proyectada

Proyección de la Demanda

Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	61.741	1,028	63.470
2019	63.470	1,028	65.247
2020	65.247	1,025	66.878
2021	66.878	1,025	68.550
2022	68.550	1,025	70.264

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La presente investigación refleja la cantidad de demandantes es de 63.470 lo que representa un resultado considerable para la micro- empresa “SEIFE AC” en el año 2018, al año 2022 la cantidad de demandantes es mayor y es favorable ya que por consiguiente la oferta del jabón de geranio y cera de abeja.

3.05 Balance Oferta-Demanda

3.05.01 Balance Actual

Tabla 25 Balance oferta demanda

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2018	61.741	35.192	26.549

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 26 Balance Proyectado

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	63.470	36.178	27.292
2019	65.247	37.191	28.056
2020	66.878	38.121	28.758
2021	68.550	39.074	29.477
2022	70.264	40.050	30.213

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La demanda insatisfecha para la micro- empresa en el 2018 es de 27.292 de esta manera, la microempresa podrá generar las estrategias necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes, mientras que la demanda insatisfecha para el 2022 será de 30.213 por lo que SEIFE AC, debe expandirse para captar todos los demandantes posibles y por consiguiente así mantenerse en el mercado competitivo.

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

“Es llegar a diseñar la función de producción optima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto destacado, sea este un bien o un servicio.” (ILPES, 2001, pág. 91)

4.01 Tamaño del Proyecto

“La dimensión o tamaño de un proyecto se define como su capacidad de producción en un determinado periodo de tiempo de financiamiento”

(Prieto Herrera , 2014, pág. 114)

4.01.01 Capacidad Instalada

“Capacidad Instalada, la capacidad utilizada y la capacidad ociosa, lo que explica la elasticidad de la empresa para ajustarse a los cambios de corto plazo de la demanda”

(Vargas Sánchez, 2006, pág. 657)

Tabla 27 Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	260
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	5200
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	62400
PRECIO	\$ 1,25
TOTAL	78.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La Capacidad Instalada de “SEIFE AC” consiste en el potencial de producción de la micro empresa por consiguiente se puede lograr en un determinado tiempo teniendo en cuenta todos los recursos disponibles.

4.01.02 Capacidad Óptima

“Capacidad optima es aquel nivel de utilización por encima del cual la calidad percibida empieza a deteriorarse debido a la acumulación de demandas”

(Heskett, 2000, pág. 167)

Tabla 28 Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	260
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	5200
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	62400
% DE ACEPTACIÓN	0,61
TOTAL	38.064,00
% DE FRECUENCIA	0,65
TOTAL	24.741,60
PRECIO	\$ 1,25
TOTAL	30.927,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

“SEIFE AC” Una vez que se ha establecido el tiempo en el que se va a elaborar el producto la capacidad óptima es el máximo nivel que puede alcanzar la estructura productiva de la micro-empresa.

4.02 Localización

“Las naciente pequeñas empresas se localizan típicamente en el lugar de residencia del fundador y comienzan a expandirse en torno local o regional”

(Hamilton Wilson, 2005, pág. 88)

4.02.01 Macro- Localización

“La macro localización se basa en factores globales o de amplitud regional”

(Hamilton Wilson, 2005, pág. 89)

Tabla 29 Macro Localización

MACRO LOCALIZACIÓN

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Calderón

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero



“los factores de la micro-ubicación son más específicos el procedimiento para determinar la macro-localización o la micro-localización es la misma”

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

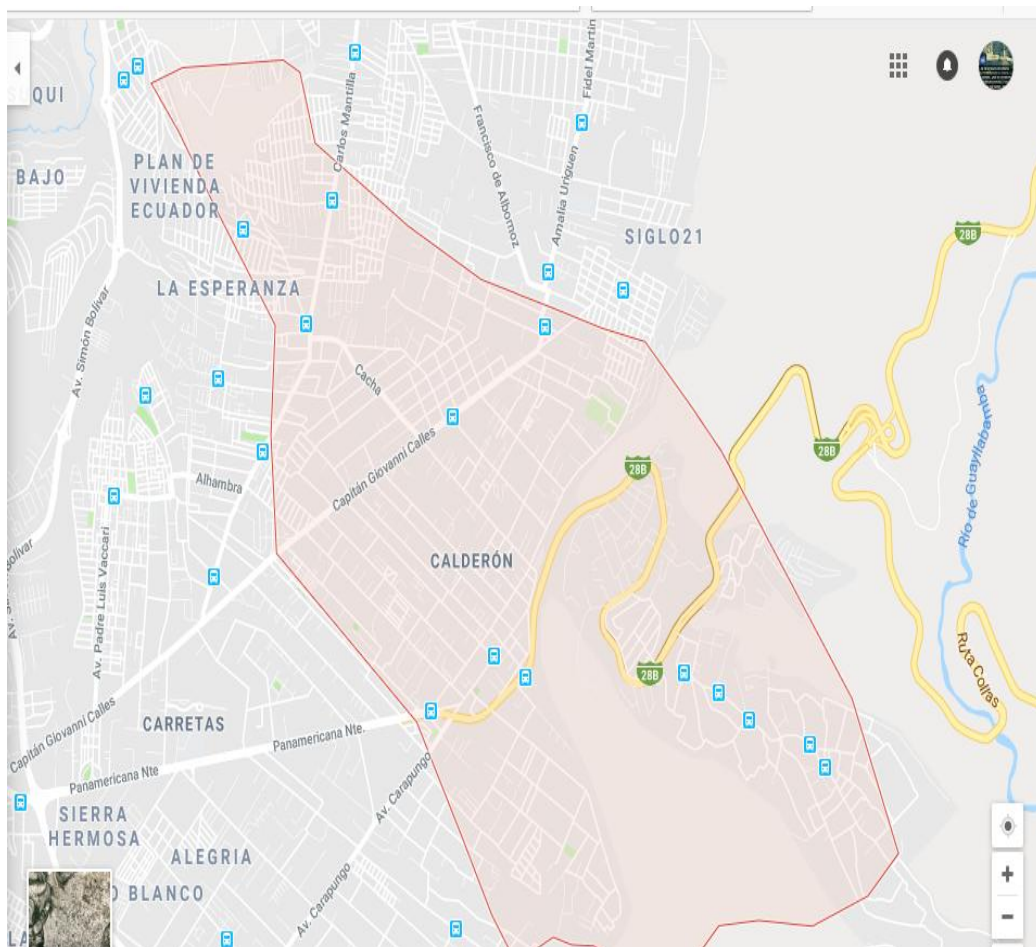


Figura 25 Micro- Localización
 Fuente: Google Maps
 Elaborado por: Google Maps

4.02.03 localización óptima

“La elección de la ubicación óptima para un proyecto es una tarea de gran complejidad debido a la gran cantidad de factores que la influyen, es prácticamente imposible encontrar un lugar que cumpla estrictamente con todas las cualidades requeridas” (Valbuena Álvarez, 2000, pág. 254)

Tabla 30 Localización Óptima

Factores	Ponderación	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA					
		Calderón		Carapungo		Llano chico	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
MP. Disponible	0,3	10	3	8	2,4	8	2,4
MO. Disponible	0,2	10	2	9	1,8	6	1,2
Vías de acceso	0,1	6	0,6	8	0,8	10	1
Servicio de transporte	0,1	6	0,6	10	1	8	0,8
Cercanías Casa de químico	0,05	5	0,25	6	0,3	4	0,2
Farmacias	0,05	8	0,4	5	0,25	5	0,25
Parqueaderos	0,15	7	1,05	6	0,9	9	1,35
Alquiler de local comercial	0,05	9	0,45	8	0,4	6	0,3
Total	1		8,35		7,85		7,5

Fuente: Julio Romero

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

“SEIFE AC” toma en cuenta varios factores que pueden afectar la estabilidad de la microempresa tales como: las vías de acceso, materia prima, acceso al proveedor de químicos, alquiler del local entre otros.

