



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

**OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA
HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA
ELABORACIÓN DE JABÓN BICOLORES AROMÁTICOS UBICADA EN
EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA
COTOCOLLAO AÑO 2018.**

**Trabajo de Titulación previo la Obtención del Título De Tecnólogo en
Administración Bancaria Y Financiera.**

AUTOR: TIERRA CHICAIZA GABRIELA ELIZABETH

DIRECTOR: Analuisa Armando

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 21 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta): TIERRA CHICAIZA GABRIELA ELIZABETH de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN BICOLORES AROMÁTICOS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO 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. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto



ING. TANIA ALOMOTO

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)

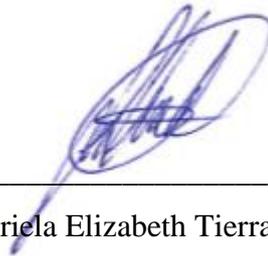


MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

DECLARATORIA DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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



Gabriela Elizabeth Tierra Chicaiza

C.I. 1751235175

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Gabriela Elizabeth Tierra Chicaiza portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1751235175 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORES UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018”**.con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Gabriela Elizabeth Tierra Chicaiza

CÉDULA 1751235175

Quito, a los 21 días del mes de mayo del 2018.

AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Armando Analuisa, por el valioso aporte profesional, técnico y humano que me puedo brindar al transcurso de este semestre, con el fin de culminar la carrera que me he propuesto en mente, gracias a su apoyo incondicional ahora puedo decir meta cumplida.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que nos aportaron sus conocimientos en el ámbito profesional y humano demostrando siempre su calidad de enseñanza.

DEDICATORIA

En primer lugar, agradezco a Dios, que me dio las fuerzas necesarias para seguir luchando a pesar de las dificultades que se me presentaron en el camino.

A mis padres por todo su apoyo incondicional, en especial a mi madre que me da cada día sus palabras de aliento, ya que este título obtenido es por el apoyo de mi bella madre. A mi hermana que ella formo parte de esto, sin tu ayuda no lo hubiera logrado.

A mis hijos, César, Samantha ellos son el motor de mi vida, a mi esposo que me poyo desde un principio.

Ahora puedo decir no fue fácil, pero lo logre, meta cumplida.

ÍNDICE CONTENIDO

Declaratoria de autoría del estudiante	i
Licencia de uso no comercial	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Índice contenido	v
Lista de tabla	xi
Lista de figuras	xiv
Lista de anexos	xvi
Resumen ejecutivo	xvii
Abstrac	xviii
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación.....	1
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 Inflación por Ciudades	6
2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB).....	7
2.01.01.03 Producto Interno Bruto Sectorial	8
2.01.01.04 Riesgos País	9
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	10
2.01.01.05.01 Tasa Activa.....	10
2.01.01.05.02 Tasa Pasiva.....	11
2.01.02 Factor Social.....	12

2.01.02.01 Empleo	13
2.01.02.02 Desempleo.....	14
2.01.02.03 Subempleo.....	15
2.01.03 Factor Legal	17
2.01.03.01 El Registro Único de Contribuyentes RUC	17
2.01.03.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	18
2.01.03.03 Patente Municipal.....	18
2.01.03.04 Cuerpo de Bomberos.....	19
2.01.03.05 Certificado de Salud.....	19
2.01.03.06 Habilitación de Establecimientos Nuevos.....	19
2.01.03.07 Registro sanitario	20
2.01.04 Factor Tecnológico.....	20
2.02 Entorno local	21
2.02.01 Clientes.....	21
2.02.02 Proveedores	22
2.02.03 Competidores	22
2.03 Análisis interno	23
2.03.01 Filosofía	24
2.03.01.01 Misión	24
2.03.01.02 Visión.....	24
2.03.01.03 Objetivos	24
2.03.01.03.01 Objetico General	25
2.03.01.03.02 Objetivo Específico.....	25
2.03.01.04 Principio y/o Valores	25
2.03.01.04.01 Principios	25
2.03.01.04.02 Valores	25
2.03.03 Gestión Administrativa	26
2.03.03.01 Organigrama.....	26
2.03.03.02 Manual de Funciones	26
2.03.04 Gestión Operativa.....	27
2.03.04.01 Organigrama.....	27
2.03.04.02 Manual de Funciones	28
2.03.05 Gestión Comercial.....	28

2.03.05.01 Organigrama.....	29
2.03.05.02 Manual de Funciones	29
2.03.06 Marketing MIX	29
2.03.06.01 Producto	29
2.03.06.01.01 Slogan.....	31
2.03.06.01.02 Logotipo	31
2.03.06.01.03 Plaza	31
2.03.07 Precio	32
2.03.07.01 Promoción	32
2.03.08 Estrategias de comercialización	33
CAPÍTULO III	34
3. ESTUDIO DE MERCADEO	34
3.01 Análisis del consumidor.....	34
3.02 Determinación de la población y muestra.....	34
3.02.01 Población.....	34
3.02.02 Muestra.....	35
3.03 Técnicas de obtención de información.....	36
3.03.01 Observación.....	36
3.03.02 Entrevista.....	36
3.03.03 Encuesta	36
3.04 Análisis de la información	37
3.05 Demanda	45
3.05.01 Demanda Histórica.....	45
3.05.02 Demanda Actual.....	45
3.05.03 Demanda Proyectada.....	46
3.06 Oferta.....	46
3.06.01 Oferta Histórica.....	47
3.06.02 Oferta Actual.....	47
3.06.03 Oferta Proyectada.....	47
3.07 Productos sustitutos.....	48
3.08 Balance oferta demanda	48
3.09 Balance actual	48
3.10 Balance proyectado	48

CAPÍTULO IV	49
4. ESTUDIO TÉCNICO	49
4.01 Tamaño del proyecto.....	49
4.01.01 Capacidad Instalada	49
4.01.02 Capacidad Utilizada	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 y Servicio	55
4.03.01.01 Descripción del Producto	55
4.04 Distribución de Planta.....	56
4.05 Procesos de producción.....	57
4.06 Maquinaria y Equipo.....	59
4.06.01 Maquinaria	59
4.06.02 Equipo	59
CAPÍTULO V	60
5. ESTUDIO FINANCIERO	60
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales	60
5.01.01 Ingresos operacionales	60
5.02 Costos.....	60
5.02.01 Costos directo.....	60
5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD).....	61
5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD).....	63
5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	64
5.02.02.01 Resumen Costos	64
5.02.03 Calculo de Ingresos Operacionales	65
5.02.03.01 Egresos Operacionales	68
5.02.04 Gastos administrativos	69
5.02.05 Gasto de ventas	70
5.02.06 Costos financieros	71
5.02.07 Costos fijos y variables	71

5.02.07.01 Costos Variables.....	71
5.02.07.02 Costos Fijos.....	72
5.03 Inversiones	72
5.03.01 Inversión fija	72
5.03.01.01 Activos fijos	73
5.03.01.02 Activos nominales (diferidos)	73
5.03.02 Capital de trabajo	74
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	75
5.03.04 Amortización de financiación (tabla de amortización)	75
5.03.04.01 Método Alemán.....	76
5.03.05 Depreciación (tabla de depreciación).....	78
5.03.06 Amortización.....	79
5.03.07 Estado de Situación Inicial.....	79
5.03.08 Estado de Resultados Proyectado.....	80
5.03.09 Balance General Proyectado	81
5.03.10 Flujo Caja.....	82
5.04 Evaluación financiera.....	83
5.04.01 Tasa de descuento	83
5.04.02 Calculo del TMAR.....	83
5.04.03 Valor Actual Neto (VAN).....	84
5.04.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)	85
5.04.05 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	86
5.04.06 Relación Costo Beneficio (RCB)	87
5.04.07 Punto de equilibrio	89
5.04.08 Análisis de índices financieros.....	91
CAPÍTULO VI	96
6. ANALISIS DE IMPACTO	96
6.01 Impacto ambiental.....	96
6.02 Impacto económico	96
6.03 Impacto productivo	97
6.04 Impacto social	97
CAPITULO VII	98
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98

7.01 Conclusiones	98
7.02 Recomendaciones.....	99
Anexos	100
Referencias bibliográficas.....	111

LISTA DE TABLA

Tabla 1: Inflación	5
Tabla 2: Inflación de Ciudades	6
Tabla 3: Producto Interno Bruto	7
Tabla 4: PIB Sectorial	8
Tabla 5: Riesgo País.....	9
Tabla 6: Tasa Activa	11
Tabla 7: Tasa Pasiva	12
Tabla 8: Empleo	13
Tabla 9: Desempleo	14
Tabla 10: Subempleo	15
Tabla 11: Clientes	21
Tabla 12: Segmentación de Clientes	21
Tabla 13: Proveedores.....	22
Tabla 14: Competidores	23
Tabla 15: Plaza.....	32
Tabla 16: Población	35
Tabla 17: Muestra	36
Tabla 18: Rutina de aseo.....	37
Tabla 19: Frecuencia de compra	38
Tabla 20: Gasto promedio.....	39
Tabla 21: Producto que adquieren	40
Tabla 22: Aceptación del producto	41
Tabla 23: Presentación del producto	42
Tabla 24: Lugar de compra	43
Tabla 25: Variedad del producto.....	44
Tabla 26: Demanda Actual	45
Tabla 27: Demanda Proyectada	46
Tabla 28: Oferta Actual.....	47

Tabla 29: Oferta Proyectada	47
Tabla 30: Balance Actual.....	48
Tabla 31: Balance Proyectado	48
Tabla 32: Tiempo para la elaboración del producto	49
Tabla 33: Jornada Empleados	50
Tabla 34: Capacidad Instalada	50
Tabla 35: Capacidad Óptima	51
Tabla 36: Macro localización.....	52
Tabla 37: Localización Óptima.....	54
Tabla 38: Maquinaria y Equipo	59
Tabla 39: Materia Prima Jabón Espiral.....	61
Tabla 40: Materia Prima Jabón Estrella.....	61
Tabla 41: Materia Prima Jabón Redondo.....	62
Tabla 42: Materia Prima Jabón Mar	62
Tabla 43: Mano de Obra Directa.....	63
Tabla 44: Costos Indirectos de Fabricación	64
Tabla 45: Resumen de Costos	64
Tabla 46: Precio Producto Jabón Espiral	65
Tabla 47: Precio Producto Jabón Estrella	65
Tabla 48: Precio Producto Jabón Redondo	65
Tabla 49: Precio Producto Jabón Mar.....	65
Tabla 50: Ventas producto Jabón Espiral	66
Tabla 51: Ventas producto Jabón Estrella	66
Tabla 52: Ventas producto Jabón Redondo	66
Tabla 53: Ventas producto Jabón Mar	67
Tabla 54: Costo producto Jabón Espiral	67
Tabla 55: Costo producto Jabón Estrella	67
Tabla 56: Costo producto Jabón Redondo	68
Tabla 57: Costo producto Jabón Mar	68
Tabla 58: Gastos administrativos.....	69
Tabla 59: Gasto de ventas	70
Tabla 60: Costos financieros.....	71
Tabla 61: Inversiones	72

Tabla 62: Activos Fijos	73
Tabla 63: Activos nominales (diferidos).....	74
Tabla 64: Capital de trabajo	74
Tabla 65: Fuentes de financiamiento	75
Tabla 66: Datos para la amortización:	76
Tabla 67: Tabla de Amortización.....	76
Tabla 68: Depreciación	78
Tabla 69: Amortización	79
Tabla 70: Estado de Situación Inicial	79
Tabla 71: Estado de Resultados Proyectado	80
Tabla 72: Balance General Proyectado	81
Tabla 73: Flujo Caja.....	82
Tabla 74: Cálculo del TMAR	83
Tabla 75: Valor Actual Neto	84
Tabla 76: Tasa Interna de Retorno	85
Tabla 77: Periodo de recuperación del proyecto.....	86
Tabla 78: Periodo de Recuperación del Inversionista.....	87
Tabla 79: Flujo de Caja del Proyecto.....	87
Tabla 80: Flujo de Caja del Inversionista	88
Tabla 81: Punto de Equilibrio	89
Tabla 82: Resumen del Punto de Equilibrio	90
Tabla 83: Índices Financieros	92
Tabla 84: Relación Pasivos Activos	92
Tabla 85: Relación Patrimonio Activo	93
Tabla 86: Margen Operativo	93
Tabla 87: Margen Neto	94
Tabla 88: ROE	94
Tabla 89: ROA.....	95

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Inflación	5
Figura 2: Inflación por ciudades	6
Figura 3: Producto Interno Bruto.....	7
Figura 4: PIB Sectorial	8
Figura 5: Riesgo País	10
Figura 6: Empleo	14
Figura 7: Desempleo.....	15
Figura 8: Subempleo.....	16
Figura 9: Gestión Administrativa	26
Figura 10: Gestión Operativa.....	27
Figura 11: Gestión Comercial.....	29
Figura 12: Jabones Bicolores.....	30
Figura 13: Slogan.....	31
Figura 14: Logotipo	31
Figura 15: Fórmula Muestra	35
Figura 16: Rutina de aseo	37
Figura 17: Frecuencia de compra.....	38
Figura 18: Gasto Promedio	39
Figura 19: Producto que adquieren.....	40
Figura 20: Aceptación del producto	41
Figura 21: Presentación del producto	42
Figura 22: Lugar de compra.....	43
Figura 23: Variedad del producto	44
Figura 24: Macro-Localización	53
Figura 25: Micro-Localización	54
Figura 26: Frase Slogan	56
Figura 27: Diseño Logotipo.....	56

Figura 28: Diseño Planta.....	57
Figura 29: Proceso de Producción	58
Figura 30: Valor Actual Neto	84
Figura 31: Tasa Interna de Retorno	85
Figura 32: Periodo de Recuperación de la Inversión	86
Figura 33: Punto de Equilibrio.....	91

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Encuesta.....	98
Anexo 2: Método Francés Amortización.....	103
Anexo 3: Materiales para la elaboración del Jabón Bicolor	105
Anexo 4: Producto Terminado Jabones Bicolores.....	107
Anexo 5: Maquinaria	108
Anexo 6: Equipo	109

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de esta investigación es realizar un estudio financiero y analizar el mercado en donde se establecerá el proyecto para la creación de la micro-pyme en la cual se dedica a la elaboración de jabón aromático bicolor o también llamados jabones personalizados, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito.

La propuesta que se plantea a través de este estudio de factibilidad con el fin de evaluar los diferentes indicadores macro y microeconómico y los indicadores financieros que se estudia para este proyecto. Los que se suscitan en el país. Para iniciar la micro-pyme se estudió el sector en donde se ubica la misma, con el fin de atraer consumidores.

La fabricación de los jabones nace de la necesidad de satisfacer a consumidores exigentes en productos de calidad que cumplen con todas las normas establecidas por la ley como es el registro sanitario, cabe mencionar que la fabricación y distribución del producto no tendría impactos ambientales ya que se utiliza productos sin necesidad de tecnología actual.

ABSTRAC

The main objective of this research is to carry out a financial study and analyze the market where the project for the creation of the micro-SME will be established, in which it is dedicated to the elaboration of bicolor aromatic soap or also called personalized soaps, located in the Metropolitan District of Quito.

The proposal that is proposed through this feasibility study in order to evaluate the different macro and micro economic indicators and the financial indicators that are studied for this project. Those that arise in the country. To start the micro-SME, the sector in which it is located was studied in order to attract consumers.

The manufacture of soaps arises from the need to satisfy demanding consumers in quality products that meet all the standards established by law such as the sanitary registry, it should be mentioned that the manufacture and distribution of the product would not have environmental impacts since it uses products without the need for current technology

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de esta investigación es determinar el estudio de factibilidad para la creación de una micro-pyme dedicada a la elaboración de jabón aromático bicolor o llamados también jabones personalizados con diseños al gusto del consumidor.

Esta empresa dedicada a la elaboración de jabones aromáticos bicolores artesanales se encuentra basado en la influencia de una micro-pyme que se preocupa por los cambios que se está implementando en el país; como podría ser la conservación del medio ambiente, valiendo de esta información se desarrolla el poder de buscar el valor agregado a los productos que se van a elaborar con manos ecuatorianas.

1.01 Justificación

El proyecto aporta con varias ideas para la higiene personal en donde va a contribuir la implementación de una micro-pyme que se basa en la elaboración de Jabón Aromáticos Bicolores Artesanales, en donde se elabora enfocar un emprendimiento como una modelo de negocio eficiente, rentable e innovador que consiga la satisfacción del mercado potencial y sostenibilidad de este en el tiempo.