Mediante el análisis comparativo realizado, se llegó a la conclusión de que el mejor sector para la implementación de la microempresa en Calderón.

4.03 Ingeniería del Producto

“la ingeniería de producto, es la responsable de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado. Se suele encuadrar en las áreas de investigación y desarrollo.” (Suñé Torrents, 2004)

4.03.01 Definición del Bien

“Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado” (Grande Esteban, 2005, pág. 26)

4.03.02 Distribución de la Bodega y el almacén



Figura 26 Distribución de Bodega y Almacén

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

4.03.03 Proceso Comercial

“El proceso productivo elemental, cualquiera que sea la complejidad del mismo, consiste en transformar unos bienes adquiridos denominados materias primas, en otros bienes distintos denominados productos terminados” (Fullana Belda, 2008)

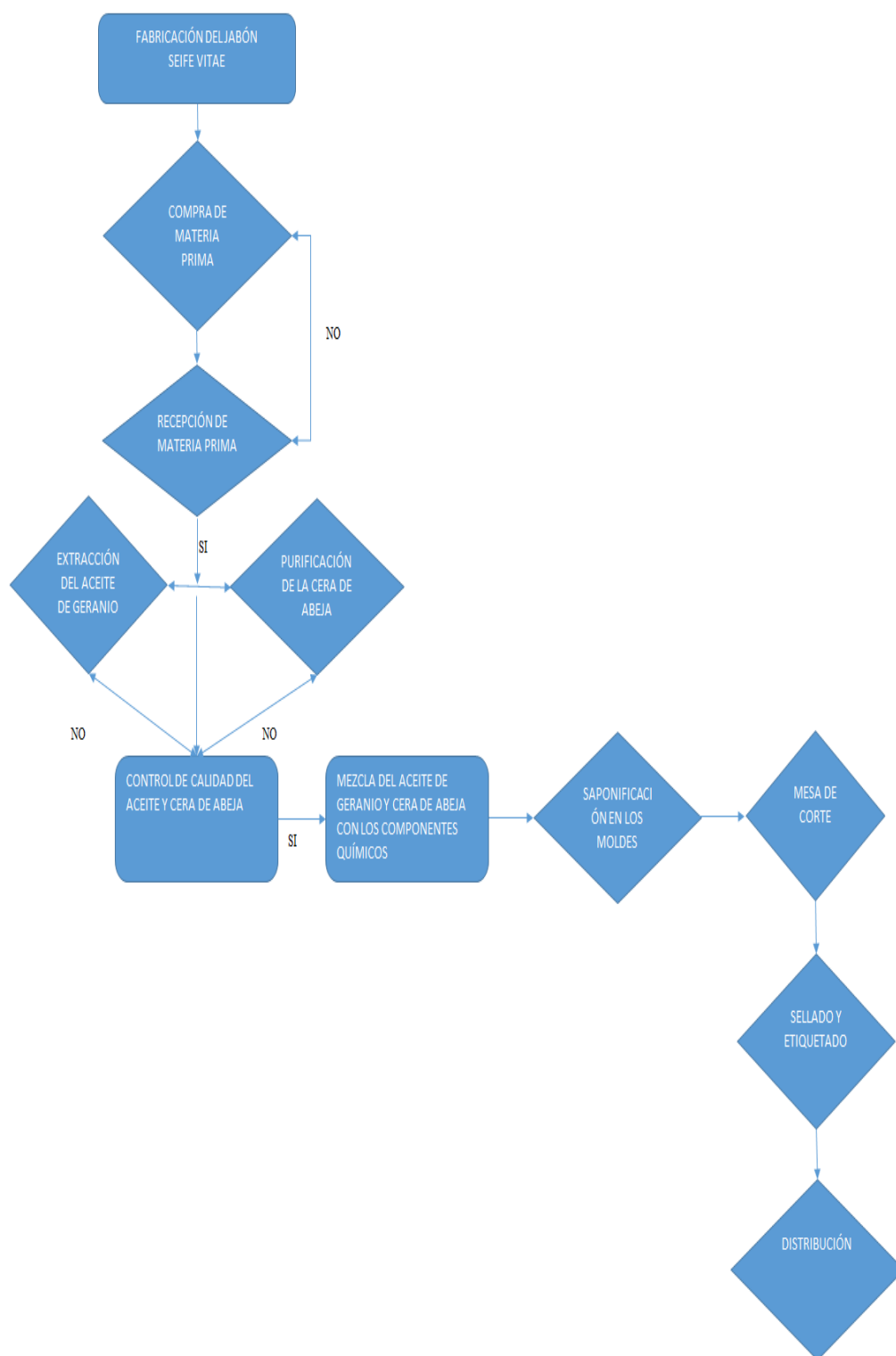


Figura 27 Flujograma de Procesos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

4.03.04 Maquinaria

“Son aquellos que pueden trasladarse de un lugar a otro sin menoscabo del inmueble al que estuvieran unidos” (Atehortúa , 2008, pág. 10)

Tabla 31 Maquinaria

MAQUINARIA			
Tanque de purificación de aceite	1	200	200
Tina metálica para mesclar químicos	1	100	100
Rodillo	1	400	400
Maquina Compresora	1	300	300
Cortadora	2	75	150
Selladora	2	685	1370
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			2520
MUEBLES Y ENSERES			
Estanterías 1,50m x 70m	2	165	330
Mesas de trabajo	2	95	190
Escritorio	2	175	350
Sillas	8	40	320
Silla giratoria	2	98,99	197,98
Anaqueles	1	320	320
TOTAL MUEBLES Y ENCERES			1707,98
TOTAL MAQUINARIA Y MUEBLES			4227,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Establecer la maquinaria que se va a necesitar es indispensable ya que de esta también influye en el costo del producto de manera que es un inversión para la micro-empresa “SEIFE AC” para agilizar los procesos en la transformación la materia prima.

4.03.05 Equipos

“Se consideran bienes muebles maquinaria, equipo operativo, equipos de cómputo, muebles y equipos de oficina, vehículos” (Atehortúa , 2008, pág. 10)

Tabla 32 Equipos de Computación y Oficina

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadora	2	600	1200	
Impresora	1	120	120	
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN				1320
EQUIPO DE OFICINA				
Teléfono inalámbrico	1	75	75	
Grapadora	2	2,5	5	
Perforadora	2	2	4	
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA				84
Total Equipo de computación y equipo de oficina				1404

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Establecer los equipos necesarios es favorable para el área Administrativa, Productiva y de ventas para controlar los procesos, que se llevan a cabo en cada uno de los departamentos antes mencionados.

CAPÍTULO V

5. Estudio financiero

En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto, comprende la inversión, la proyección de los ingresos y los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles, asimismo se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación. (ILPES, 2001, pág. 121)

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Ingresos Operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa.” (Guzmán Vásquez , 2005, pág. 112)

Tabla 33 Ingresos Operacionales

	Capacidad Diaria	Capacidad Mensual	Capacidad Anual	Precio	Total
Año 1	260	5200,00	62400,00	\$ 1,25	78000

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Proyección de ingresos

Tabla 34 Proyección de Ingresos

	Unidades Producidas	Precio	Total
Año 1	62400	\$ 1,25	\$ 78.000,00
Año 2	63960,00	\$ 1,25	\$ 80.101,91
Año 3	65559,00	\$ 1,25	\$ 82.260,45
Año 4	67197,98	\$ 1,26	\$ 84.477,16
Año 5	68877,92	\$ 1,26	\$ 86.753,61

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Los ingresos operacionales son los que permiten a la microempresa saldar deudas como proveedores y nómina de trabajadores, en conjunto a las actividades económicas de la fabricación de jabón en un periodo determinado, lo que ayudara a fomentar la rentabilidad de la microempresa.

5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Los ingresos no operacionales provienen de actividades secundarias diferentes a la ejecución de la actividad económica central de la microempresa Seife Vitae.

(Escalante Gómez, 2014, pág. 52)

5.02 Costos

“el costo es uno de los recursos adquiridos como materiales, mano de obra y equipo, y como se utilizan esos recursos adquiridos y utilizados permite a los gerentes darse

cuenta del comportamiento de los costos” (Horngren C. , Contabilidad de costos: un enfoque gerencial, 2007, pág. 30)

5.02.01 Costo Directo

“Costos directos aquello que atienden a las características de los procesos productivos para recoger los datos y realizar las valuaciones de los artículos.”

(Faga , 2006, pág. 61)

Tabla 35 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 989,79	\$ 11.877,50
Materiales Directos	\$ 109,44	\$ 1.313,22
Mano de obra	\$ 386,00	\$ 4.632,00
Directa		
Prestaciones	\$ 255,97	\$ 3.071,63
sociales		
Total		\$ 20.894,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Los costos directos son los que no se pueden reducir ya que para la microempresa Seife Vitae, estos son indispensables como por ejemplo el costo de materia prima, ya que por el cual se garantiza la calidad del producto. Considerando todos los costos se podrá elaborar y ofertar productos de eficiencia.

5.02.02 Costos Indirectos

Los costos indirectos de fabricación se consideran a todos aquellos costos que no se pueden relacionar directamente con el objeto de costo o bien que sería muy costoso o complicado de hacer. Se designa con el nombre costo indirecto a todas aquellas erogaciones que, siendo necesarias para lograr la producción de un artículo no es posible determinar en forma precisa la capacidad que corresponde a la unidad producida. (Jímenes Boulanger , 2006, pág. 125)

Tabla 36 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Útiles de aseo	\$ 10,00	\$ 120,00
Útiles de oficina	\$ 15,00	\$ 180,00
Depreciación de Maquinaria		\$ 252,00
Total		\$ 3.432,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Los costos indirectos de la microempresa “SEIFE AC” son aquellos que no intervienen directamente en la elaboración del producto pero no por ello son costos que se pueden dejar de tomar en cuenta ya que estos ayudan para la producción del jabón de geranio y cera de abeja.

5.02.03 Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos están relacionados con el total de la cotizaciones y con el pago de prestaciones en cada rama durante el periodo financiero”

(Financiación de Seguridad Social ;, 2001)

Tabla 37 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 886,00	\$ 10.632,00
Prestaciones Sociales	\$ 356,54	\$ 4.278,43
Servicios básicos	\$ 11,00	\$ 132,00
Útiles de Aseo	\$ 12,40	\$ 148,75
Útiles de Oficina	\$ 8,21	\$ 98,50
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 440,00
Depredación de Equipo de Oficina	-	\$ 34,00
Depreciación muebles y encerres	-	\$ 198,19
Depreciación vehículo	-	\$ 3.000,00
TOTAL		\$ 21.361,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Los gastos Administrativos que se han tomado en cuenta con mayor relevancia es el cambio de equipos de cómputo ya que estos se deprecian en un lapso de 3 años, acotando a que el pago de los servicios básicos, sueldos del personal se debe cumplir puntualmente.

5.02.03 Gastos de Ventas

“Los gastos de venta y administrativos no se consideran costos de producto, más bien se tratan como los costos de periodo” (Boulanger , 2007, pág. 216)

Tabla 38 Gastos de Venta

Gastos de Venta

Descripción	Valor mensual	Valor anual
servicios básicos	\$ 21,00	\$ 252,00
Transporte y Fletes	\$ 40,00	\$ 480,00
Publicidad	\$ 11,75	\$ 141,00
Sueldos	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Prestaciones sociales	\$ 164,09	\$ 1.969,04
TOTAL		7.642,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Son todos aquellos que no se incluyen en el costo de fabricación de jabón “Seife Vitae” son gastos que se relacionan con la promoción y distribución, que se le hace al producto y la manera por la cual llega al cliente.

5.02.04 Gastos Financieros

Gastos financieros son aquellos que se derivan de la utilización de recursos financieros ajenos a la empresa para el desarrollo de su actividad. Entre otros, se consideran gastos financieros, con intereses y comisiones devengadas como consecuencia de la utilización de fuentes ajenas de financiación. (Buireu Guarro, 2007, pág. 242)

Tabla 39 Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Valor
Intereses a corto plazo	\$ 2.824,99
Intereses a largo plazo	\$ 6.286,75
TOTAL	\$ 9.111,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Para la realización del proyecto de la microempresa SEIFE AC se requerirá de un financiamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito FOND VIDA con una tasa de interés de un 12% con un crédito financiado totalmente.

5.02.05 Costos Fijos

“el costo fijo total permanece constante, su costo calculado sobre una base por unidad será progresivamente más pequeña a medida que el número de unidades producidas aumenta.” (Cuevas Villegas, 2001, pág. 43)

5.02.06 Costos Variables

“Se consideran una forma ligeramente distinta para ilustrar esto, considere las características de costo de ferrocarril” (Ballou, 2004, pág. 183)

5.03 Inversiones

“Las inversiones que comprometen los recursos de la empresa a largo plazo son inversiones estratégicas.” (Ketelhöhn, 2004, pág. 4)

5.03.01 Inversión Fija

La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios estos bienes estarán fijos en la economía durante tiempo largo y se usaran para producir nuevos bienes (José E , 2007, pág. 18)

5.03.02 Activos Fijos

“Los activos fijos son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio” (Guzmán , 2005, pág. 68)

Tabla 40 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 2.520,00
Muebles y Enseres	\$ 1.981,92
Equipo de Computo	\$ 1.950,00
Equipo de oficina	\$ 340,00
Vehículo	\$ 15.000,00
TOTAL	\$ 21.791,92

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El total de activos fijos de la microempresa Seife Vitae está en un valor considerable ya que influirá en el funcionamiento de la misma, sin variación alguna por lo cual, se convertirá en capital para la micro empresa.

5.03.03 Activos Nominales (diferidos)

Todos los activos de la empresa adquiridos y no menos de 80% de los activos se deberán pagar con acciones con derecho al voto. Cuando se trata de una compra de

acciones, la empresa adquiriente tiene que poseer por lo menos el 80%.
(Van Horne J. , 2002, pág. 638)

Tabla 41 Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Capacitación de Personal	100
TOTAL	100

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Los activos nominales que se han tomado en cuenta en la microempresa, SEIFE AC son la capacitación al personal, ya que es una parte fundamental para un correcto manejo de materia prima y garantizar un producto de calidad.

5.03.04 Capital de Trabajo

“El capital neto operativo representa una rotación más frecuente, de modo que cada dólar rinda lo máximo. Una política moderada de capital de trabajo se ubica entre ambos extremos” (Ehrhardt, 2007, pág. 526)

Tabla 42 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 923,68	\$ 923,68	\$ 923,68
Servicios Básicos	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Mano de obra directa	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00
Caja Bancos	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
TOTAL	\$ 4.049,68	\$ 4.049,68	\$ 4.049,68

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El capital de trabajo que requiere la microempresa Seife Vitae, para el primer mes es un valor, que debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la

microempresa y a tiempo para los colaboradores permitiendo así la elaboración del jabón Seife AC.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

“El capital propio de la empresa o de préstamos y donaciones. Se examinará también el uso de estos *fondos* en cada fase del proyecto y el movimiento de caja resultante, Estructura y fuentes de financiamiento” (ILPES, 2001, pág. 134)

Fuentes de financiamiento				
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	\$ 20.781,98	\$ 2.470,00	\$ 18.311,98	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.470,00	\$ 2.470,00		
Muebles y Enseres	\$ 1.707,98		\$ 1.707,98	
Equipo de Computo	\$ 1.320,00		\$ 1.320,00	
Equipo de oficina	\$ 84,00		\$ 84,00	
Infraestructura	\$ 0,00	\$ 0,00		
Vehículo	\$ 15.200,00		\$ 15.200,00	
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 610,00	\$ 0,00	\$ 610,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 510,00		\$ 510,00	
Capacitación de Personal	\$ 100,00		\$ 100,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.604,56	\$ 0,00	\$ 1.604,56	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 968,56		\$ 968,56	
Servicios Básicos	\$ 250,00		\$ 250,00	
Mano de obra directa	\$ 386,00		\$ 386,00	
Caja Bancos	\$ 0,00	\$ 0,00		
TOTAL	\$ 22.996,54	\$ 2.470,00	\$ 20.526,54	\$ 0,00
	100%	11%	89%	

Figura 28 Fuentes de Financiamiento

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El uso de fondos que va a necesitar la microempresa corresponde en un financiamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito FONDVIDA, se cuenta además con un saldo adicional en caja bancos para cualquier eventualidad.