En la actualidad, el jabón es un elemento muy esencial para el aseo personal, en este sentido, dado la excesiva oferta de jabones estándar, la poca innovación estética de la oferta actual y en muchos casos el poco énfasis que se da al cuidado de la

higiene personal son factores que relacionados unos con otros han ocasionado que se genere un conformismo, por parte de los consumidores hacia el producto, que se tome a la higiene personal como una rutina más del día a día y que crezca las incidencias de ciertas enfermedades relacionadas.

Dado esto, el estudio de factibilidad para la creación de una micro-pyme dedicada a la elaboración de jabón aromático bicolor pretende fomentar el hábito de la higiene personal, hacer al proceso de higiene una experiencia diferente y reducir la incidencia de enfermedades relacionadas.

1.02 Antecedentes

Los germanos y los celtas utilizaban grasa de cabra y cenizas de abedul para fabricar sus jabones. Los galos fabricaban sus jabones con cenizas de haya y sebo o grasa de jabalí y lo usaban según Plinio para teñirse sus largas melenas de rubio o pelirrojo. (Pérez, 2017).

“No se sabe exactamente ni cuándo ni dónde se hizo el primer jabón. Según la leyenda romana el jabón fue descubierto por el agua de la lluvia con que se lavaba debajo de los lados del monte Sapo, junto al río Tíber”. (Beltrán, 2013).

Hay varios relatos que habla sobre los antecedentes del jabón, el cómo fue creado, en una pequeña historia dice que el jabón fue las grandes combinaciones de hidróxido de sodio y ácidos grasos, dado estas dos mezclas que provienen de los ácidos de los animales o de los vegetales, con los antiguos griegos tenían la costumbre adoptada por los romanos en poder emplear un artículo de aseo para ellos mismo.

Científicamente el jabón es muy antiguo, en otro relato dice que fue descubierto o creado en Italia tras las mezclas de las aguas de la lluvia y con la grasa de los

animales sacrificados en el monte, antiguamente con las cenizas hacían sus rituales en aquella

época, todo esto con las cenizas, con las grasas de los animales sacrificados y con la lluvia estos tres componentes se reunían en un río, ya que el río arrastraba todo a su paso, ya que formaba una espuma, en ese río se bañaban los romanos, griegos.

Las empleadas llegaban al monte sapo para lavar las prendas de sus patrones en las orillas del río y se daban cuenta que al momento de mezclar la espuma con el agua la ropa salía mucho más limpia que de costumbre, a pesar de este descubrimiento de las personas, hubo un tiempo atrás que los egipcios elaboraban productos jabonosos a base de agua, aceite y ceras.

Así es como actualmente todos, se preocupan de la higiene personal en donde las mujeres, quienes están pendientes de la estética, inclusive las nuevas tendencias han generado que los hombres se suman a este cuidado de la piel.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno”. (Lorette, 2017).

2.01 Ambiente externo

“Ambiente Externo de las Organizaciones o también llamado entorno de las Organizaciones, es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema”. (Barrios, 2011).

2.01.01 Factor económico

“Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa”. (Pérez, 2013).

Es importante analizar este factor previa implementación del proyecto porque en si indica cómo se encuentran las variables micro y macroeconómicas del país mismas que se reflejan en las tendencias de oferta y demanda.

Los indicadores para analizar son los siguientes:

2.01.01.01 Inflación

El término inflación hace referencia a la acción y efecto de inflar. La utilización más habitual del concepto tiene un sentido económico: la inflación

es, en este caso, la elevación sostenida de los precios que tiene efectos negativos para la economía de un país. (Pérez, 2009).

Tabla 1:
Inflación

Fecha	Porcentaje
Octubre 2013	2,04%
Octubre 2014	3,98%
Octubre 2015	3,48%
Octubre 2016	1,31%
Octubre 2017	-0,09%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

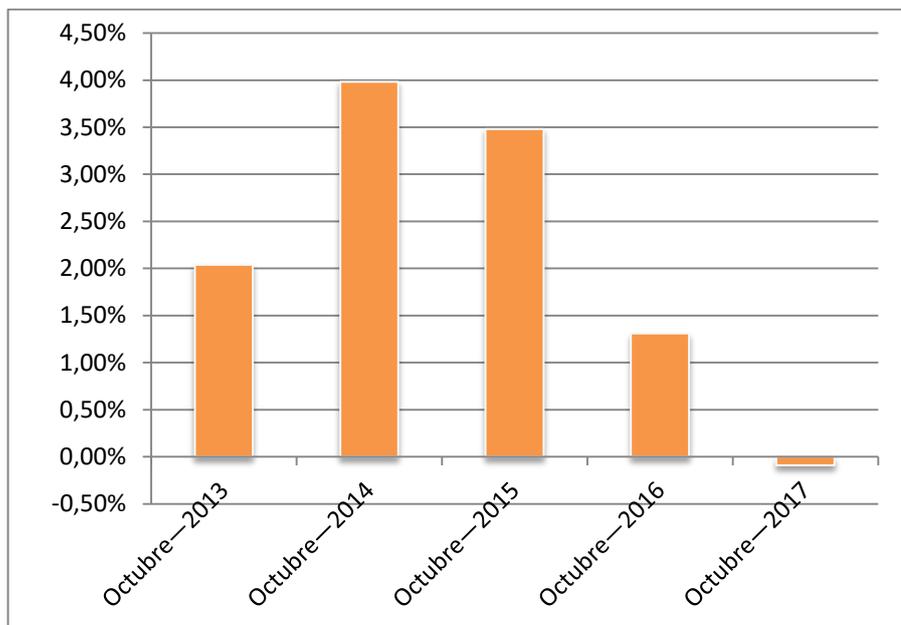


Figura 1: Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

Se puede evidenciar que la inflación esta decreciente, como se puede observar en la tabla que coloca en un porcentaje negativo del -0,09%, ya que esto implica la poca rentabilidad del proyecto y el poco crecimiento de esta, mientras más negativa sea la inflación esto viene a convertirse en deflación cuando los precios de los bienes y servicios tiende a disminuir.

2.01.01.02 Inflación por Ciudades

Es un indicador económico que mide la evolución del nivel general de precios correspondientes al conjunto de productos de bienes y servicios de consumo, adquiridos por los hogares en un periodo determinado de tiempo, con lo cual se completa el espectro de ciudades autor presentada, con características demográficas y económicas representativas del área urbana y rural. (Becerril, 2017)

Tabla 2:
Inflación de Ciudades

Fecha	Quito
oct-12	5.17%
oct-13	2.14%
oct-14	4.10%
oct-15	3.01%
oct-16	1.30%
oct-17	-0.13%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

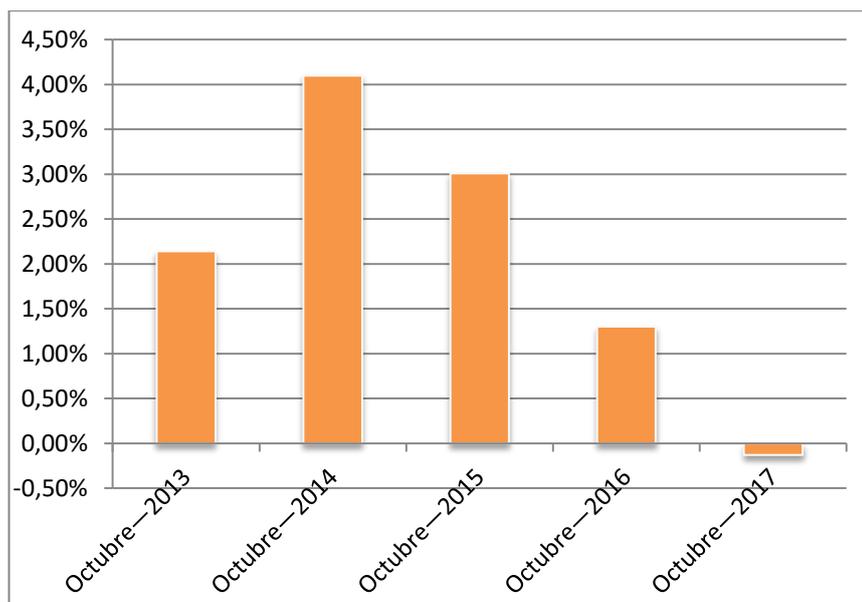


Figura 2: Inflación por ciudades

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

Al verificar a Quito la locación en la cual se ubicará el presente proyecto se mantiene la misma tendencia de la Inflación del país con un rango de negativo -0.13%.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto, ya que también se utiliza la expresión Producto Bruto Interno) contabiliza la producción orientada a la demanda final. Esto quiere decir que, en su cálculo, no tiene en cuenta el valor de los bienes y/o servicios que se crean para luego producir otros bienes o servicios. (Merino, 2015).

Tabla 3:
Producto Interno Bruto

Periodos	PIB	Variación
2012	64106	4,88%
2013	67293	4,97%
2014	70243	4,38%
2015	70354	0,16%
2016	60000	-14,72%
ii trimestre de 2017	35291	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

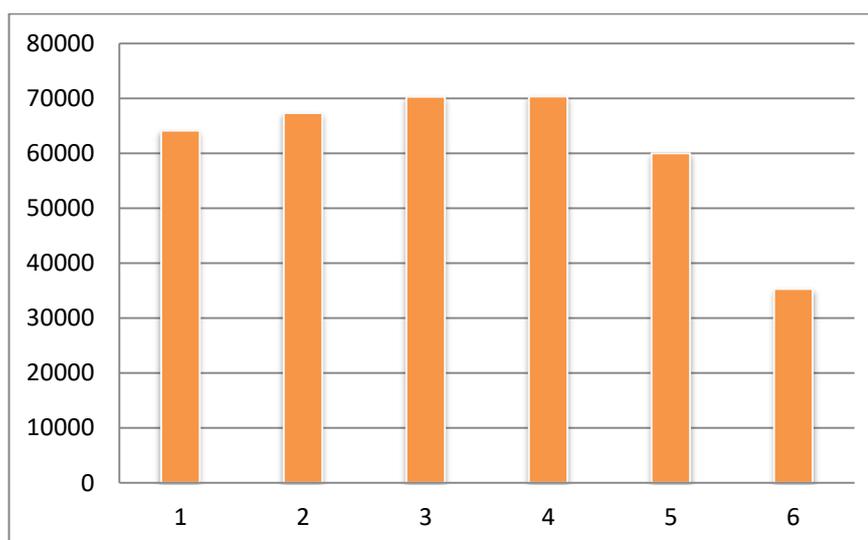


Figura 3: Prudo Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

Como se puede observar en el Producto Interno Bruto tiende a decrecer por varios factores como lo es la deuda pública, la caída de los precios del crudo, decayeron las inversiones del sector privado, por la inestabilidad que se suscitó.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto Sectorial

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo. (Díaz, 2014).

Tabla 4:
PIB Sectorial

Periodos	PIB	Variación
2013	7.510,10	
2014	7.972,19	0,06
2015	8.266,57	0,04
2016	8.230,45	0,00
2017	8.021,17	-0,03

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

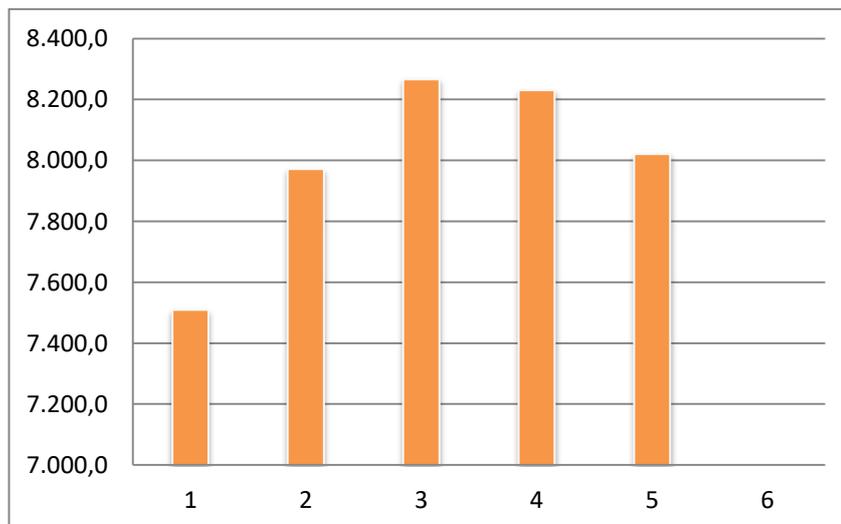


Figura 4: PIB Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

El Producto Interno Bruto Sectorial es un indicador que ayuda a medir el crecimiento de la producción de bienes y servicios por sectores en este caso es donde se ubicara el presente proyecto.

2.01.01.04 Riesgos País

Son los diferentes riesgos de operaciones transnacionales y en particular a las financiaciones de un país a otro en operaciones crediticias se deben estudiar varios factores como la política, economía, sociales y las psicológicas como también los diferentes aspectos fiscales de un país. (Posso, 2013).

Tabla 5:
Riesgo País

Fecha	Puntos
dic-16	647
ene-17	590
feb-17	572
mar-17	666
abr-17	667
may-17	694
jun-17	706
jul-17	673
ago-17	643
sep-17	606
oct-17	563
nov-17	552

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra

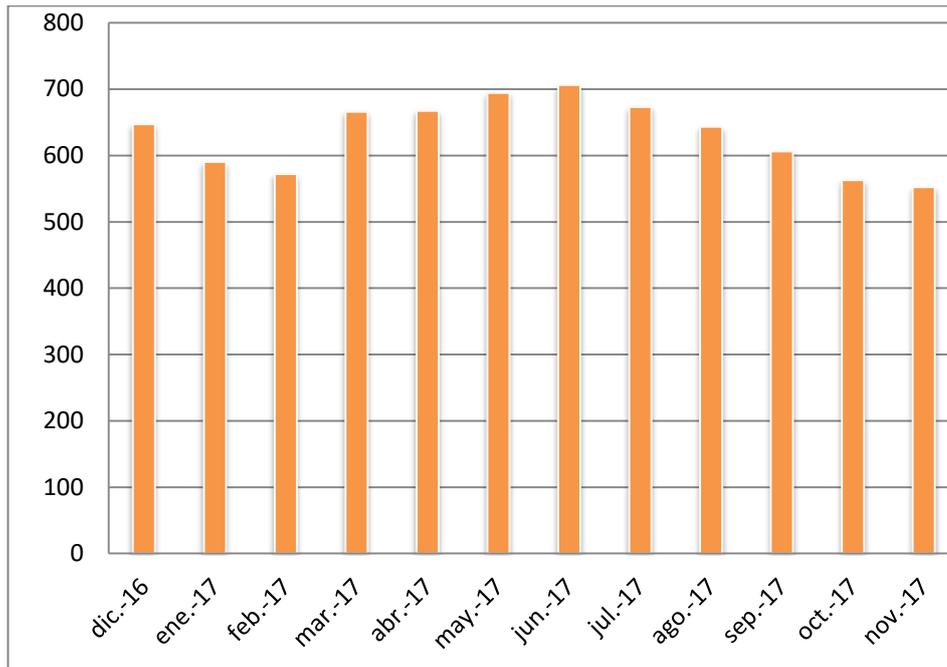


Figura 5: Riesgo País
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra

Como se puede verificar en el Riesgo País es decreciente en la cual implica un aspecto positivo para el presente proyecto, este indicador ha variado sus puntos por varios factores que se ha suscitados en el País. Mientras menos puntos obtengan en el País es muy favorable esto indica que tan confiable es invertir en el mismo.

2.01.01.05 Tasa de Interés

En el ámbito de la economía y las finanzas, el concepto de interés hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho, utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad. (Merino, 2012).

2.01.01.05.01 Tasa Activa

“La tasa activa es una cantidad que recibe todos los intermediarios financieros por los préstamos otorgados.” (Ortiz, 2017, pág. 20).