5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de depreciación)

Los esquemas de amortización de la deuda son diversos y se adecúan al comportamiento o preferencia de los inversionistas o de los que toman un financiamiento. Decidir por algunas de estas alternativas requiere, en primer lugar, determinar su equivalencia con relación al costo efectivo y su conveniencia con relación al tiempo o periodo de los flujos. (Gonzales Urbina, 2010, pág. 55)

Tabla 43 Amortización

Amortización

Deuda	\$ 23.341,60	
N cuotas	5	Anual
Tasa	12%	Anual

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Tabla 44 Tiempo de Amortización

N. cuotas	Amortización	Interés	Valor anual	Saldo insoluto
0				\$ 23.341,60
1	\$ 3.674,20	\$ 2.800,99	\$ 6.475,19	\$ 19.667,41
2	\$ 4.115,10	\$ 2.360,09	\$ 6.475,19	\$ 15.552,31
3	\$ 4.608,91	\$ 1.866,28	\$ 6.475,19	\$ 10.943,40
4	\$ 5.161,98	\$ 1.313,21	\$ 6.475,19	\$ 5.781,42
5	\$ 5.781,42	\$ 693,77	\$ 6.475,19	(\$ 0,00)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El financiamiento de la micro empresa “SEIFE AC” es de 5 años con una con una tasa de interés del 14% en la cooperativa de ahorro “FOND VIDA” de esta manera se podrá ofertar un producto de calidad que cumpla con las necesidades del consumidor.

5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de una empresa a un fondo especial llamado fondo para depreciación. (Palacios Gomero, 2006, pág. 127)

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	\$ 2.520,00	10	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00
Muebles y Enseres	\$ 1.981,92	10	\$ 198,19	\$ 198,19	\$ 198,19	\$ 198,19	\$ 198,19
Equipo de oficina	\$ 340,00	10	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00
Equipo de Computación	\$ 1.320,00	3	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 440,00	-	-
Vehículo	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL			\$ 3.924,19	\$ 3.924,19	\$ 3.924,19	\$ 3.484,19	\$ 3.484,19

Figura 29 Depreciación de Activos Fijos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

En la microempresa SEIFE AC se tomar en cuenta un correcto manejo de los tiempos de depreciación para realizar su debido reemplazo con el objetivo de no tener pérdidas por lo que debe realizar una venta de los activos depreciados.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“Un estado de la situación financiera o “posición de los fondos”. Se incluyen todas las inversiones de las empresas (activos) y reclamaciones (pasivos y capital de los accionistas) contra esas inversiones por parte de los acreedores y los dueños” (Van Horne J. , 2002, pág. 171)

EMPRESA "SAFE AC"					
Balance General					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			\$ 2.500,00	PASIVO CORRIENTE	
Bancos	\$ 2.500,00			Cuentas por pagar	-
				Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE			\$ 21.791,92	PASIVO LARGO / PLAZO	
Propiedad planta y equipo	\$ 21.791,92			Prestamo L/P	\$ 23.541,60
Equipo de Oficina	\$ 340,00			TOTAL DE PASIVO	<u>\$ 23.541,60</u>
Maquinaria o Equipos	\$ 2.520,00				
Infraestructura	\$ 0,00				
Vehículo	\$ 15.000,00				
Equipo de Computo	\$ 1.950,00				
Muebles y Enseres	\$ 1.981,92			PATRIMONIO	\$ 850,32
				Capital	\$ 850,32
OTROS ACTIVOS			\$ 100,00		
Gastos d Organización	\$ 0,00				
Gastos de Instalación	\$ 0,00				
Gastos de Publicidad	\$ 0,00				
Capacitación personal	\$ 100,00				
TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$ 24.391,92</u>		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 24.391,92</u>
<u>FIRMA GERENTE</u>			<u>FIRMA CONTADOR</u>		

Figura 30 Balance General
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

Análisis:

Referente al Estado de Situación Inicial de la microempresa se obtiene la relación entre los activos o bienes con los que cuenta la misma en relación a los pasivos o deudas a terceros siendo así de un valor 24391.92 lo cual será favorable para su correcto funcionamiento y el respectivo.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

“recibe el nombre de estado de resultados de un solo paso, por que agrupa todos los ingresos (ventas más intereses e ingresos por renta) y luego lista y deduce todos los gastos sin presentar subtotales intermedios” (Horngren C. , Introducción a la contabilidad financiera, 2000, pág. 143);

EMPRESA "SAFE AC"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE 2018					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 78.000,00	\$ 80.101,91	\$ 82.260,45	\$ 84.477,20	\$ 86.753,71
SERVICIOS TOTALES	\$ 78.000,00	\$ 80.101,91	\$ 82.260,45	\$ 84.477,20	\$ 86.753,71
INFLACIÓN: 0,19%					
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 24.326,35	\$ 24.372,57	\$ 24.418,88	\$ 24.465,28	\$ 24.511,76
COSTO DIRECTO	\$ 20.894,35	\$ 20.934,05	\$ 20.973,83	\$ 21.013,68	\$ 21.053,60
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FAE)	\$ 3.432,00	\$ 3.438,52	\$ 3.445,05	\$ 3.451,60	\$ 3.458,16
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.642,04	\$ 7.656,56	\$ 7.671,11	\$ 7.685,68	\$ 7.700,29
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 21.361,88	\$ 21.402,46	\$ 21.443,13	\$ 21.483,87	\$ 21.524,69
GASTOS FINANCIEROS	\$ 9.034,34	\$ 9.051,50	\$ 9.068,70	\$ 9.085,93	\$ 9.103,19
UTILIDAD BRUTA	\$ 15.635,39	\$ 17.618,81	\$ 19.658,63	\$ 21.756,44	\$ 23.913,78
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 2.345,31	\$ 2.642,82	\$ 2.948,80	\$ 3.263,47	\$ 3.587,07
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.290,09	\$ 14.975,99	\$ 16.709,84	\$ 18.492,97	\$ 20.326,71
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 8.787,01	\$ 13.995,20	\$ 13.623,97	\$ 13.107,74	\$ 7.040,01
UTILIDAD NETA	\$ 4.503,07	\$ 980,79	\$ 3.085,87	\$ 5.385,23	\$ 13.286,70

Figura 31 Estado de Resultados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El Estado de Resultados que presenta la microempresa al 31 de diciembre es un dato financiero que se obtiene para saber si se han obtenido pérdidas o ganancias en un determinado periodo.