Tabla 6:
Tasa Activa

Tasa activa efectiva referencial	%	Tasa activa efectiva máxima	% Anual
para el segmento:	Anual	para el segmento:	
productivo corporativo	7,34	productivo corporativo	9,33
productivo empresarial	9,84	productivo empresarial	10,21
productivo PYMES	11,41	productivo PYMES	11,83
comercial ordinario	7,95	comercial ordinario	11,83
comercial prioritario corporativo	7,79	comercial prioritario corporativo	9,33
comercial prioritario empresarial	9,84	comercial prioritario empresarial	10,21
comercial prioritario PYMES	11,05	comercial prioritario PYMES	11,83
consumo ordinario	16,65	consumo ordinario	17,3
consumo prioritario	16,5	consumo prioritario	17,3
educativo	9,48	educativo	9,5
inmobiliario	10,57	inmobiliario	11,33
vivienda de interés publico	4,98	vivienda de interés público	4,99
microcrédito minorista	27,55	microcrédito minorista	30,5
microcrédito de acumulación simple	24,66	microcrédito de acumulación simple	27,5
microcrédito de acumulación ampliada	20,96	microcrédito de acumulación ampliada	25,5
inversión publica	8,16	inversión publica	9,33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

La tasa pasiva se considera como la más elevada, es la del microcrédito minorista y microcrédito de acumulación simple, del mercado nacional, ya que esta afecta de manera negativa al presente proyecto en donde se evidencia un préstamo puede considerarse limitado en varios aspectos que se consideren.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

Las tasas pasivas entran como componente de las tasas activas a través del llamado costo porcentual promedio de captación, que es la tasa promedio de tasas pasivas pagadas en un periodo determinado por el sistema financiero según

los ahorros captados del público en sus distintas modalidades, ponderado por el valor asociado a cada denominación, Entonces, las tasas activas dependen positivamente de este costo porcentual promedio de captación; cuando éste aumenta, las tasas activas también se incrementan. (Ortíz, 2017).

Tabla 7:
Tasa Pasiva

Tasas Referencial	Porcentajes	Tasas Referencial	Porcentajes
2. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Promedio por Instrumento			
Tasas Referencial	%	Tasas Referencial	%
depósito a plazo	4,91	depósitos de ahorro	1,13
deposito monetarios	0,87	depósitos de tarjetas habitantes	1,17
operaciones de reporto	0,10		
3. Tasas de Interés pasivas efectivas referenciales por plazo			
Tasas Referencial	%	Tasas Referencial	%
plazo 30-60	3,42	plazo 121-180	4,85
plazo 61-90	3,90	plazo 181-360	5,37
plazo 91-120	4,86	plazo 361 y mas	6,97

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

La tasa de interés pasiva que es importante analizar para el presente proyecto es aquella que pertenece a un plazo de 361 y más misma que se encuentra en el 6,97%. Esta tasa pasiva se considera aceptable ya que se toma en cuenta el riesgo de este tipo de transacciones, si en caso esta tasa sube sería un factor positivo para el proyecto ya que se podría minimizar todo tipo de riesgo, mientras que si baja sería mala ya que las ganancias sé que generarían serían menores para el proyecto.

2.01.02 Factor Social

Situación es un concepto con varios significados. En este caso, nos interesa quedarnos con su acepción como la posición, la ubicación o el estado de algo o de alguien. Social, por su parte, es un adjetivo que se vincula a la sociedad (una comunidad de individuos). (Merino, 2014).

Es importante analizar este factor previa implementación del proyecto porque permite analizar la situación general de una población identificando sus condiciones de vida, de adquisición y de gustos.

2.01.02.01 Empleo

La palabra empleo se refiere tanto a un trabajo, como a una ocupación un oficio.

Sin embargo, el uso más extendido de empleo es el que indica toda aquella actividad donde una persona es contratada para ejecutar una serie de tareas específicas, por lo cual percibe una remuneración económica. (Keynes, 2016).

Tabla 8:

Empleo

Años	Empleo	Porcentaje
2012	6.424.840	95,88%
2013	6.664.241	95,85%
2014	6.921.107	96,20%
2015	7.140.636	95,23%
2016	7.463.579	94,79%
oct-17	7.728.968	95,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

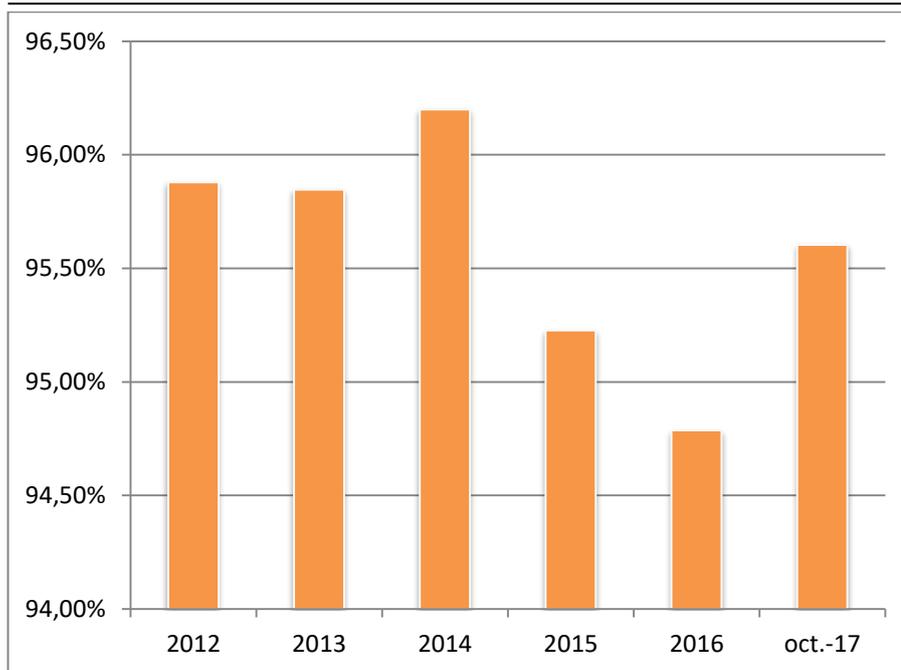


Figura 6: Empleo
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra

En el factor social del empleo se ha elevado por lo cual es un aporte positivo para el proyecto ya que se podría decir que hay cada vez más personas con más facilidades los mismos que a su vez podrían adquirir el producto propuesto.

2.01.02.02 Desempleo

“Entendemos por desempleo la situación por la que pasa una persona cuando no tiene un trabajo fijo y, por tanto, no cuenta con los medios para subsistir de manera independiente (es decir, sin la asistencia de sus conocidos o del Estado)”. (Bembibre, 2010).

Tabla 9:
Desempleo

Años	Desempleo	Porcentaje
2012	276.174	4,12%
2013	288.745	4,15%
2014	273.414	3,80%
2015	357.892	4,77%
2016	410.441	5,21%

oct-17 355.414 4,40%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra

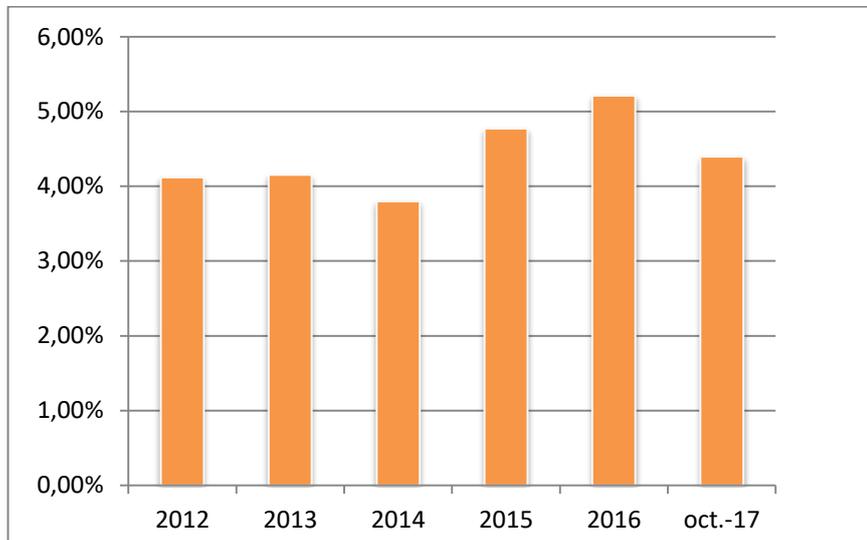


Figura 7: Desempleo
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra

Se puede evidenciar que en los últimos 5 años el desempleo más alto se registró en el año 2016 con un 5,21%. Esto afecta negativamente al proyecto ya que al mantenerse esta tendencia decreciente es posible que los consumidores no deseen adquirir el producto propuesto, ya que el desempleo es muy preocupante ya que esto indica que hay personas que prefieren estar en subempleo que en el desempleo.

2.01.02.03 Subempleo

El subempleo es acción y efecto de subemplear, el subempleo es la ocupación por tiempo no completo, con una remuneración por debajo del salario mínimo y que no aprovecha las capacidades del trabajador, el trabajador de subempleo más común es la venta de cosas por la calle. (Rombiola, 2012).

Tabla 10:
Subempleo

Años	Subempleo	Porcentaje
2012	603.890	9,01%

2013	809.269	11,64%
2014	925.774	12,87%
2015	1.050.646	14,01%
2016	1.564.825	19,87%
oct-17	1.726.030	21,35%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

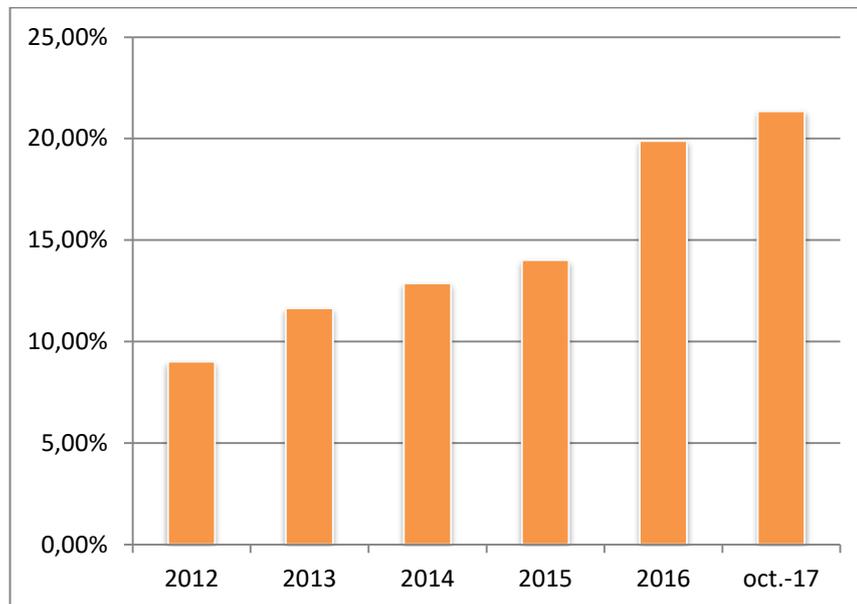


Figura 8: Subempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Gabriela Tierra

En este indicador que es el subempleo aumenta de una manera considerable, en lo cual amenaza al proyecto debido que hay más personas que ganan menos del básico y los consumidores prefieren priorizar sus gastos para lo cual indica que habrá

menos personas que deseen adquirir el producto propuesto al mercado nacional.

2.01.03 Factor Legal

“Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga”. (Hernandez, 2008).

Es importante analizar este factor previa implementación del proyecto ya que este permite analizar la normativa vigente y de esta manera realizar las operaciones sin ningún tipo de inconveniente.

Dadas las características del presente proyecto se considera adecuado que el mismo se constituya como persona natural con contabilidad. En este sentido, los documentos y permisos habilitantes necesarios son:

2.01.03.01 El Registro Único de Contribuyentes RUC

Este documento es indispensable ya que se necesitará para casi todos los trámites legales. Los requisitos son los siguientes:

- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Recibo de pago de: Luz, agua o teléfono (cualquiera, objetivo: dirección del negocio)
- Adicional: carné profesional: Abogado, Médico, Ingeniero y si es artesano calificado: Junta de Defensa del Artesano
- Adicional de esto se necesita la razón social de la empresa y el nombre comercial de la misma.

2.01.03.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

Es un documento que adjunta los permisos correspondientes que deben poseer los locales comerciales, como patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, de la dirección de Salud, del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Interior.

También el LUAE se lo puedo obtener este documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

El proceso o los requisitos que se debe seguir para obtener la LUAE es lo siguiente:

- Formulario de Solicitud LUAE.
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cédula del representante legal

- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones Acceda al link: [Portal de Servicios Ciudadanos](#)
- El trámite del LUAE no tiene ningún costo alguno.

2.01.03.03 Patente Municipal

Para obtener la patente se necesitan los siguientes documentos:

- Formulario de inscripción
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC

-
- Dirección de correo electrónico

2.01.03.04 Cuerpo de Bomberos

El permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos requiere que se presenta los siguientes documentos:

- Informe del inspector
- Copia de cédula del propietario
- Copia de la patente municipal.
- Copia del RUC.
- Copia contrato de arriendo.

2.01.03.05 Certificado de Salud

Para este certificado de salud se utilizará el siguiente requisito:

- Cédula y papeleta de votación
- Copia de los mismos requisitos

2.01.03.06 Habilitación de Establecimientos Nuevos

El paso final para poder operar es la presentación de los documentos mencionados anteriormente para así obtener el permiso de habilitación para establecimientos nuevos. En este sentido, se debe presentar la siguiente información:

- Solicitud para Permiso de Funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Certificado de Capacitación en manipulación de Alimentos
- Copia del RUC
- Copia del certificado de salud
- Copia de cédula y papeleta de votación

Con este último documento ya se pueden comenzar las actividades sin ningún

inconveniente y con el aval de los organismos rectores.

2.01.03.07 Registro sanitario

Los requisitos que se debe seguir para el proceso de solicitud son los siguientes:

- Declaración que el producto cumple con las normas técnicas nacionales respectivas
- Certificación de fabricantes extranjero o propietario del producto
- Certificado de libre venta sanitario
- Certificado de buenas prácticas de manufactura
- Descripción general del proceso de elaboración del producto
- Etiqueta original
- Declaración de tiempo de vida útil
- Descripción del código del lote
- Documento con datos para la factura

2.01.04 Factor Tecnológico

Al referirse a la tecnología menciona que:

Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. (Merino, 2013).

El presente proyecto no necesita de tecnología de punta. La tecnología que necesita es básica. Esta tecnología se encuentra disponible en el país. Esto constituye un efecto positivo porque se reducen los gastos y se aporta al dinamismo de la economía local.

2.02 Entorno local

En el sector donde se considera para el proyecto es en la Parroquia de Cotocollao ya que esta la población económicamente activa donde está la clase media y alta existencia ya que se encuentra el punto principal de clientes potenciales para poder acceder a la implementación de una micro-pyme.

2.02.01 Clientes

“Un cliente es tanto para los negocios y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra”. (Bembibre, 2009).

Tabla 11:
Clientes

Cliente	Dirección	Teléfono	Contacto
Micro mercado "El Dorado"	Av. 25 de mayo N34-65	2534611	Sr. Ignacio Delgado
Tienda Víveres Bryan	Av. Machala N67.1	2538967	Sr. Cesar González
Tienda Víveres Ana Paula	Av. Machala N98-01	2569874	Sr. Juan Chicaiza
Micro mercado "Cecilio"	Av. Juan León Mera N76-34	3412876	Sra. Patricia López
Micro mercado Jabino	Av. Machala N05-3	2244567	Sra. Gabriela Tierra

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Con esta tabla de clientes se toma en cuenta en donde se puede ofrecer los jabones para sus respectivas ventas de estos, ya que se encuentra variedades de locales por el Sector de Cotocollao, en la cual es accesible su llega al mismo.

Tabla 12:
Segmentación de Clientes

Descripción	Respuesta
variable	jabones aromáticos bicolor
genero	mujeres y hombres
edad	entre los 18 años
nivel de ingresos	clase media
ubicación	parroquia Cotocollao
frecuencia de consumo	cada 15 días consumo del jabón

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Los clientes son una gran parte fundamental para el crecimiento de la empresa, en donde se considerará una gran oportunidad de carácter alto, por estas varias razones se toma en cuenta todo el comportamiento para poder buscar las necesidades de los consumidores que son las personas de 18 años en adelante.

2.02.02 Proveedores

En los proveedores se ha considerado a las personas que ayudan a proveer la materia prima, como la glicerina, esencias aromáticas, entre otros, en estas distintas actividades se ha podido desarrollar, en mantener la relación con los proveedores en donde se basa constantemente dentro de una confianza mutua.

Tabla 13:
Proveedores

Proveedores	Insumos	Dirección	Teléfono	Contacto
El Rosado S.A.	Jabón de glicerina transparente	Av. De los shyris o 10-59	2534611	Sr. Edwin Yáñez
Bitex S.A.	Esencias aromáticas	Av. Gaspar de Villarroel Oe 20-96	3410832	Sra. Paola Mejía
Súper Jabón S.A.	Colores vegetales	Av. tomas de berlanga oe40-1	3411048	Sr. Antonio Puente
Beltrán Jabón S.A.	Aceites	Av. Vaca de castro N3-33	3411054	Sr. Juan Rodríguez

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

En si la gran demanda de los proveedores, en el entorno que maneja Jabones Aromáticos Bicolores, en donde ha logrado que todos los costos de fabricación, la empresa seleccionará a los proveedores más idóneos que donde se ofrezca la materia prima de calidad y a su vez facilidad de pago por este factor se ha considerado como una gran oportunidad para esta Micro-pyme.

2.02.03 Competidores

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto

analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera. (Garay, 2012).

Tabla 14:
Competidores

Competidores	
Nombre	Dirección
Tía	Av. Vicente López y José María Guerrero
Almacén Jumbo	Av. Lizardo Ruiz y 25 de mayo
Gran AKI	Av. Lizardo Ruiz y John F. Kennedy
Santa María	Av. La prensa y Vicente López

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Para los competidores se clasifican en directos o indirectos de acuerdo con el giro del negocio que se realice, en si las competencias es parte importante para el fortalecimiento físico como lo sería el económico del negocio para el crecimiento de esta. Con el fin de contribuir la competitividad con varias micro-pyme.

2.03 Análisis interno

Esta parte del análisis estratégico es muy importante, porque a través de ella se hace un diagnóstico de los puntos claves del proyecto o de la empresa en marcha, los cuales garantizarán el cumplimiento de los atributos de valor ofrecidos al cliente, de las ventajas competitivas respecto de la competencia y de los estándares mínimos esperados en el sector. (Paredes, 2010).

El análisis interno consiste en determinar las fortalezas y debilidades de la empresa, con el fin de poder realizar una planeación estratégica que ayude a solucionar los problemas que vayamos a tener en el camino.

2.03.01 Filosofía

Se llama filosofía de la empresa al conjunto de pautas que rigen el comportamiento de accionistas, directivos y empleados de una empresa. También se puede definir como el conjunto de valores que prevalecen en ella. Los libros dicen que la filosofía/cultura es estable en el tiempo. (Muñoz, 2012).

Es importante establecer una propuesta estratégica dado que esta permite alinear a todos los colaboradores de esta en función del cumplimiento de los objetivos de esta.

2.03.01.01 Misión

Ser una micro-pyme dedicada a la producción de jabones con estilos bicolors con el fin de contribuir estándares de calidad para aseo diario de la humanidad, tales como la salud de nuestros consumidores.

2.03.01.02 Visión

Se busca posesionarse para el año 2023 una gran micro-pyme líder en la elaboración de Jabones Aromáticos Bicolores, con una gran innovación que embellezca el hogar de cada familia así brindando la calidad y seguridad de confianza a los consumidores.

2.03.01.03 Objetivos

Un objetivo es el fin último al que se dirige una acción u operación. Es el resultado de una serie de metas. Se dice que la persona después de haber identificado un objetivo cuyo logro considere importante, tiene que ser capaz de describir las acciones que representen el significado de éste. (Pérez, 2012).

Los objetivos ayudarán a demostrar los límites y metas que debe cumplir esta organización para poder conseguir un equilibrio económico y productivo de Jabones Aromáticos Bicolores.

2.03.01.03.01 Objeto General

Elaborar jabones aromáticos bicolores, con grandes diseños y modelos diferentes con el fin de marcar una nueva tendencia en la adquisición de artículos de usos de aseo con una presentación innovadora y creativa, logrando así la satisfacción del cliente y generar una rentabilidad para la misma.

2.03.01.03.02 Objetivo Específico

En los objetivos específicos se utilizará los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto.
- Fomentar grandes relaciones duraderas con consumidores, clientes y en especial a los proveedores.
- Determinar la rentabilidad que genere el proyecto a corto mediano o largo plazo.

2.03.01.04 Principio y/o Valores

Para lograr un correcto desempeño del proyecto este se basará en los siguientes principios y valores.

2.03.01.04.01 Principios

- Confianza
- Trabajo en equipo
- Seguridad
- Compromiso
- Calidad
- Eficacia

2.03.01.04.02 Valores

- Responsabilidad
- Honradez

- Respeto
- Puntualidad
- Lealtad
- Solidaridad
- Generosidad

2.03.03 Gestión Administrativa

“La gestión administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales se desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”. (Arcia, 2011)

Gestión administrativa es importante ya que de esta depende el correcto manejo de los recursos de la empresa hacia todas las áreas de esta.

2.03.03.01 Organigrama

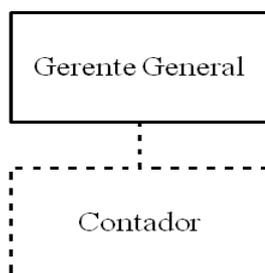


Figura 9: Gestión Administrativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.03.02 Manual de Funciones

Funciones que esta desempeña son las siguientes:

Cargo: Gerente General

- Establecer o definir políticas para la administración de la micro-pyme.
- Controlar el desempeño de los trabajadores.
- Ser un líder para la micro-pyme.
- Liderar la aplicación de los planes de negocios.

- Establecer parámetros para el buen funcionamiento de la micro-pyme.
- Cumplir con todas las reglas que existen en la micro-pyme.

Funciones del Gerente General

- Registrar facturas recibidas por proveedores.
- Llevar correctamente los libros contables.
- Ingresos de facturas al sistema.
- Liderar el grupo de trabajadores.

2.03.04 Gestión Operativa

“Se entiende por gestión operativa o gestión hacia abajo la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas”. (Arnoletto, 2013).

La gestión operativa es importante ya que de esta depende el correcto funcionamiento del día a día de la empresa, es decir, de esta gestión dependen el establecimiento de manuales de procesos que permitan al área trabajar de manera eficiente y eficaz.

2.03.04.01 Organigrama

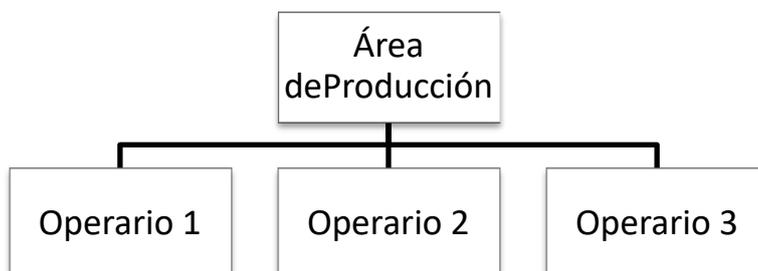


Figura 10: Gestión Operativa

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.04.02 Manual de Funciones

Funciones que desempeña los operarios:

Cargo Operarios:

- Manejar y velar adecuadamente la utilización de las maquinarias al cargo.
- Entregar los elementos solicitados por los clientes.
- Realizar los productos con calidad.
- Cumplir con los horarios establecidos por la micro-pyme.
- Informar si en caso hay anomalías.

2.03.05 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Herrero, 2001).

Es importante ya que de esta depende el impacto que tendrá el producto en el mercado utilizando las distintas estrategias de comercialización para el beneficio de esta.

2.03.05.01 Organigrama

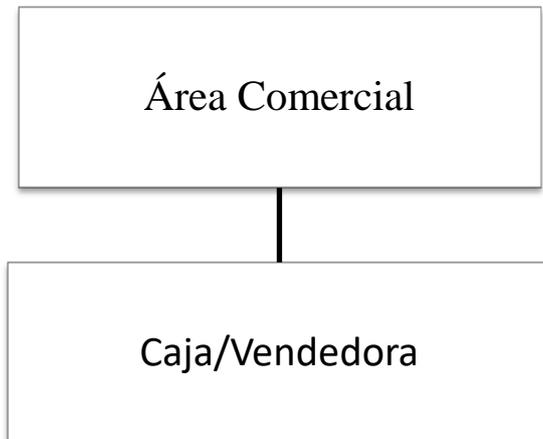


Figura 11: Gestión Comercial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.05.02 Manual de Funciones

Cargo: Vendedora/ Caja

- Captar nuevos clientes.
- Lograr un excelente volumen de ventas.
- Mantener la participación en el mercado.
- Realizar visitas a los clientes.
- Ser amable con los consumidores que lleguen al punto de venta.

2.03.06 Marketing MIX

El marketing Mix está compuesto por las estrategias que se implementen con el proyecto ya que trabajará con los cuatro elementos del marketing que son producto, plaza, promoción y precio, para así determinar las necesidades del consumidor.

2.03.06.01 Producto

“Producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto”. (Pérez, 2012).

El producto se basará con nuevas ideas de innovación, en la cual consta con nuevos diseños, aromas o fragancias, esencias que cautivaran el olfato y la visualización de cada uno de los consumidores, ya que este producto se basa con nuevas presentaciones para el beneficio de todos los compradores. Con este nuevo producto en el mercado nacional, los consumidores tienen la opción de comprar algo novedoso y ya no los mismos jabones que habitualmente consumen.



Figura 12: Jabones Bicolores
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.06.01.01 Slogan

Nunca ha sido más divertido limpiar tu piel

Figura 13: Slogan

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.06.01.02 Logotipo



Figura 14: Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

2.03.06.01.03 Plaza

Se las denominan a los canales de distribución de los productos. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas, entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013).

La ubicación de la empresa será en un lugar donde tenga la mayor accesibilidad de llegada tanto para los proveedores como los consumidores.

Tabla 15:*Plaza*

Plaza

Sierra

Pichincha

Quito

Cotacollao

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** Gabriela Tierra**2.03.07 Precio**

Una de las competencias más ardua en el mundo empresarial es la competitividad por precio de los productos, la cual se da en el comercio en donde hay mucha competencia por la poca diferenciación de características de un producto, cuando se da esta clase de competencia la predominación en el mercado las empresas tienen muy pocas utilidades, debido a las pocas ventas debido a la gran competencia, y por eso siempre se busca cambiar el mercado haciendo el producto. (Acuña, 2013).

Para fijar el precio de este se utilizará la siguiente metodología:

- Precio sombra: para poder calcular este precio promedio será en función de la competencia.
- Precio con margen de utilidad: para este precio de margen de utilidad se calculará el costo unitario del producto y aumentarle en sí un margen de utilidad requerido.

Para el precio se utilizará el precio sombra ya que los mismos varían de acuerdo con los indicadores económicos que existen en el país, y a la competencia en sí.

2.03.07.01 Promoción

“Son las estrategias que la empresa tiene que realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la

exaltación de las características del producto que se disponga”. (Acuña, 2013).

2.03.08 Estrategias de comercialización

Las estrategias que se va a utilizar son las siguientes:

- Participar en ferias o eventos de exposición para dar a conocer el producto.
- Ofrecer descuentos a nuestros clientes que paguen puntuales sus facturas.
- Crear una página web para hacer conocer los productos a los posibles consumidores.
- Ubicar los productos en puntos de ventas donde exista mucha clientela.
- Ofrecer productos el 2X1 para que los consumidores conozcan de los nuevos jabones en el mercado.
- Colocar gigantografías en zonas atractivas, donde puedan visualizar los posibles clientes.
- Diseñar volantes con diseños muy atractivos donde conste con el logotipo y el slogan del producto, para así atraer su atención a todos los lectores o posibles consumidores y captar nuevos clientes, para el beneficio de esta.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADEO

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. (Rico, 2005).

3.01 Análisis del consumidor

Cuando se habla del tema de mercado, se está hablando de marketing, es poder determinar estrategias que me permitan satisfacer las necesidades de un consumidor, ahora bien, esas cuando las personas llegan a realizar su plan de negocios, estas estrategias no se pueden plantear hasta que se tenga claro cómo y por qué compran mis clientes. (Duarte, 2012).

En este sentido, el perfil del consumidor permite identificar el perfil de este.

3.02 Determinación de la población y muestra

El presente proyecto se desarrollará en la Parroquia de Cotocollao de la Ciudad de Quito.

3.02.01 Población

En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general.

También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar. (Merino, 2012).

Tabla 16:*Población*

Población	Número
Población Ecuador	16776977
Sierra	7504942
Pichincha	3059971
Quito	2644145
Cotacollao	30533
Segmentada	24287

Fuente: Investigación Propia**Elaborado Por:** Gabriela Tierra

3.02.02 Muestra

Generalmente la muestra, en el comercio, es utilizada cuando se está a punto de lanzar un nuevo producto o bien también cuando se quiere incrementar las ventas de uno existente. La razón de ser la muestra es que según los estudios de marketing que se han hecho al respecto, la gente, tiende a comprar aquello que conoce o bien que ha probado que puede satisfacer sus necesidades. (Ucha, 2009).

Fórmula para calcular la muestra:

Se utilizará la siguiente fórmula para poder calcular la población en el proyecto mencionado.

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

Figura 15: Fórmula Muestra**Fuente:** Investigación Propia**Elaborado Por:** Gabriela Tierra

Tabla 17:*Muestra*

Población	N	24287
% Atributo deseado	P	50%
% Sin atributo deseado	Q	50%
Error de estimación aceptado	E	5%
Nivel de Confianza	NC	95%
Valor Z según tabla	Z	2%
Muestra	370	Encuestas

Fuente: Investigación Propia**Elaborado Por:** Gabriela Tierra

3.03 Técnicas de obtención de información

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de información en mediante la encuesta ya que este es un medio de información, que ayudará a estimar las preferencias del consumidor.

3.03.01 Observación

En la observación adquirimos de manera activa información, conocimientos, del mundo que nos rodea, con esto se logra los conocimientos que sin dudas nos ayudarán muchísimo a la hora de conocer distintos aspectos de la realidad, pero también nos asistirán en movimientos y otras acciones. (Ucha, 2009).

3.03.02 Entrevista

La entrevista puede tener una finalidad periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público. En este sentido, la entrevista puede registrarse con un grabador para ser reproducida en radio o como archivo de audio, grabarse con filmadora para captarla en vídeo o transcribirse en un texto. (Pérez, 2012).

3.03.03 Encuesta

“La encuesta sin duda la metodología de investigación más utilizada en ciencias

sociales y en el funcionamiento habitual de los gobiernos los cuales se apoyan en la información recogida en las encuestas para realizar las estadísticas.” (Alvira, 2011).

Dada las características del proyecto se considera adecuado utilizar la técnica de la encuesta misma que se encuentra en el Anexo 1.

3.04 Análisis de la información

Resultados de las Preguntas realizadas:

1) ¿Utiliza usted jabón en sus rutinas de aseo diarias?

Tabla 18:

Rutina de aseo

Detalle	Respuesta	Frecuencia
Si	370	100%
No	0	0%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

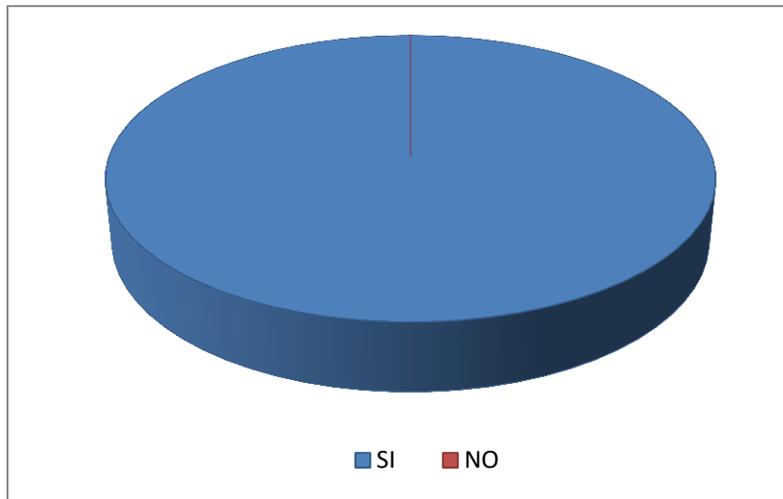


Figura 16: Rutina de aseo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En la investigación del campo el 100% de puntos de uso de jabón las personas encuestadas usan este producto como rutina diaria, para la higiene personal, esto favorece ya que se tiene la oportunidad de ingreso como un nuevo producto que

llame la atención de las personas.