5.03.10 Flujo Caja

“Flujos de caja de la deuda o (Debt Cash flow), que no es otra cosa que el servicio de la deuda incluyendo intereses y capital y la nueva deuda”

(Barajas Novoa, 2008, pág. 157)

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 78.000,00	\$ 80.101,91	\$ 82.260,45	\$ 84.477,20	\$ 86.753,71
SERVICIOS TOTALES	\$ 78.000,00	\$ 80.101,91	\$ 82.260,45	\$ 84.477,20	\$ 86.753,71
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 24.326,35	\$ 24.372,57	\$ 24.418,88	\$ 24.465,28	\$ 24.511,76
COSTO DIRECTO	\$ 20.894,35	\$ 20.934,05	\$ 20.973,83	\$ 21.013,68	\$ 21.053,60
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRIL)	\$ 3.432,00	\$ 3.438,52	\$ 3.445,05	\$ 3.451,60	\$ 3.458,16
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.642,04	\$ 7.656,56	\$ 7.671,11	\$ 7.685,68	\$ 7.700,29
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 21.361,88	\$ 21.402,46	\$ 21.443,13	\$ 21.483,87	\$ 21.524,69
GASTOS FINANCIEROS	\$ 9.034,34	\$ 9.051,50	\$ 9.068,70	\$ 9.085,93	\$ 9.103,19
UTILIDAD BRUTA	\$ 15.635,39	\$ 17.618,81	\$ 19.658,63	\$ 21.756,44	\$ 23.913,78
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 2.345,31	\$ 2.642,82	\$ 2.948,80	\$ 3.263,47	\$ 3.587,07
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.290,09	\$ 14.975,99	\$ 16.709,84	\$ 18.492,97	\$ 20.326,71
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 8.787,01	\$ 13.995,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 4.503,07	\$ 980,79	\$ 3.085,87	\$ 5.385,23	\$ 13.286,70
DEPRECIACIONES (+)	\$ 3.924,19	\$ 3.924,19	\$ 3.924,19	\$ 3.484,19	\$ 3.484,19
AMORTIZACIONES (+)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 8.427,26	\$ 4.904,98	\$ 7.010,06	\$ 8.869,42	\$ 16.770,89

Figura 32 Flujo de Caja

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El flujo de efectivo que presenta la microempresa Seife Vitae, ha sido proyectado para 5 años en el cual se muestra, la entrada y salida de efectivo de la organización los cuales, demuestran la liquides con la cual permite ver el financiamiento y rentabilidad aproximada de los años a futuro.

5.04 Evaluación financiera

5.04.01 Tasa de descuento

“La tasa de descuento se determina considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que paga por recibir el dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene” (Vélez Pareja, 2003, pág. 57)

Análisis:

La TMAR que se ha tomado en cuenta se debe al sector al que pertenece, la cual indica la tasa mínima de inversión a ser usada en el proyecto esta tasa será considerada con el costo de oportunidad o de descuento.

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

“El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el coste inicial necesario para la realización del mismo.” (Aguiar Díaz, 2006, pág. 5)

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 26.041,60	+	\$ 8.391,34	+	\$ 4.872,24	+	\$ 5.027,22	+	\$ 8.839,79	+	\$ 16.744,48
			1,15		1,33		1,53		1,76		2,03
VAN =	-\$ 26.041,60	+	\$ 7.280,99	+	\$ 3.668,15	+	\$ 3.284,02	+	\$ 5.010,47	+	\$ 8.235,06
VAN =	-\$ 26.041,60	+	\$ 27.478,68								
VAN =	\$ 1.437,08										

Figura 33 Valor Actual Neto
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El valor actual neto de la microempresa Seife Vitae, se ha obtenido, con una tasa de descuento 15,25 % ya que el valor es positivo esto representa la viabilidad del proyecto.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Rendimiento se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto. (Aguir Díaz, 2006, pág. 6)

TIR =	17,27%
TMAR =	15,25%

Figura 34 Tasa Interna de Retorno

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La tasa interna de retorno será de 17,27% para la microempresa Seife Vitae, Lo que representa que el proyecto es rentable.

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“Consiste simplemente en establecer la cantidad de periodos requeridos para recuperar los fondos invertidos (los flujos de fondo negativos) en un proyecto.

(Mondino, 2005, pág. 255)

Tabla 45 Periodo de Recuperación
PERIODO DE RECUPERACIÓN

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-\$ 24.341,60	-\$ 24.341,60	1,00	-\$ 24.341,60	-\$ 24.341,60
1	\$ 8.427,26	-\$ 15.914,34	0,87	\$ 7.312,16	-\$ 17.029,44
2	\$ 4.904,98	-\$ 11.009,36	0,75	\$ 3.692,80	-\$ 13.336,65
3	\$ 5.060,06	-\$ 5.949,30	0,65	\$ 3.305,47	-\$ 10.031,18
4	\$ 5.060,06	\$ 2.920,13	0,57	\$ 5.027,26	\$ 5.003,30
5	\$ 16.770,89	\$ 19.691,02	0,49	\$ 10.200,00	\$ 3.240,13
VAN					

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Tabla 46 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CORRIENTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 8.839,79	-\$ 7.750,80
1 mes	\$ 736,65	-\$ 7.014,15
2 mes	\$ 736,65	-\$ 6.277,50
3 mes	\$ 736,65	-\$ 5.540,85
4 mes	\$ 736,65	-\$ 4.804,20
5 mes	\$ 736,65	-\$ 4.067,55
6 mes	\$ 736,65	-\$ 3.330,91
7 mes	\$ 736,65	-\$ 2.594,26
8 mes	\$ 736,65	-\$ 1.857,61
9 mes	\$ 736,65	-\$ 1.120,96
10 mes	\$ 736,65	-\$ 384,31
11 mes	\$ 736,65	\$ 352,34
12 mes	\$ 736,65	\$ 1.088,99

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Tabla 47 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 8.235,06	-\$ 6.797,98
1 mes	\$ 686,26	-\$ 6.111,73
2 mes	\$ 686,26	-\$ 5.425,47
3 mes	\$ 686,26	-\$ 4.739,22

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

4 mes	\$ 686,26	-\$ 4.052,96
5 mes	\$ 686,26	-\$ 3.366,71
6 mes	\$ 686,26	-\$ 2.680,45
7 mes	\$ 686,26	-\$ 1.994,20
8 mes	\$ 686,26	-\$ 1.307,94
9 mes	\$ 686,26	-\$ 621,69
10 mes	\$ 686,26	\$ 64,57
11 mes	\$ 686,26	\$ 750,83
12 mes	\$ 686,26	\$ 1.437,08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión en valor corriente será, en 1 año 9 meses mientras tanto la recuperación en valores actualizados, será de 1 año 8 meses de manera que se muestra que el proyecto es recuperable.

5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

“Cuando los resultados y los costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias su evaluación se realiza utilizando la técnica del análisis Costo-Beneficio” (Cohen, 2001, pág. 171)

Tabla 48 Relación Costo Beneficio

RELACION BENEFICIO COSTO

RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00	\$ 24.326,35	\$ 24.326,35
2	\$ 80.101,91	\$ 80.101,91	\$ 24.372,57	\$ 24.372,57
3	\$ 82.260,45	\$ 82.260,45	\$ 20.973,83	\$ 20.973,83
4	\$ 84.477,20	\$ 84.477,20	\$ 24.465,28	\$ 24.465,28
5	\$ 86.753,71	\$ 86.753,71	\$ 24.511,76	\$ 24.511,76
		\$ 411.593,26		\$ 118.649,79
RBC = 3,47				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

La relación costo beneficio que obtiene la microempresa Seife Vitae, es el excedente, es decir que por cada dólar invertido, hay una ganancia lucrativa de recuperación y por consiguiente se demuestra mediante datos a futuro si es viable el proyecto ya que se obtiene, un excelente porcentaje de recuperación, siendo así un estimado proyectado a 5 años.

5.04.06 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero.”