2) ¿Con que frecuencia compra usted jabón?

Tabla 19:

Frecuencia de compra

Detalle	Respuesta	Frecuencia
Semanal	23	6%
Quincenal	338	91%
Mensual	5	2%
Bimestral	4	1%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

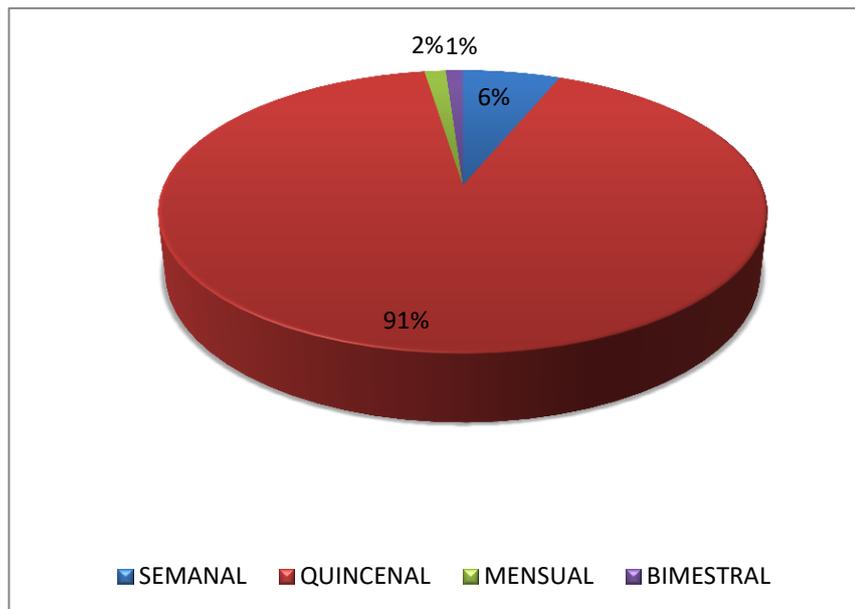


Figura 17: Frecuencia de compra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En la investigación de campo se logra observar que el 91% de las personas compran su Jabón para el uso diario, en la segunda posición se observa que el 6% de las personas compran semanalmente, al final de esto tan solo el 2% y 1% compran su útil de aseo, mensual y bimestral.

3) ¿Cuánto gasta en promedio por la compra de jabón?

Tabla 20:

Gasto promedio

Detalle	Respuesta	Frecuencia
1,00 a 2,50	3	1%
2,50 a 3,50	65	18%
3,50 a 4,50	293	79%
Más de 4,50	9	2%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

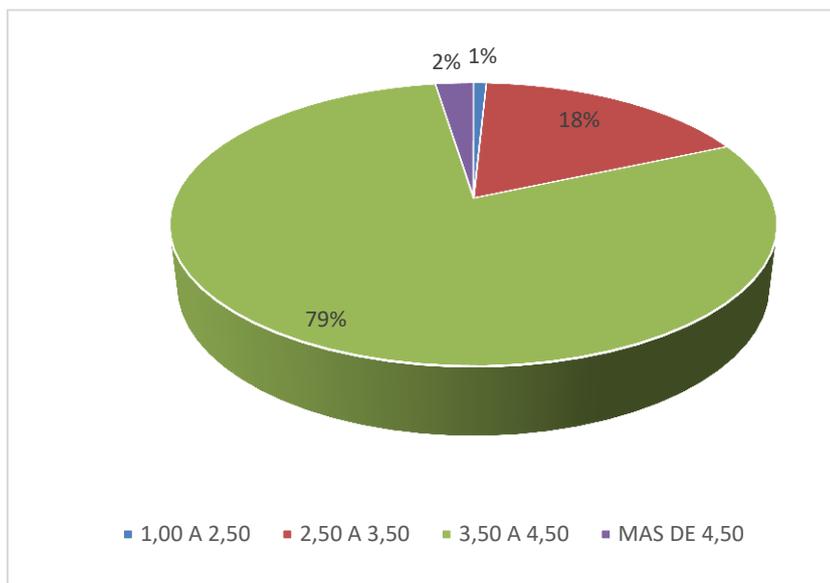


Figura 18: Gasto Promedio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En la Investigación de campo se logra observar que el precio medio aceptado por el 79% de las personas encuestada es de \$ 3,50 a \$ 4,50. En la cual le sigue un 18% de las personas que estarían dispuestos a cancelar este producto en \$ 2.50 a \$ 3.50. Con estos valores en sí, se puede considerar el precio del producto. En donde se

tomaría en consideración el 79% como un aspecto positivo para el mismo.

4) ¿Está usted satisfecho con el jabón que adquiere actualmente?

Tabla 21:

Producto que adquieren

Detalle	Respuesta	Frecuencia
Si	189	51%
No	181	49%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

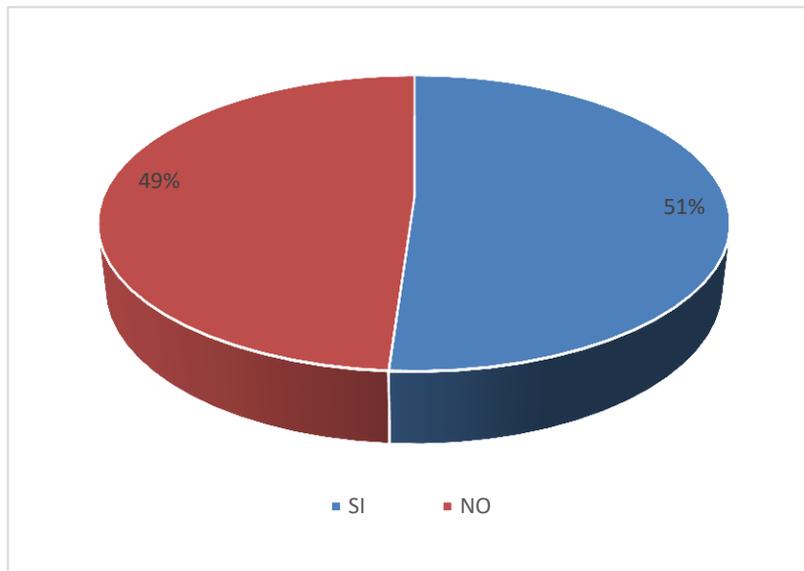


Figura 19: Producto que adquieren

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En la investigación de campo se puede observar que las personas están satisfechas con el jabón que usan actualmente en la cual está el 51% conformes y se visualiza el que la diferencia es del 49% en donde menciona que no están satisfechos con el jabón que usan como rutina diaria.

5) ¿Estaría usted interesado en adquirir un jabón de tocador bicolor?

Tabla 22:

Aceptación del producto

Detalle	Respuesta	Frecuencia
Si	360	97%
No	10	3%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

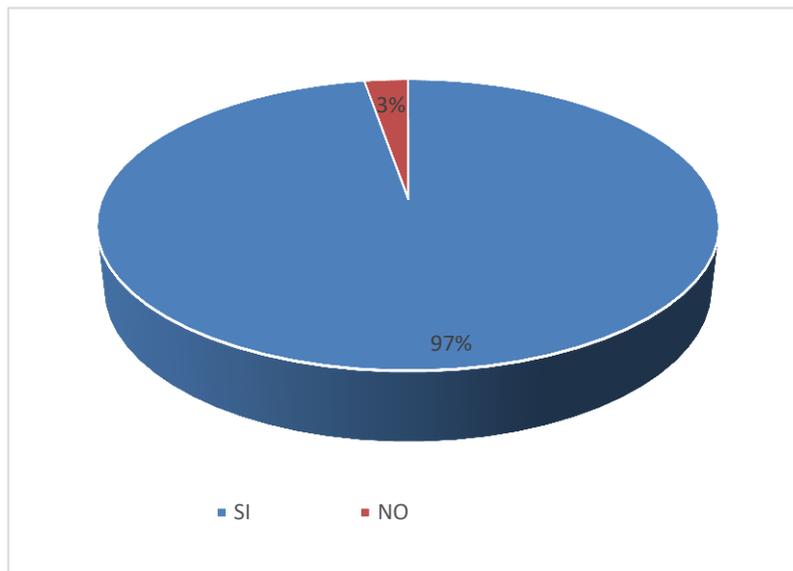


Figura 20: Aceptación del producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

El 97% de las personas indica la aceptación del producto ya que este cuenta, con innovación y variedad, para el consumo de este.

6) ¿Qué aspecto es importante para usted al momento de comprar jabones de tocador?

Tabla 23:

Presentación del producto

	Respuesta	Frecuencia
Precio	20	5%
Aroma	30	8%
Presentación	320	86%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

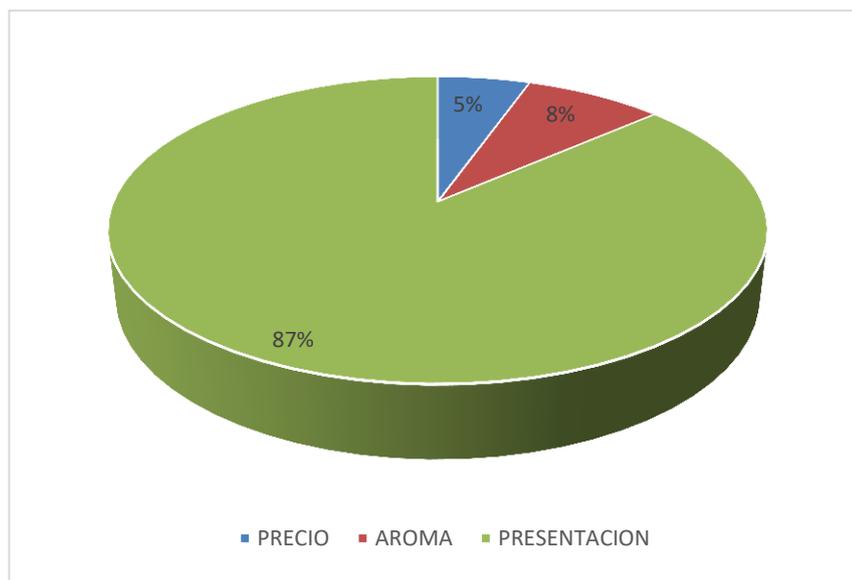


Figura 21: Presentación del producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En la Investigación de Campo se puede notar que el 86% de las personas indica

que en esta variable es la presentación el producto ya al momento de sacarlo el mismo al mercado la población se encuentra atraído por la variación de colores, etc. en la otra posición tenemos el aroma con un 8% y el precio con un 5%.

7) ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tabla 24:
Lugar de compra

Detalle	Respuesta	Frecuencia
Tiendas	109	29%
Supermercados	100	27%
Calle	150	41%
Por internet	5	1%
Catalogo	6	2%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

:

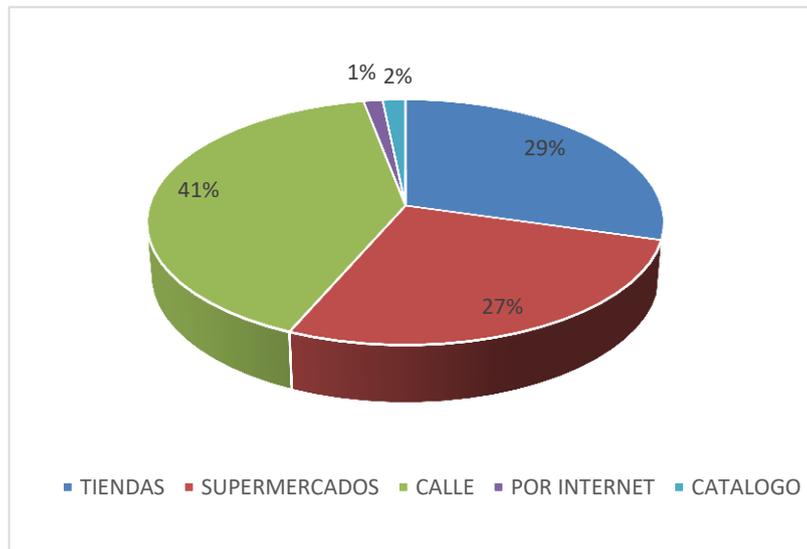


Figura 22: Lugar de compra
Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

Para adquirir el jabón bicolor en la gráfica indica que la mayoría de las personas

adquirirán este producto en las calles con un 41% ya que le sigue en las tiendas donde de igual manera esta con valor del 29%, en tercer lugar, para la compra de este se encuentra en los supermercados con un porcentaje del 27%, en donde estos valores indica los lugares en donde se puede distribuir en Jabón Personalizado.

8) ¿Qué tipo de jabón bicolor le gustaría comprar?

Tabla 25:
Variedad del producto

Detalle	Repuesta	Frecuencia
Jabón espiral	19	5%
Jabón estrella	69	19%
Jabón redondo	189	51%
Jabón mar	93	25%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

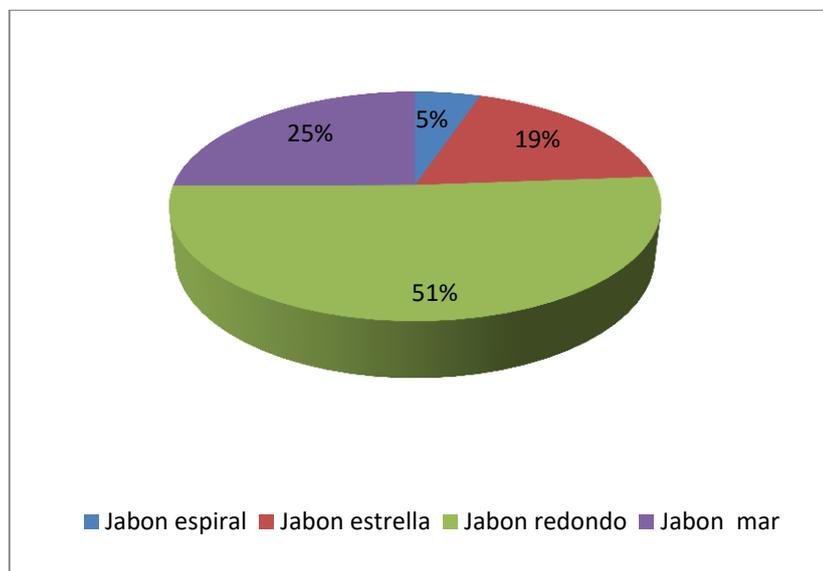


Figura 23: Variedad del producto
Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

En esta pregunta menciona que los posibles consumidores comprarían el jabón

redondo ya que consiste con un 51% de aceptación, en el siguiente puesto vendría el jabón efectos de mar ya que cuenta con diseños personalizados, en este diseño de jabón efecto mar consta de una caracola dentro del jabón en la cual los posibles consumidores aceptan el producto con un 25%.

3.05 Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual o por conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). (Trejo, 2015).

3.05.01 Demanda Histórica

La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objeto de análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución con el fin de tener un elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro. (Villa, 2009).

Dadas las limitaciones en el acceso a la información histórica no se presentan datos exactos de la misma ya que la poca información encontrada no es sustentable.

3.05.02 Demanda Actual

“La demanda actual se determina el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir”. (Carreño, 2014).

Tabla 26:
Demanda Actual

Población total	24287
Muestra según formula apropiada	370,00
Porcentaje de aceptación producto/servicio	0,94

Aceptación del proyecto	22909
Aceptación del proyecto	22909
Porcentaje de mayor frecuencia	0,91
Tiempo de frecuencia	24,00
Frecuencia de compra	502254

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

3.05.03 Demanda Proyectada

“La demanda se define como el requerimiento que realiza la población afectada sobre el conjunto de bienes o servicios, por unidad de tiempo, necesarias para satisfacer su necesidad”. (Rudy, 2010).

Para proyectar la demanda se utilizó la tasa de crecimiento proyectada proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tabla 27:
Demanda Proyectada

Periodo	Demanda	%	Demanda
	Actual "Q"		Proyectada "Q"
2018	502254	0,995	499743
2019	499743	0,995	497244
2020	497244	0,995	494758
2021	494758	0,995	492284
2022	492284	0,995	489823
2023	489823	0,995	487374

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

3.06 Oferta

En un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado (la otra es la demanda) que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado. (Thompson, 2012).

3.06.01 Oferta Histórica

Dadas las limitaciones en el acceso a la información histórica no se presentan datos exactos de la misma ya que la poca información encontrada no es sustentable.