(Horngren C. T., 2007, pág. 65)

Tabla 49 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. = $\frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	\$ 21.361,88
Gastos de Ventas	\$ 7.642,04
Gastos Financieros	\$ 9.111,75
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 38.115,66
Costo Variable unitario	\$ 0,18
Precio	\$ 1,25
PE = $\frac{CF}{P - Cvu}$	
PE =	$\frac{\$ 38.115,66}{\$ 1,25 - \$ 0,18}$
PE =	$\frac{\$ 38.115,66}{\$ 1,07} = 35.507,32 \text{ u}$
DEMOSTRACION	
VENTAS	\$ 44.384,15
(-) Costo Variable	\$ 6.268,49
(=) Margen Contribución	\$ 38.115,66
(-) Costo Fijos	\$ 38.115,66
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

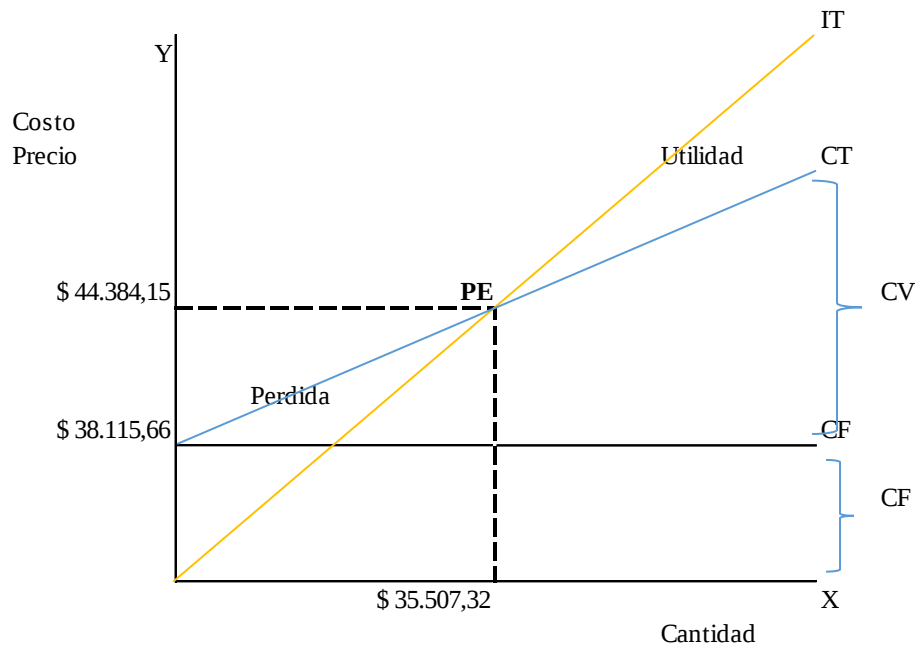


Figura 35 Punto de Equilibrio
 Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Mediante el Punto de Equilibrio obtenido se puede interpretar que es necesario vender 35507 jabones a un precio de \$ 1,25 para obtener una ganancia anual de \$ 44,384 dólares con esta relación se puede decir que se alcanza el punto deseado en la producción de jabón, lo que indica que no existe ni pérdida ni ganancia.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

Por medio de los índices o razones financieras que se calculan con la información del Balance General y de P y G. Este método suministra información sobre cuatro temas principales: la liquidez, el endeudamiento, la eficiencia y la rentabilidad de la empresa. (Barajas Novoa, 2008, pág. 86)

5.04.07.01 ROE (Retorno Sobre Patrimonio)

“Retorno Sobre Patrimonio (ROE) en el caso de empresas que cotizan en bolsa =
utilidad neta sobre patrimonio neto (patrimonio + utilidades retenidas) x 100”

(Bernardez, 2007, pág. 193)

Tabla 50 ROE (Retorno Sobre Patrimonio)

ROE

R.O.E	=	Utilidad Neta
		Patrimonio
R.O.E	=	4.503,07
		1.000,00
R.O.E	=	4,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Mediante el ROE de la microempresa Seife Vitae determina la capacidad, de rentabilidad que obtienen los inversionista en un determinado periodo. Mide la rentabilidad obtenida por la microempresa sobre sus fondos propios

5.04.07.02 ROA (Retorno Sobre Capital o Activos)

Según (Bernardez, 2007, pág. 193); “Retorno Sobre Capital o activos (ROA) =
utilidad operacional / Activos totales x 100”

Tabla 51 ROA (Retorno Sobre Capital o activos)

ROA

R.O.A	=	Utilidad Neta
		Activo Total
R.O.A	=	4.503,07
		21.791,92
R.O.A	=	0,21

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Mediante el ROA la empresa Seife Vitae determina, los activos totales de la microempresa y la rentabilidad que obtiene de los mismos.

5.04.07.03 ROI (Retorno Sobre Inversión)

Índica (Bernardez, 2007, pág. 193); “Retorno Sobre Inversión (ROI) = ganancias como % del capital invertido”

Tabla 52 ROI (Retorno Sobre Inversión)

ROI	
ROI=	Utilidad Neta Inversión
ROI=	4.503,07 24.341,60
ROI=	0,18

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Julio Romero

Análisis:

Con el resultado que se obtiene del ROI se determina la rentabilidad en relación a la inversión realizada, de un periodo determinado en base a la utilidad que alcanzo en la producción y comercialización del jabón.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

En relación al Impacto Ambiental que genera el jabón Seife Vitae es mínimo, al ser la cera de abeja y el geranio elementos orgánicos que en un ambiente expuesto su tiempo de desintegración es de 4 meses y aparte tiene, varias proteínas y minerales para el terreno por lo cual se debe determinar, con los agricultores de la zona y los mismos proveedores de la materia prima para que este desperdicio sea de fácil acceso para sus terrenos siendo, así un desperdicio amigable para el medio ambiente y con los materiales químicos estos ya tienen sus entidades de control de sustancias químicas, Secretaria Técnica de Drogas ellos inspeccionan que se consuman en su totalidad y por consiguiente se manipulen de manera adecuada.

El jabón se debe realizar con una temperatura química de 36° de Sosa Caustica, esto en relación de que el producto que no sea toxico y genere los resultados esperados, para aportar al cuidado del medio ambiente se ha decidido disminuir la intensidad del material químico sin disminuir la calidad del jabón.

6.02 Impacto Económico

Referente al Impacto Económico del presente proyecto se debe determinar en las transacciones y costes que la microempresa determine con las diferentes entidades

Financieras con las que se tendrá una relación siendo así como principal el crédito o el financiamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito FONDVIDA, tomando en cuenta transacciones financieras y depósitos.

Contando también con las tarjetas que maneje la microempresa ya sean de crédito o débito, y cuentas de ahorro y nóminas de pago de los trabajadores ya que esta se realizara mediante depósitos a alguna institución financiera.

6.03 Impacto Productivo

Referente al Impacto Productivo se obtendrá una producción eficiente de 460 jabones al día con una persona en producción obteniendo la necesidad de 5 kilogramos de geranio y cera de abeja beneficiando así al sector agrícola y apícola generando mayor trabajo y buscando motivar a estos sectores, y generar motivación en ellos para no disminuir su producción

6.04 Impacto Social

La microempresa Seife Vitae va a aportar al sector Social generando empleo en el sector en el que va a desempeñar sus funciones productivas generando empleo a sus alrededores y en especial a los habitantes del sector brindando trabajo e incluso a terceros llegando a acuerdos de comercialización o comisiones por ventas así ellos y la microempresa obtendrían ganancias y a los transportistas del sector para la transportación del producto terminada y la compra de materia prima.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Mediante la presente investigación de todos los elementos que influyen en el desarrollo del proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones;

Los principios activos que posee el producto son benéficos para el consumidor ya que proporciona belleza y lozanía a la piel.

Realizada la investigación del mercado se determina, que en la Ciudad de Quito en el Cantón de Pichincha hay un alto consumo de jabón la población, adquiere el producto más por el aspecto medicinal y se utiliza como cicatrizante y para fortalecer el cuidado de la piel, proporcionándole un aspecto saludable y bello.