3.06.02 Oferta Actual

En la investigación elaborada dio como resultado que la oferta actual determina por los puntos de ventas establecidas en el sector de Cotocollao.

Tabla 28:
Oferta Actual

Detalle	Variable
demanda actual	502 254,45
% de aceptación competencia	0,51
Oferta actual "q"	256557

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

3.06.03 Oferta Proyectada

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes. (Chambi, 2012).

Tabla 29:
Oferta Proyectada

Periodos	Demanda Actual	Aceptación	Oferta Proyectada
2018	499743	0,51	255274
2019	497244	0,51	253998
2020	494758	0,51	252728
2021	492284	0,51	251464
2022	489823	0,51	250207

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

3.07 Productos sustitutos

“Es un sustituto directo de lo que usted ofrece, en la compañía que cotiza simultáneamente con usted en una licitación o aquella con la cual lo compara su cliente”. (Gómez, 2010).

Para el presente proyecto se han identificado a los siguientes productos sustitutos:

- Jabón líquido
- Shampoo
- Desinfectante para manos

3.08 Balance oferta demanda

Se llama demanda insatisfecha aquella demanda que ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

(Vásquez, 2011).

3.09 Balance actual

Tabla 30:
Balance Actual

Periodo	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
2018	502254	256557	245637

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

3.10 Balance proyectado

Tabla 31:
Balance Proyectado

Periodo	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2019	499743	255274	244469
2020	497244	253998	243247

OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORES UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

2021	494758	252728	242030
2022	492284	251464	240820
2023	489823	250207	239616

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Gabriela Tierra

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2017).

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2015).

Tabla 32:
Tiempo para la elaboración del producto

Procesos para la elaboración del jabón	Total
--	-------

Nombre	juntar	cortar	diluir	mezclar	molde	rosear	enfriado	empacar	
Duración en minutos	1	0,50	1,50	1	0,50	1	5,00	1	11,5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

En esta tabla se detallan todos los procesos para la elaboración del jabón, en donde se contará los tiempos para la elaboración de este.

Tabla 33:

Jornada Empleados

Jornada Empleados				
Número de empleados	1	1	1	3
Jornada diaria	8	8	8	24
Jornada en minuto	480	480	480	1440
Nivel de eficiencia M.O.				90%
Tiempo real				1296
Utilización				90%
Capacidad utilizada				1166

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En la jornada de empleados se va a basar con tres operarios en donde trabajarán las 8 horas diarias, donde se contará la jornada de minuto de 480, ya que el nivel de eficiencia de la mano de obra se cuenta con un 90%, ya que los empleados necesitan un descanso para la elaboración de este, en si el tiempo real de esta jornada se cuenta con un valor de 1,296. La capacidad utilizada para el beneficio de este constara de un valor de 1,166.

Tabla 34:

Capacidad Instalada

Tipo	Jabón	Jabón	Jabón	Jabón Mar	Total
Capacidad	Espiral	Estrella	Redondo		
Diaria	6	21	57	28	113
Semanal	28	107	287	141	563
Mensual	113	428	1149	563	2254
Anual	1352	5139	13794	6762	27047

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Esta capacidad de producción se encontrar toda la elaboración del producto sea diaria, semanal, mensual o anual. Sería un tiempo estimado en la cual se demorar los trabajadores realizando los jabones.

4.01.02 Capacidad Utilizada

También llamado factor de planta se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada de la central hidroeléctrica. Ninguna planta eléctrica produce a plena capacidad permanentemente, debido a las necesidades de mantenimiento, la falta de demanda, o a la escasez estacional de agua en el caso de las centrales hidroeléctricas. (Reid, 2009).

Tabla 35:
Capacidad Óptima

Tipo De Capacidad	Jabón	Jabón	Jabón	Jabón	
	Espiral	Estrella	Redondo	Mar	Total
Producción diaria real	5	19	52	25	101
Producción semanal real	25	96	259	127	507
Producción mensual real	101	385	1035	507	2029
Producción anual real	1217	4625	12414	6086	24342

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

El proceso de producción para la elaboración del jabón en la capacidad utilizada de esta producción se obtiene diario, semanal, mensual y anual para el beneficio de este. Ya que esta capacidad utilizada es parte de la capacidad instalada.

4.02 Localización

El proceso de localización consiste en adaptar un producto para adecuarlo a las necesidades lingüísticas y culturales del país, región o idioma donde se pretende comercializar y usar. Son necesarios amplios conocimientos sobre el idioma, las peculiaridades culturales, las connotaciones lingüísticas y otros aspectos para conseguir que el producto realice las mismas funciones tanto en el mercado local como en el extranjero. (Medrano, 2007).

4.02.01 Macro – Localización

En esto consiste en determinar en qué lugar del país es más conveniente ubicar el proyecto, provincia o cantón para la implementación de la Micro-Pyme.

Tabla 36:
Macro localización

Detalle	Variable
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cuidad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao

Fuente: Banco Central de Ecuador
Elaborado por: Gabriela Tierra



Figura 24: Macro-Localización

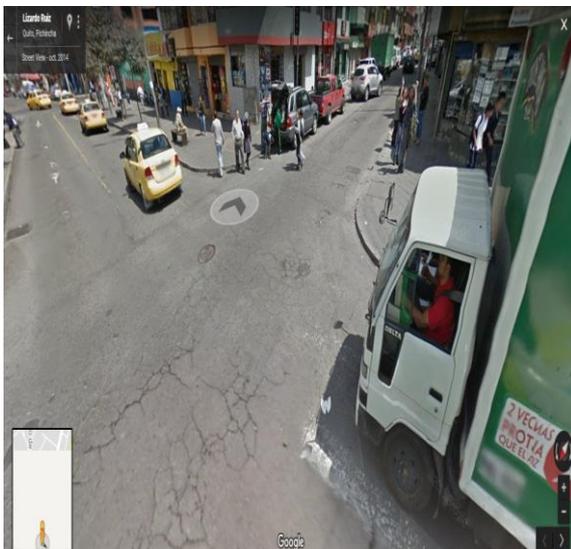
Fuente: Google Mapas

Elaborado Por: Gabriela Tierra

4.02.02 Micro – Localización

Micro localización, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macrozona. (De Dios, 2012).

Para reflejar la localización óptima se apoyará mediante un gráfico de micro localización.



OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

Figura 25: Micro-Localización

Fuente: Google Mapas

Elaborado por: Gabriela Tierra

4.02.03 Localización Óptima

“La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital”. (Ordoñez, 2017).

Para el presente proyecto se ha seleccionado 3 posibles alternativas de localización.

Estas son:

- **Alternativa 1:** Av. Vicente López y José María Guerrero
- **Alternativa 2:** Av. Lizardo Ruiz y 25 mayo
- **Alternativa 3:** Av. Lizardo Ruiz y John F. Kennedy

Para definir aquella que sea óptima para el proyecto se realizará un análisis de ponderación de factores mismo que se desarrolla a continuación:

Tabla 37:

Localización Óptima

Factores	Peso Asignado	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Cal	ponderada	Cal.	ponderada	Cal.	ponderada
Cercanía del cliente	0,30	5	1,50	8	2,40	7	2,10
Cercanía de proveedores	0,15	7	1,05	7	1,05	6	0,90
Competidores	0,15	5	0,75	5	0,75	5	0,75
Accesibilidad	0,10	6	0,60	6	0,60	5	0,50
Seguridad	0,05	5	0,25	5	0,25	2	0,10
Demografía	0,05	9	0,45	9	0,45	7	0,35
Servicios básicos	0,20	9	1,80	9	1,80	8	1,60
Total	1		6,40		7,30		6,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Se puede evidenciar que después del análisis de ponderación de factores la localización óptima para el presente proyecto es la alternativa número 2, es decir, la dirección Av. Lizardo Ruiz y 25 mayo.

4.03 Ingeniería del producto

“Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio” (Talledos, 2012).

Para el funcionamiento de esta se van a emplear es lo siguientes:

- Todas las maquinarias y equipos necesarios para la elaboración del producto.
- Lugar de implantación del proyecto para el beneficio de esta.
- Las cantidades requeridas de insumo y productos.
- Diseñar un plan funcional para el manejo de la planta de producción.

4.03.01 Definición del Bien y Servicio

“Producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto”. (Pérez, 2012).

4.03.01.01 Descripción del Producto

Producto se basa con nuevas ideas de innovación, en la cual consta con nuevos diseños, aromas o fragancias, esencias que cautivaran el olfato y la visualización de cada uno de los consumidores, ya que este producto se basa con nuevas presentaciones para el beneficio de todos los compradores.

El presente producto se comercializará en paquetes unitarios o en pequeños paquetes de 2 unidades.

*Nunca ha sido más
divertido limpiar tu piel*

Figura 26: Frase Slogan
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra



Figura 27: Diseño Logotipo
Fuente: Investigación propi
Elaborado por: Gabriela Tierra

4.04 Distribución de Planta

El área total del local es de 110m² y se subdivide en los siguientes departamentos de esta:

- Área de producción: 3m² X 4,50m²: 13.05 m².
- Gerente general: 4m² X 3,50m²: 14 m².
- Área contabilidad: 4m² X 3,50 m²: 14 m²
- Baño corredor oficina: 3 m² X 2,50 m² (1.25m² hombre y mujer): 7,50 m²
- Corredor producción: 3 m² X 1,50 m²: 4,50 m²
- Corredor contabilidad y gerencia: 6,20 m² X 2,50 m²: 15,50 m²
- Parqueadero interno: 4,20 m² X 3 m²: 12,60 m²
- Punto de venta: 5 m² X 3 m²: 15m²

- Baño punto de venta: 3 m² X 2,50 m² (1.25m² hombre y mujer): 7,50 m²
- Cafetería: 1,20 m² X 3,50 m²: 4,20 m².

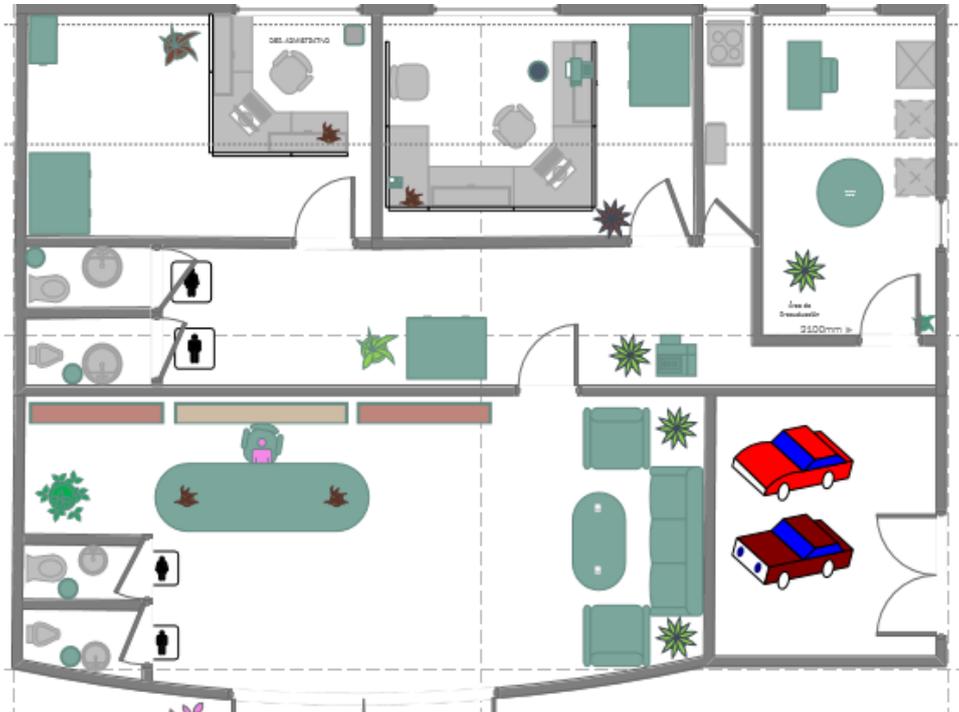


Figura 28: Diseño Planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

4.05 Procesos de producción

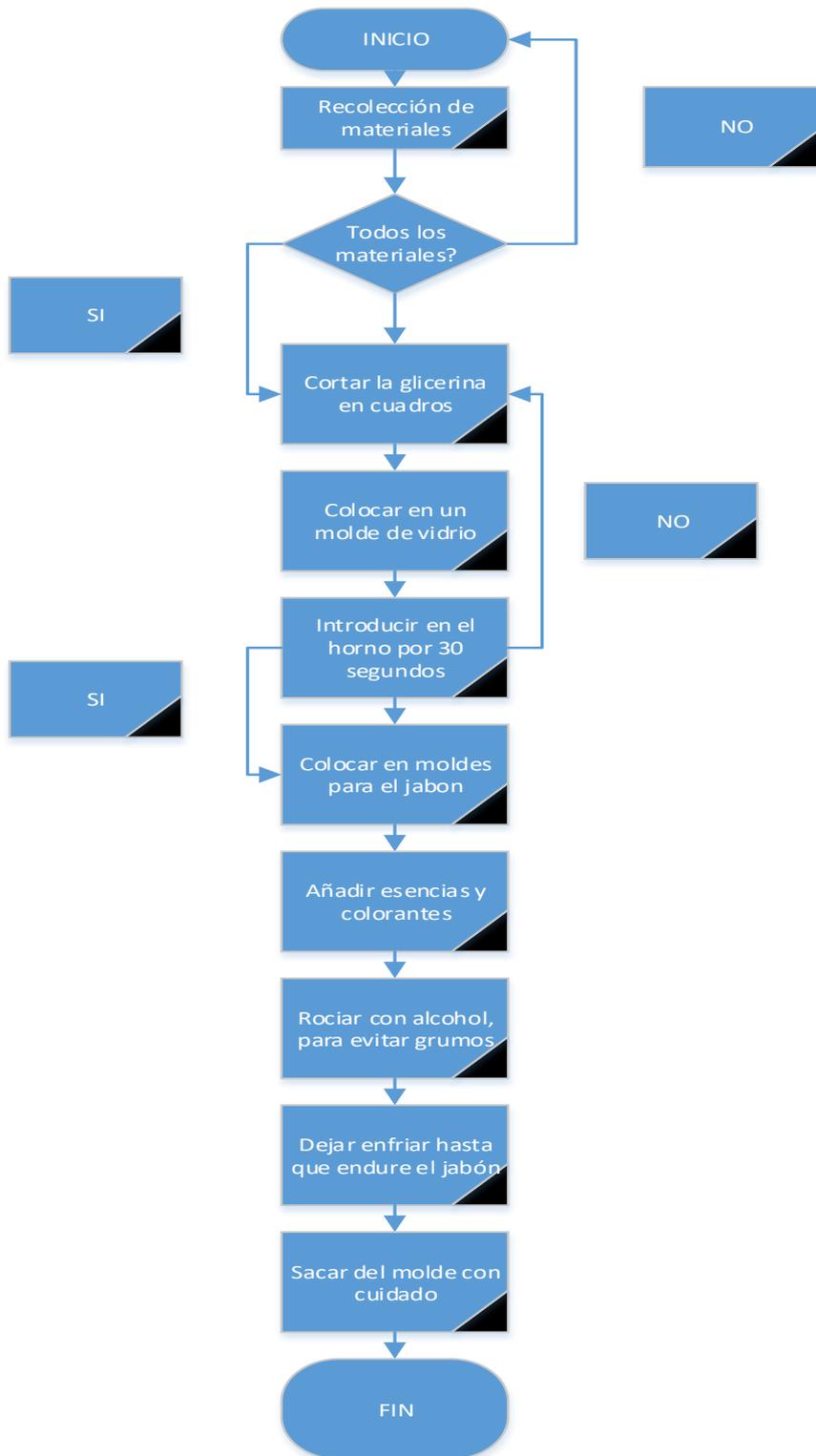


Figura 29: Proceso de Producción

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Gabriela Tierra

4.06 Maquinaria y Equipo

4.06.01 Maquinaria

La palabra máquina es una palabra que presenta un uso recurrente en nuestro idioma dado que denomina al aparato, artefacto, compuesto por un conjunto de mecanismos y de piezas, tanto fijas como móviles, cuya marcha permite dirigir, regular, o en su defecto. (Ucha, 2012).

4.06.02 Equipo

Una oficina es un local que se destina a la realización de algún trabajo. Se trata de un espacio físico que puede estar organizado de distintas formas y presentar diversas características de acuerdo con su función y a la cantidad de personas que deba alojar. (Pérez, 2009).