El estudio técnico ha demostrado que es necesario la implementación y el cuidado higiénico, para ofrecer a los clientes un producto de calidad con un óptimo cuidado al empaquetar el producto percatándose, de que el sello de la microempresa se deteriore, con ninguna partícula de polvo ni ninguna otra clase de contaminación.

7.02 Recomendaciones

Se determina las estrategias necesarias para comercializar el jabón evaluando el cambio de los factores externos que tiene el país para aprovechar las circunstancias.

Se realizar periódicamente los análisis financieros para saber si la microempresa ha obtenido la rentabilidad necesaria.

Se fija un plan de control de procesos para una mejora continua lo que da una óptima seguridad del micro empresa siempre este al par con las demás empresas sin permitir quedar en un solo punto si no estar siempre en un crecimiento continuo

Se debe fijar capacitaciones de concientización de los beneficios que brindan las abejas y del espectacular control que llevan las abejas de la fauna y por ende repercute a todos en todos los aspectos.

Capacitar periódicamente a los colaboradores para una correcta manipulación de residuos químicos y orgánicos para no desestabilizar el medio ambiente.

Mantener un buen ambiente laboral para que los trabajadores se sientan bien y realicen sus actividades correctamente.

Anexos


MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)


No. 0020231

EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFIEREN LA PRESENTE LICENCIA

Número Licencia	5213	Número Patente	154084
Razón Social	Hostal Canino	Número RUC	1724470115001
Nombre Comercial	Hostal Canino	Procedimiento	Ordinario - CATEGORIA 2
Número Trámite		Predio Local	348681
Dirección	Av. Capitán Geovanny Calles y pasaje Isaac Newton	Número ICUS	0
Actividad Económica	CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO		
Actividad Económica Específica			

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE **VIGENCIA HASTA:** 2020-12-31

PATENTE MUNICIPAL
 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS 19662
 PERMISO TURISTICO Registro Turístico: 1701503329 Actividad: CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables.
 El establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.
 Este documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, _____ del 20____
 08 de Agosto 17


MDMQ
 Arq. FERNANDO MAURICIO LARA J. (NORTE)




Anexo 1 Licencia ejercicio de actividades
 Fuente: Google

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA
 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y
 CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO
 DE QUITO AÑO 2018



CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1768097950001

SOLICITUD DE SERVICIO

Quito, a _____ de _____ de 20__

Señores
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.

De mi consideración

Yo, _____ con RUC # _____

RAZÓN SOCIAL: _____

ACTIVIDAD: _____ TELÉFONOS: _____

DIRECCIÓN

BARRIO-URBANIZACIÓN: _____ PARROQUIA: _____

CALLE: _____ Nº _____ INTERSECCIÓN: _____

EDIFICIO/PROYECTO: _____ PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____

CONTACTARSE CON: _____ TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN: ☐ INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO: ☐ INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDACIONES: ☐ FACTIBILIDAD DE GAS: ☐ DEFINITIVO DE GAS: ☐ OTROS: _____	VISTO BUENO DE PLANOS: ☐ RESELLOS DE PLANOS: ☐ OCUPACIÓN: ☐
---	--

Atentamente,

Propietario: ☐

Administrador: ☐

Delegado del representante legal: ☐

Firma: _____

Nombre: _____

Nº de Cédula: _____

CROQUIS

N
S
O
E

NOTA

El CS-DMQ se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gob.ec

Anexo 2 Solicitud de Servicios

Fuente: Google

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA
 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y
 CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO
 DE QUITO AÑO 2018



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1801697937001

APELLIDOS Y NOMBRES: MUÑOZ ZAPATA NORMA IRALDA

NOMBRE COMERCIAL: KARPET'S

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 13/03/1960 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 03/08/2012

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 13/03/2003 **FEC. SUSPENSIÓN DEFERIDA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 13/03/2003 **FEC. FIN DE ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE CONFECCIÓN DE ROPA Y CALZADO INDUSTRIAL

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CALDERON (CARAPUNGU) Calle: 23 DE ABRIL Número: 560 Referencia: JUNTO A IMPORTADORA HILAND Telefono: 022525088

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligados a llevar contabilidad, conciliándose en agentes de retención, y no podrán asignarse al Régimen Simplificado (RIS).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 003 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCION: REGIONAL NORTE PICHINCHA **CERRADOS:** 2

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: **SERVICIO DE CUENTAS INTERNAS**

Declaro: DCEVMS408 Lugar de emisión: QUITO PICHINCHA 22-57 7 Fecha y hora: 03/08/2012 11:20:11

Página 1 de 2



Anexo 3 Registro Único de Contribuyentes
Fuente Google

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

Bibliografía

- Alejandro Mollá Descals. (2006). Comportamiento del consumidor. Barcelona: UOC.
- Alles, M. A. (2007). Gestión por competencias: el diccionario. Buenos Aires : Ediciones Granica S.A.
- Angrosino, M. (2007). Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa. España: MORATA .
- Atehortúa , F. (2008). Sistema de gestión integral. Una sola gestión, un solo equipo. Colombia : Universidad de Antioquia .
- Buireu Guarro, J. (2007). Prontuario contable . Valencia : CISS.
- Cavitch, S. (2003). GUÍA PRÁCTICA PARA HACER JABÓN. Barcelona: PAIDOTRIBO.
- Ehrhardt, M. (2007). Finanzas Corporativas. México: Learning Editores .
- Escalante Gómez, J. (2014). Costos logísticos. Colombia : ECOE .
- Ferré Trenzano, J. (1997). Los Estudios de Mercado. Madrid: Diaz de Santos.
- Heskett, J. (2000). Cambios creativos en servicios. México: Diaz de Santos .
- International Monetary Fund. (2008). El sistema de estadísticas de las cuentas macroeconómicas: Panorama general. EE.UU: International Monetary Fund.
- Lavabre, M. (2000). Aromaterapia libro práctico. México: Lasser Press.
- Miranda, J. (2010). Gestión de Proyectos . Bogotá: MM.
- Pedroza Escandón, J. (2005). La Promoción Internacional para Productos y Servicios. México: ISEF.
- Prieto Herrera, J. (2005). Proyectos: enfoque gerencial. Bogotá: Andrea del Pilar Sierra .

Sánchez Rodríguez , C. (2007). Diagnostico E Intervencin Didctica del Lenguaje Escolar. España : NETBIBLO .

Sulser Valdéz, R. (2004). Exportación Efectiva. México: ISEF.

Van Horne, J. (2002). Fundamentos de administración financiera. México: Pearson Educación .

Vélez Pareja, I. (2003). Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre. Bogotá: Grupo Norma .

Abellán, M. (2002). La evaluación del impacto ambiental de proyectos. España: Universidad de Castilla la Mancha .

Aching Guzmán, C. (2006). Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales. México: Pearson .

Aguiar Díaz, I. (2006). Finanzas corporativas en la práctica. Madrid : Delta Publicaciones.

Ávila Macedo, J. (2006). Economía. Jalisco: Ediciones Umbral.

Ávila, J. (2004). Introducción a la economía. Mexico: Plaza y Valdez.

Ballou, R. (2004). Logística: administración de la cadena de suministro. México: PEARSON EDUCACION .

Barajas Novoa, A. (2008). Finanzas para no financistas. BOGOTA: Universidad Javeriana .

Barquero, A. V. (2005). Las nuevas fuerzas del desarrollo. Madrid: Antoni Bosh editor.

Belío Galindo, J. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca. Valencia: Walters Kluwer.

Bernardez, M. (2007). Desempeno Organizacional: Mejora, Creacion E Incubacion De Nuevas Organizaciones. EEUU: AUTHOR HOUSE .

Boulanger , F. (2007). Financiación de la seguridad social. Costa Rica: Tecnologica de CR.