La maquinaria para la elaboración de los Jabones es necesario para así agilizar el proceso productivo de manera más rápida y espontánea.

Tabla 38:

Maquinaria y Equipo

Ítem	Maquinaria / Equipo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Horno	Maquinaria	1	1100,00	1100,00
Cortadora	Maquinaria	2	350,00	700,00
Moldes	Maquinaria	4	0,54	2,16
Enfriador Vitrina	Maquinaria	2	480,00	960,00
Archivador	Equipo	3	150,00	450,00
Fax Panasonic	Equipo	2	80,00	160,00
Teléfono Panasonic	Equipo	2	350,00	700,00
Escritorio De Oficina	Equipo	3	560,00	1680,00
Sillas Giratorias	Equipo	3	180,00	540,00
Sillas Normales	Equipo	6	90,00	540,00
Computadora Escritorio	Equipo	3	1200,00	3600,00
Impresora Epson	Equipo	2	560,00	1120,00
Total				11552,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

5.01.01 Ingresos operacionales

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico. (Suárez, 2009).

5.02 Costos

“El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión”. (Altahona, 2009).

5.02.01 Costos directo

Estos costes se asocian con el producto de una forma muy clara, sin necesidad de

ningún tipo de reparto. Se producen cuando las empresas establecen mecanismos de control para conocer con exactitud la cantidad de coste que va al producto, servicio o sección. (Mazuelas, 2014).

5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD)

“El primero de los elementos de producción, también denominado materiales, comprende los elementos naturales o los productos terminados de otra industria que componen el producto. Este elemento del costo se divide en dos: materia prima directa y materia prima indirecta”. (Salinas, 2015).

Tabla 39:
Materia Prima Jabón Espiral

Materia Prima Jabón Espiral				
Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo
	Medida		Medida	Unitario
Glicerina	Unidad	1	3,06	0,38
Fragancias rosas	Unidad	1	2,17	0,09
colorante	Unidad	1	2,18	0,09
moldes	Unidad	1	0,54	0,54
Total Materia Prima producto jabón Espiral				1,10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 40:
Materia Prima Jabón Estrella

Materia Prima Jabón Estrella				
Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo
	Medida		Medida	Unitario
Glicerina	Unidad	1	3,06	0,26
Fragancias coco	Unidad	1	1,61	0,06
colorante	Unidad	1	2,18	0,09
moldes	Unidad	1	0,54	0,54
Total Materia Prima producto jabón estrella				0,95

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 41:
Materia Prima Jabón Redondo

Materia Prima Jabón Redondo				
Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo
	Medida		Medida	Unitario
Glicerina	Unidad	1	3,06	0,17
Fragancia	Unidad	1	2,17	0,09
manzanilla				
colorante	Unidad	1	2,18	0,09
moldes	Unidad	1	0,54	0,54
Total Materia Prima producto jabón Redondo				0,88

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 42:
Materia Prima Jabón Mar

Materia Prima Jabón Mar				
Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unidad	Costo
	Medida		Medida	Unitario
Glicerina	Unidad	1	3,06	0,61
Fragancias	Unidad	1	1,61	0,06
rosas				
colorante	Unidad	1	2,18	0,09
moldes	Unidad	1	0,54	0,54
Total Materia Prima producto jabón Efecto Mar				1,30

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Para la utilización de la materia prima de los jabones se va a utilizar la glicerina como ingrediente principal ya que esto requiere de muchos pasos para la elaboración de este en estas tablas se puede observar el costo de producción de cada uno de ellos, para la producción del jabón espiral da un costo producción de un \$ 1,10 en donde se puede evidenciar que este costo no es grande ya que con la barra de la glicerina sale

6 jabones.

En la producción de la materia prima del jabón estrella da un valor de producción de \$ 0,95 ya que se puede evidenciar los mismos ingredientes que se utilizan en los anteriores jabones simplemente van con nuevos mecanismos de elaboración.

En la elaboración de la materia prima del jabón redondo sale un valor de 0,88 centavos en donde se puede evidenciar que los costos son menores.

Para el jabón mar requiere de más materia prima ya que en este jabón va más glicerina y más pasos para la elaboración de este. Da un valor de 1,30 para la producción de este mismo.

Con estos valores que se observa en las tablas, se puede evidenciar los valores que costarían la materia prima para la elaboración de los jabones.

5.02.01.02 Mano de Obra Directa (MOD)

Es la que invierte directamente en la transformación o elaboración de la materia prima, sin cuya aplicación no podemos hacer el producto esta consumida como las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. (Herrera, 2014).

Tabla 43:
Mano de Obra Directa

Sueldo Básico	Valor/Hora	Tiempo de Producción	Tiempo Horas	Costo Unitario
398,13	1,66	11,50	0,25	0,40
Total				0,40

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Se considera que los 0.40 centavos sale del tiempo que se utiliza los operarios para hacer el jabón.

5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto. (Martell, 2006).

Tabla 44:
Costos Indirectos de Fabricación

Ítem	Costo Unitario
Luz	\$0,02
Empaque	\$0,19
Total	\$0,21

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

5.02.02.01 Resumen Costos

Tabla 45:
Resumen de Costos

Costo	Jabón espiral	Jabón estrella	Jabón redondo	Jabón mar
Materia Prima	1,10	0,95	0,88	1,30
Mano de Obra	0,40	0,40	0,40	0,40
CIF	0,21	0,21	0,21	0,21
Total	1,71	1,56	1,50	1,92

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

5.02.03 Calculo de Ingresos Operacionales

Cuando ya se haya determinado los tres principales costos, se realizará los respectivos cálculos que son los ingresos operacionales con la finalidad de tomar en cuenta la utilidad.

Tabla 46:
Precio Producto Jabón Espiral

Detalle	Variable	Porcentaje
Precio	3,20	100%
Costo	1,71	53%
Utilidad Bruta	1,49	47%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 47:
Precio Producto Jabón Estrella

Detalle	Variable	Porcentaje
Precio	2,81	100%
Costo	1,56	56%
Utilidad Bruta	1,25	44%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 48:
Precio Producto Jabón Redondo

Detalle	Variable	Porcentaje
Precio	2,51	100%
Costo	1,5	60%
Utilidad Bruta	1,01	40%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 49:
Precio Producto Jabón Mar

Detalle	Variable	Porcentaje
Precio	4,00	100%
Costo	1,92	48%
Utilidad Bruta	2,08	52%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Se procede a realizar las proyecciones de las ventas anuales en el tiempo de duración del proyecto que es de 5 años, con la finalidad de tomar en consideración el promedio de la tasa del indicador económico que es la inflación que se encuentra con un 3.01%. Se considera la utilidad bruta para cada uno de los productos a vender. Proyecciones de las ventas por cada año.

Tabla 50:
Ventas producto Jabón Espiral

Ventas producto Jabón Espiral					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Precios	3,20	3,30	3,40	3,50	3,60
Cantidades	1217	1238	1259	1280	1302
Ventas	3896,56	4082,08	4276,43	4480,04	4693,34

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 51:
Ventas producto Jabón Estrella

Ventas producto Jabón Estrella					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Precios	2,81	2,89	2,98	3,07	3,16
Cantidades	4625	4704	4784	4865	4948
Ventas	12974,11	13591,83	14238,96	14916,9	15627,12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 52:

OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORES UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

Ventas producto Jabón Redondo

Ventas producto Jabón Redondo					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Precios	2,51	2,58	2,66	2,74	2,82
Cantidades	12414	12625	12840	13058	13280
Ventas	31131,82	32614,06	34166,87	35793,61	37497,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 53:

Ventas producto Jabón Mar

Ventas producto Jabón Mar					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Precios	4,00	4,12	4,25	4,37	4,51
Cantidades	6086	6189	6294	6401,16653	6510
Ventas	24350,96	25510,35	26724,94	27997,37	29330,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Proyección del costo de producción por cada año:

Tabla 54:

Costo producto Jabón Espiral

Costo producto Jabón Espiral					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Costo	1,71	1,76	1,81	1,87	1,92
Cantidades	1217	1238	1259	1280	1302
Costo de Producción	2080,76	2179,83	2283,61	2392,34	2506,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 55:

Costo producto Jabón Estrella

Costo producto Jabón Estrella					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023

Costo	1,56	1,61	1,66	1,70	1,76
Cantidades	4625	4704	4784	4865	4948
Costo de Producción	7213,61	7557,06	7916,86	8293,8	8688,68

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 56:
Costo producto Jabón Redondo

Costo producto Jabón Redondo					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Costo	1,50	1,54	1,59	1,64	1,69
Cantidades	12414	12625	12840	13058	13280
Costo de Producción	18585,7	19470,59	20397,62	21368,79	22386,19

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 57:
Costo producto Jabón Mar

Costo producto Jabón Mar					
Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Costo	1,92	2,00	2,00	2,10	2,20
Cantidades	6086	6189	6294	6401	6510
Costo de Producción	11664,11	12219,46	12801,25	13410,74	14049,25

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

5.02.03.01 Egresos Operacionales

“Comprende los ingresos provenientes de transacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico e incluye entre otros, a este tipo de ingresos se le denomina ingresos no operacionales”. (Centeno, 2017).

La micro-pyme no genera Ingresos no operacionales ya que este solamente se

desarrolla en una sola actividad económica para el beneficio de esta.

5.02.04 Gastos administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son

Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. (Nuñez, 2017).

El total de los Gastos Administrativos se considera lo siguiente:

Tabla 58:
Gastos administrativos

Periodo	Gasto Administrativo
2019	14.271,03
2020	15.199,07
2021	15.588,21
2022	15.988,58
2023	16.400,51

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Para los gastos administrativos se utilizó los siguientes enunciados:

- Gasto Sueldo Gerente: se pagar \$550,00 mensual con los benéficos de ley, se elabora una proyección para los 5 años del proyecto.
- Gasto Sueldo Contador: el contador es por medio de facturación ya que estará 3 veces a la semana y se consideró pagarle \$200,00
- Arriendo: se considera ya que la planta consta de 110m², en la cual el arriendo de esta está en un valor \$ 210,00 mensual. y en la cual cada año subirá por medio de la inflación que afecte al mismo.

- Suministro: se considera los materiales que se utilizará en la micro-pyme, de igual manera se incrementa de acuerdo con la inflación.
- Servicios Básicos: se considera agua (\$6,00), luz (\$12,00) e internet (\$18,00). En la cual da un gasto de \$36,00 se toma en cuenta la inflación también ya que está en constante cambio.

5.02.05 Gasto de ventas

Es el gasto en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende o el conjunto de esfuerzos medibles en unidades monetarias que tienen que desembolsarse para llevar a cabo la adquisición de las mercancías o la producción de bienes o servicios. (Solís, 2014).

Tabla 59:
Gasto de ventas

Periodo	Gasto Venta
2019	11.465,64
2020	9.979,27
2021	10.345,22
2022	10.713,89
2023	11.085,37

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Para el gasto de ventas se utilizó los siguientes enunciados:

- Gasto Sueldo Cajera/Vendedora se le pagara el sueldo básico que es de \$398,00, de la misma manera tendrá los beneficios de ley.
- Se considera el gasto publicidad ya que se usará las redes sociales, volantes y

gigantografías, en la cual se estima un gasto de \$430,00 ya que este valor se gasta así por lo que es el inicio de la micro-pyme.

- En el total de gasto de venta se considera la suma de la publicidad el primer año del rol de pagos de la Cajera/Vendedora de igual manera se hace el mismo procedimiento para los cuatro años restantes.

5.02.06 Costos financieros

“Los costes financieros son considerados como una variable fundamental del análisis económico, por lo que se puede considerar como un elemento básico para la planificación y selección de inversiones y desinversiones”. (Jiménez, 2017).

Tabla 60:
Costos financieros

ITEM	Tasa de interés
Cooac. Fernando Daquilema Micro PYMES	25.50%
Cooac. Loja Ltda.	22.30%
Cooac. Andalucía Ltda.	21.00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Mediante la investigación realizada se iniciará con los trámites correspondientes para la obtención del crédito en la Cooperativa de ahorro y crédito Andalucía Ltda. Ya que su tasa de interés consta de un 21%, el crédito se concede a 60 meses ya que el mismo es un crédito vinculado.

5.02.07 Costos fijos y variables

5.02.07.01 Costos Variables

“Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la

producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa”. (González, 2002).

5.02.07.02 Costos Fijos

“Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta”. (González, 2002).

5.03 Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias”. (Bembibre, 2009).

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 61:
Inversiones

Inversiones	Valor
Activos Fijos	11552,16
Activos Diferidos	100,00
Capital de Trabajo	5440,07
Total Inversión	17092,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En los activos fijos se recopila el valor del costo total de la maquinaria que se deprecian que es el valor \$ 11552,16, en los activos diferidos se añade la cuenta de gasto de constitución que tiene un valor de \$ 100, para el capital de trabajo va constituido por el capital diario y días de desfase, en la cual está con un valor de \$ 5440,07. Y es así como sale el total de a la inversión.

5.03.01 Inversión fija

“Las inversiones fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es

el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros”. (Montes, 2012).

5.03.01.01 Activos fijos

“Se denominará activos fijos a aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”. (Ucha, 2009).

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 62:
Activos Fijos

Activos	Costo
Maquinarias	2762,16
Equipos de oficina	4070,00
Equipos de Computación	4720,00
Total Activos Fijos	11552,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Para los activos fijos se considera las maquinarias, equipos de oficina y equipos de computación para realizar sus respectivas depreciaciones a lo que refiere sus años y su vida útil de cada uno de ellos.

5.03.01.02 Activos nominales (diferidos)

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. (Valdés, 2001)

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 63:
Activos nominales (diferidos)

Activos	Valor
Gasto de constitución	100,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Los gastos de constitución se consideran como los gastos de notarías o gastos para permisos en la cual necesite la micro-pyme.

5.03.02 Capital de trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año”. (Ynfante, 2009).

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 64:
Capital de trabajo

Inversión Capital de Trabajo	
Costo de producción	39544,18
Gasto Administrativo	14271,03
Gasto de Ventas	11465,64
Capital de Trabajo	65280,84
Días del Año	360,00
Capital Trabajo Diario	181,34
Días de Desfase	30,00
Capital de Trabajo Real	5440,07

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

El capital de trabajo es útil para la micro-pyme ya que este establece el equilibrio patrimonial de la misma, este capital de trabajo se obtiene con los 365 días del año ya que se considera también los costos de producción, gasto administrativo y gasto

de ventas. Ya que los días de desfase se refieren a lo que produce la micro-pyme hasta que genera la ganancia.

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

De todas las actividades de un negocio, la de reunir el capital es de las más importantes, la forma de conseguir ese capital es a lo que se llama financiamiento, a través de los financiamientos, se les brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan. (López, 2014).

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 65:
Fuentes de financiamiento

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos Propios	13092,23	79%
Deuda	4000,00	21%
Total	17092,23	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En las fuentes de financiamiento se considera como recursos propios todo aquello que posee la micro-pyme como propio para la deuda se resta total inversión con los recursos propios y da un valor de \$ 4000,00 en la cual contiene un 21% de participación de deuda.

5.03.04 Amortización de financiación (tabla de amortización)

La tabla de amortización lo podemos interpretar como un estado de cuenta de un crédito que contempla una sola disposición y el comportamiento de este durante su vigencia, es decir, se establecen en ella el monto del préstamo y las disminuciones de este conforme ocurren los pagos fijos u extemporáneos, los

intereses generados sobre el saldo, el importe del pago periódico y el número de periodos que durará en liquidarse el adeudo. (Escobar, 2013).

El método que se va a utilizar para este proyecto es el alemán ya que este método contiene las cuotas decrecientes.

5.03.04.01 Método Alemán

A la hora de realizar un préstamo a largo plazo, es importante tener en cuenta qué tipo de sistema de amortización se va a emplear a la hora de calcular las cuotas. El sistema de amortización alemán es junto al sistema de amortización francés, uno de los sistemas de amortización más utilizados en los préstamos hipotecarios. (Alarcón, 2014).