- Carrillo, J. M. (2005). Manual de autodiagnóstico estratégico. Madrid: ESIC.
- Cohen, E. (2001). Evaluación de proyectos sociales. Méexico: Siglo XXI Editores .
- Couto, J. P. (2003). Administración, Gestión Y Comercialización en la Pequeña Empresa. España : Vision Net.
- Cuevas Villegas, C. (2001). Contabilidad de Costos . México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Domínguez Orozco, J. (2004). Reexpresión de Estado Financiero. México : ISEF.
- Durán Herrera, J. J. (2011). Diccionario de Finanzas, Volumen 4. España: ECOBOOK.
- Echevarría, S. G. (1994). Introducción a la economía de la empresa. Madrid: DIAZ DE SANTOS, S.A.
- Editorial Vértice. (2008). La Promoción Internacional para Productos y Servicios. Málaga: VÉRTICE .
- Faga , H. (2006). Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Financiación de Seguridad Social ;. (2001). Financiación de la seguridad social. Ginebra : C. Solorio .
- Food & Agriculture Org. (2007). Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. EE.UU: Food & Agriculture Org.
- Fullana Belda, C. (2008). Manual de contabilidad de costes. Madrid: Delta Publicaciones .
- García Echevarría, S. (2000). Teoría económica de la empresa: fundamentos teóricos : teoría institucional. España : Diaz de Santos .
- Gimbert, X. (2003). El Enfoque estratégico de la empresa: principios y esquemas básicos. España : DEUSTO .
- Gonzales Urbina, P. (2010). Gestión de la inversión y el financiamiento. México : Instituto Mexicano .

Grande Esteban, I. (2005). Marketing de los servicios. Madrid : ESIC .

Gustavo, H. (2006). Diccionario de Economía. Colombia: UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA .

Guzmán , A. (2005). Contabilidad financiera. Bogotá: Universidad del Rosario.

Guzmán Vásquez , A. (2005). Contabilidad Financiera . Bogotá : Universidad del Rosario .

Hall, R., & Taylor, J. (1992). Macroeconomía. Barcelona: Antoni Bosh.

Hamilton Wilson, M. (2005). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Bogotá: Convenio Andres Bello.

Hitt, M. (2006). Administración. México: Pearson Educación.

Horngren, C. (2000). Introducción a la contabilidad financiera. México: Prentice hall.

Horngren, C. (2007). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial. México: PEARSON EDUCACIÓN .

Horngren, C. T. (2007). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial. MEXICO: Pearson.

Hunger, D. (2007). Administracion Estrategica Y Politica de Negocios. México: PEARSON.

ILPES. (2001). Guía para la presentación de proyectos. México : Siglo XXI .

Jímenes Boulanger , F. (2006). Costos industriales. Costa Rica: Tecnologica.

José E , G. (2007). Macroeconomia . Chile : Pearson Educación .

Juez Martel, P. (1996). Probabilidad y estadística matemática. España: Diaz de santos.

Keat Philip, P. (2004). Economía de empresa. México: Pearson Educación .

Ketelhöhn, W. (2004). Inversiones . Colombia : Norma .

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). DIRECCION DE MARKETING. Mexico: PEARSON Prentice Hall .
- López-Fé, C. (2002). Persona y profesión: procedimientos y técnicas de selección y orientación. España : TEA EDICIONES .
- McDaniel, R. (2002). JABONES ESENCIALES. Barcelona: PAIDOTRIBO.
- Miranda Miranda, J. (2010). Gestión de Proyectos. Bogotá: MMEditores.
- Miranda, J. J. (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera. Bogota : MM.
- Mollá, A. (2006). Comportamiento del Consumidor. Barcelona: UOC. Obtenido de [http://undpcc.org/docs/National%20issues%20papers/Agriculture%20\(adaptation\)/04_Ecuador%20NIP_food%20security%20adaptation.pdf](http://undpcc.org/docs/National%20issues%20papers/Agriculture%20(adaptation)/04_Ecuador%20NIP_food%20security%20adaptation.pdf)
- Mondino, D. (2005). Finanzas para empresas competitivas. Buenos Aires : Granica S.A.
- Ortegón, E. (2005). Metodologia General De Identificacion, Preparacion Y Evaluacion De Proyectos. Chile : CEPAL.
- Pacheco, A. (2012). La Medicina Natural en la Salud. EE.UU: PALIBRIO.
- Palacios Gomero, H. (2006). Fundamentos técnicos de la matemática financiera. Perú: Fondo Editorial.
- Parra Guerrero, F. (2005). Gestión de stocks. Madrid: ESIC.
- Pearce, D. (1999). Diccionario Akal de Economía Moderna. España: Ediciones AKAL.
- Perez, J. (1994). Gestion de la Calidad Empresarial. Madrid: ESIC.
- Prieto Herrera , J. (2014). Proyectos: enfoque gerencial.
- Rivera Camino, J. (2007). Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones. Madrid: ESIC .
- Robins, S. (2005). Administración. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Rodríguez , Roberto; . (2001). Proyecto MAG-PAES. Un aporte al desarrollo social, ambiental, productivo. El Salvador: UEC- MAG- PAES.

Rojas, F. A. (2005). Marketing social y ética empresarial. Madrid : ESIC.

Sánchez Rosado, M. (2005). Población y ambiente. México: UNAM.

Sánchez Rosado, M. (2005). Población y Ambiente. México: UNAM.

Shaughnessy, J. (1991). Marketing competitivo: un enfoque estratégico. España :
Díaz de Santos S.A.

Stephen P, R., & Coulter , M. (2012). Administración. Mexico: Pearson. Recuperado
el 24 de Noviembre de 2016

Suñé Torrents, A. (2004). Manual práctico de diseño de sistemas productivos.
Madrid : Díaz de Santos .

Valbuena Álvarez, R. (2000). La Evaluacion Del Proyecto en la Decision Del
Empresario. México: UNAM.

Van Horne, J. (2002). Fundamentos de administración financiera. México: Pearson
Educación.

Vargas Sánchez, G. (2006). INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA UN
ENFOQUE LATINOAMERICANO. México : Pearson Educación .

Vidal Díaz de Rada. (2001). Diseño y elaboración de cuestionarios para la
investigación comercial. Madrid : ESIC .

Zambrano, W. (2007). Contabilidad Ciclo Diversificado. Guayaquil: Copyright.
Recuperado el 28 de Noviembre de 2016



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) **QUIÑA GUERRERO OSCAR VAN**, portador de la cédula de identidad N° 1726837212, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 03 de Mayo del 2018


MAY 2018
Sra. Mariela Balseca
CAJA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. Angélica Aldaz
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

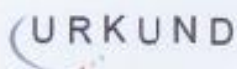

Ing. William Parra
BIBLIOTECA


03 MAY 2018
9.28 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villa ba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
03 MAY 2018
Dr. Patricio Guanopetín
DIRECTOR DE CARRERA

Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, IMPLEMENTAR UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN EN BARRA, A BASE DE GERANIO Y CERA DE ABEJA, UBICADA EN CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Oscar Ivan Quiña Guerrero.docx (D37057834)
Submitted: 3/29/2018 1:19:00 AM
Submitted By: oskr_ivan1992@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Cristian Javier Rodriguez Chicaiza.docx (D36920698)
Urkund_Calvopiña_Gabriele_Bancaria_2017.doc (D26709463)
THALJA ELIZABETH PINCAY ZAMBRANO.pdf (D30339046)
PROYECTO DE TESIS EMPRESA DE PUBLICIDAD DIGITAL.pdf (D26651532)
LEYSTON LENNIN BASURTO VERGARA.pdf (D30285987)
<https://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-las-organizaciones/>
<http://docplayer.es/62792050-Carrera-de-administracion-industrial-y-de-la-produccion-la-motivacion-y-la-productividad-empresarial.html>
<http://docplayer.es/58749126-Carrera-de-administracion-bancaria-y-financiera.html>

Instances where selected sources appear:

19



Ing Angela Maria Pimbo Bastidas
CI:1710583266
Tutor del Proyecto