Datos para la amortización:

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 66:

Datos para la amortización:

Tiempo	60	Meses
Tasa	21%	1,75%
Capital	4000,00	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 67:

Tabla de Amortización

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0,00	0,00	0,00	0,00	4000,00
1	4000,00	70,00	108,21	38,21	3961,79
2	3961,79	69,33	108,21	38,88	3922,90
3	3922,90	68,65	108,21	39,56	3883,34
4	3883,34	67,96	108,21	40,25	3843,09
5	3843,09	67,25	108,21	40,96	3802,13
6	3802,13	66,54	108,21	41,68	3760,45
7	3760,45	65,81	108,21	42,41	3718,05

8	3718,05	65,07	108,21	43,15	3674,90
9	3674,90	64,31	108,21	43,90	3631,00
10	3631,00	63,54	108,21	44,67	3586,32
11	3586,32	62,76	108,21	45,45	3540,87
12	3540,87	61,97	108,21	46,25	3494,62
13	3494,62	61,16	108,21	47,06	3447,57
14	3447,57	60,33	108,21	47,88	3399,68
15	3399,68	59,49	108,21	48,72	3350,97
16	3350,97	58,64	108,21	49,57	3301,39
17	3301,39	57,77	108,21	50,44	3250,96
18	3250,96	56,89	108,21	51,32	3199,63
19	3199,63	55,99	108,21	52,22	3147,41
20	3147,41	55,08	108,21	53,13	3094,28
21	3094,28	54,15	108,21	54,06	3040,22
22	3040,22	53,20	108,21	55,01	2985,21
23	2985,21	52,24	108,21	55,97	2929,23
24	2929,23	51,26	108,21	56,95	2872,28
25	2872,28	50,26	108,21	57,95	2814,33
26	2814,33	49,25	108,21	58,96	2755,37
27	2755,37	48,22	108,21	59,99	2695,38
28	2695,38	47,17	108,21	61,04	2634,33
29	2634,33	46,10	108,21	62,11	2572,22
30	2572,22	45,01	108,21	63,20	2509,02
31	2509,02	43,91	108,21	64,31	2444,71
32	2444,71	42,78	108,21	65,43	2379,28
33	2379,28	41,64	108,21	66,58	2312,71
34	2312,71	40,47	108,21	67,74	2244,97
35	2244,97	39,29	108,21	68,93	2176,04
36	2176,04	38,08	108,21	70,13	2105,91
37	2105,91	36,85	108,21	71,36	2034,55
38	2034,55	35,60	108,21	72,61	1961,94
39	1961,94	34,33	108,21	73,88	1888,06
40	1888,06	33,04	108,21	75,17	1812,89
41	1812,89	31,73	108,21	76,49	1736,40
42	1736,40	30,39	108,21	77,83	1658,57
43	1658,57	29,03	108,21	79,19	1579,38
44	1579,38	27,64	108,21	80,57	1498,81
45	1498,81	26,23	108,21	81,98	1416,83
46	1416,83	24,79	108,21	83,42	1333,41
47	1333,41	23,33	108,21	84,88	1248,53
48	1248,53	21,85	108,21	86,36	1162,16
49	1162,16	20,34	108,21	87,88	1074,29
50	1074,29	18,80	108,21	89,41	984,87
51	984,87	17,24	108,21	90,98	893,90
52	893,90	15,64	108,21	92,57	801,33
53	801,33	14,02	108,21	94,19	707,14
54	707,14	12,37	108,21	95,84	611,30
55	611,30	10,70	108,21	97,52	513,78

OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORES UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

56	513,78	8,99	108,21	99,22	414,56
57	414,56	7,25	108,21	100,96	313,60
58	313,60	5,49	108,21	102,73	210,88
59	210,88	3,69	108,21	104,52	106,35
60	106,35	1,86	108,21	106,35	0,00
Total		2492,81		4000,00	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Vale recalcar que existe el método francés, en la cual este método las cuotas son fijas, y se encuentra en el Anexo 2.

5.03.05 Depreciación (tabla de depreciación)

“La depreciación es la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda de este”.

(Díaz, 2015).

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 68:
Depreciación

Activos	Costo	Vida Útil	2018	2019	2020	2021	2022	Valor Libros	Valor Rescate
Maquinarias	2762,16	10	276,22	276,22	276,22	276,22	276,22	1381,08	
Equipos de Oficina	4070,00	10	407,00	407,00	407,00	407,00	407,00	2035,00	
Equipos Computación	4720,00	3	1573,33	1573,33	1573,33	0,00	0,00	0,00	
TOTAL			2256,55	2256,55	2256,55	683,22	683,22	3416,08	3500,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

En las depreciaciones se consideró las maquinarias, equipos de computación y equipos de oficina, ya que en esta tabla se elabora para los cinco años, esto quiere decir que se deprecia con su costo de venta, la vida útil, para sacar el valor de los

libros restamos de todos los años estimados.

5.03.06 Amortización

“En una amortización el deudor da al prestamista (institución financiera) un reembolso del dinero otorgado por este último en un plazo convenido y con tasas de interés (fijas o variables) previamente acordadas”. (Eslava, 2003).

Tabla 69:
Amortización

Amortización Activos Nominales							
Activos	costo	vida útil	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto de Constitución	100,00	5	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En la Amortización de Activos Nominales se considera la cuenta de gasto de constitución en la cual se elabora para los cinco años, esto quiere decir que se amortiza con su respectivo valor.

5.03.07 Estado de Situación Inicial

“Se lo conoce como la demostración que presenta el comerciante o empresario al inicio de sus operaciones comerciales”. (Ramos, 2012).

Empresa “DUO SOAP”
Del 01 Enero al 31 Diciembre

Tabla 70:
Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial	2018
Caja	5440,07
Total Activos Corrientes	5440,07
Maquinaria	2762,16
Depreciación Acumulativo maquinaria	0,00
Equipos de Oficina	4070,00
Depreciación Acumulativo Equipo de Oficina	0,00
Equipos de Computación	4720,00
Depreciación Acumulativo Equipos de Computación	0,00
Total Activos Fijos	11552,16
Gasto de Constitución	100,00
Amortización Acumulada Gasto de Constitución	0,00

Total Activo Diferidos	100,00
Total Activos	17092,23
Deuda Bancaria	4000,00
Total Pasivo	4000,00
Capital	13092,23
Utilidad Retenida	0,00
Total Patrimonio	13092,23
Total pasivo + Total Patrimonio	17092,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este Estado de Situación Inicial o llamado también estado de situación Financiera, es todo aquello que dispone la micro-pyme ya que consta de Activos, Pasivos y Patrimonio, esto nos quiere decir que se puede demostrar cómo se encuentra la micro-pyme.

El estado de situación inicial demuestra en qué estado se encuentra ya que se puede visualizar las cuentas caja, depreciaciones, gasto de constitución, la utilidad etc.

5.03.08 Estado de Resultados Proyectado

“El pronóstico de ingresos o de ventas fue lo que dio origen a nuestro ejercicio de planeación; ese proviene del área comercial que nos indica la cantidad de productos y el precio de estos”. (Rosas, 2012).

Empresa “DUO SOAP”
Del 2018 al 2023

Tabla 71:
Estado de Resultados Proyectado

	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	72353,45	75798,32	79407,21	83187,92	87148,64
Costo de Producción	39544,18	41426,94	43399,35	45465,66	47630,36
Utilidad Bruta	32809,28	34371,38	36007,86	37722,26	39518,28
Gasto Administración	14271,00	15199,00	15588,00	15989,00	16401,00
Gasto de Ventas	11465,64	9979,27	10345,22	10713,89	11085,37

Depreciación	2256,55	2256,55	2256,55	683,22	683,22
Amortización	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Utilidad Operativa	4796,06	6916,50	7797,88	10316,56	11329,19
Gasto Interés	793,18	676,22	532,19	354,82	136,40
Utilidad antes de impuestos	4002,87	6240,28	7265,69	9961,75	11192,79
Impuesto	600,43	936,04	1089,85	1494,26	1678,92
Utilidad Neta	3402,44	5304,24	6175,84	8467,49	9513,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

El estado de resultado proyectado son los valores finales de los ingresos y costos operativos como las ventas, costos de ventas, costos de operación y los costos financieros, en la cual la empresa “DUO SOAP”, cuenta con una proyección a cinco años.

5.03.09 Balance General Proyectado

Empresa “DUO SOAP”
Del 2018 al 2023

Tabla 72:
Balance General Proyectado

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Caja	5440,07	10613,68	17572,13	25258,14	33485,10	51467,50
Total Activos Corrientes	5440,07	10613,68	17572,13	25258,14	33485,10	51467,50
Maquinaria	2762,16	2762,16	2762,16	2762,16	2762,16	2762,16
Depreciación Acumulativo maquinaria	0,00	276,22	552,43	828,65	1104,86	1381,08
Equipos de Oficina	4070,00	4070,00	4070,00	4070,00	4070,00	4070,00
Depreciación Acumulativo Equipo de Oficina	0,00	407,00	814,00	1221,00	1628,00	2035,00
Equipos de Computación	4720,00	4720,00	4720,00	4720,00	0,00	0,00
Depreciación Acumulativo Equipos de Computación	0,00	1573,33	3146,67	4720,00	0,00	0,00
Total Activos Fijos	11552,16	9295,61	7039,06	4782,51	4099,30	3416,08
Gasto Constitución	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Amortización acumulado gasto constitución	0,00	20,00	40,00	60,00	80,00	100,00
Total Activos Diferidos	100,00	80,00	60,00	40,00	20,00	0,00
Total Activos	17092,23	19989,30	24671,19	30080,65	37604,40	54883,58
Deuda Bancaria	4000,00	3494,62	2872,28	2105,91	1162,16	0,00
Total Pasivo	4000,00	3494,62	2872,28	2105,91	1162,16	0,00

OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

Capital	13092,23	13092,23	13092,23	13092,23	13092,23	13092,23
Utilidad Retenida	0,00	3402,44	8706,68	14882,52	23350,00	41791,35
Total Patrimonio	13092,23	16494,67	21798,91	27974,75	36442,23	54883,58
Total Pasivo + Total Patrimonio	17092,23	19989,30	24671,19	30080,65	37604,40	54883,58

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En el balance general se coloca todas las cuentas que se ha utilizado al transcurso de esta micro-pyme ya que este balance o estado financiero se refleja todo el movimiento contable ya que se distribuye en activos, pasivos y patrimonio que posee el mismo.

5.03.10 Flujo Caja

“El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado”. (Moreno, 2010).

Empresa “DUO SOAP”

Del 2018 al 2023

Tabla 73:
Flujo Caja

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Operativa	0,00	4796,06	6916,50	7797,88	10316,56	11329,19
(+) Depreciación	0,00	2256,55	2256,55	2256,55	683,22	683,22
(+) Amortización	0,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
(-) Impuesto	0,00	600,43	936,04	1089,85	1494,26	1678,92
(=) Flujo Efectivo Operaciones	0,00	6472,18	8257,01	8984,57	9525,52	10353,48
(-) Inversión activos fijos	-11552,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Recuperación Activos Fijos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3487,41
(=) Total Gasto de Capital	-11552,16	0,00	0,00	0,00	0,00	3487,41
(-) Capital de Trabajo	-5440,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Recuperación de Capital de Trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5440,07
(=) Total Capital de Trabajo	-5440,07	0,00	0,00	0,00	0,00	5440,07
(=) Flujo de Caja del Proyecto	-17092,23	6472,18	8257,01	8984,57	9525,52	19280,97
(+) Préstamo	4000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

(-) Gasto Interés	0,00	793,18	676,22	532,19	354,82	136,40
(-) Devolución de Capital	0,00	505,38	622,34	766,37	943,74	1162,16
(=) Flujo de Caja del Inversionista	-13092,23	5173,61	6958,45	7686,01	8226,96	17982,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En el flujo de caja se observa que los resultados son positivos tanto para el flujo de caja del proyecto como lo es el flujo de caja del inversionista. De la misma manera se considera estimar los valores para los cinco años del proyecto.

5.04 Evaluación financiera

“La Evaluación Financiera es un estudio analítico que contrasta la información económico-financiera de cada proyecto con los entornos social, económico y financiero”. (Núñez, 2011).

5.04.01 Tasa de descuento

La tasa utilizada para descontar las obligaciones de beneficios post-empleo (tanto financiadas como no) se determinará utilizando como referencia los rendimientos del mercado, al final del periodo sobre el que se informa, correspondientes a las emisiones de bonos u obligaciones empresariales de alta calidad. (Ramírez, 2017).

5.04.02 Calculo del TMAR

Para el cálculo de la TMAR se utiliza los siguientes indicadores:

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 74:
Cálculo del TMAR

	TMAR
Inflación Promedio	3,01%
Tasa de Riesgo País	6,81%
Prima de Riesgo	4,00%
Total	13,82%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

5.04.03 Valor Actual Neto (VAN)

“Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN)”. (Velayos, 2015).

Para obtener el valor actual neto se utilizará la siguiente fórmula:

$$VA = \frac{D}{(1+i)} + \frac{D2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Dn}{(1+i)^n}$$

Figura 30: Valor Actual Neto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 75:

Valor Actual Neto

VAN	
Flujo de caja proyectado	
Inversión	-17092,23
T-MAR o Tasa de descuento	13,82%
Año 2019	6472,18
Año 2020	8257,01
Año 2021	8984,57
Año 2022	9525,52
Año 2023	19280,97
VAN	16829,85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En esta base se calcula de la T-MAR se obtiene un valor actual neto de **16,829.85**

en la cual demuestra que este proyecto de la micro-pyme es viable, ya que se toma en cuenta mientras más elevado sea la cantidad es más factible la propuesta de este.

5.04.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (Vaquiro, 2012).

- Si la TIR (> mayor) a la TMAR el proyecto es rentable.
- Si la TIR es (< menor) a la TMAR el proyecto no es rentable

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

Figura 31: Tasa Interna de Retorno

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 76:

Tasa Interna de Retorno

TIR	
Periodo de recuperación del proyecto	
Inversión	-17092,23
2019	6472,18
2020	8257,01
2021	8984,57
2022	9525,52
2023	19280,97
TIR	43%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

5.04.05 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

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

(Vaquiro, 2010).

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

□ **Donde:**

- **a**= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.
- **b**= Inversión inicial.
- **C**= Suma de lo flujos de efectivo anteriores.
- **d**= FNE del año en que se satisface la inversión.

Figura 32: Periodo de Recuperación de la Inversión

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 77:

Periodo de recuperación del proyecto

Periodo de recuperación del proyecto		
Año	Flujos	Acumulados
2018	-17092,23	-17092,23
2019	6472,18	-10620,05
2020	8257,01	-2363,05
2021	8984,57	6621,53
2022	9525,52	16147,04
2023	19280,97	35428,01

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

PRI= 2 años

PRI= 10 meses

PRI= 2 días

En el estudio de factibilidad, con el flujo de caja del proyecto se estima recuperar

la inversión en el periodo de 2 años, 10 meses y 2 días.

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 78:
Periodo de Recuperación del Inversionista

Periodo de Recuperación del Inversionista		
Años	Flujos	Acumulados
2018	-13092,23	-13092,23
2019	5173,61	-7918,62
2020	6958,45	-960,17
2021	7686,01	6725,84
2022	8226,96	14952,8
2023	17982,41	3029,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

PRI= 2 años

PRI= 6 meses

PRI= 0 días

En el estudio de factibilidad, con el flujo de caja del proyecto se estima recuperar la inversión en el periodo de 2 años, 6 meses y 0 días.

5.04.06 Relación Costo Beneficio (RCB)

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto”. (Váquiro, 2010)

Empresa “DUO SOAP”

Tabla 79:
Flujo de Caja del Proyecto

Flujo de Caja del Proyecto

Periodo	flujo	flujo descontado	flujo descuento acumulado
0	-17092.23	-17092.23	-17092.23
2019	6472.18	5686.33	-11405.90
2020	8257.01	6373.61	-5032.29
2021	8984.57	6093.15	1060.85
2022	9525.52	5675.63	6736.49
2023	19280.97	10093.36	16829.85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

$$RC/B = \frac{VAN}{Inversión\ inicial}$$

$$RC/B = \frac{33922,08}{17092,23}$$

$$RC/B = 1,98$$

Se puede determinar que por cada dólar que se invierta en la producción de jabones se obtiene una utilidad de \$0,98, con lo cual se determina que es rentable el proyecto.

Empresa “DUO SOAP”
Relación costo beneficio
Del 2018 al 2023

Tabla 80:
Flujo de Caja del Inversionista

Flujo de Caja del Inversionista			
Periodo	Flujo	Flujo descontado	Flujo acumulado
0	-13092.23	-13092.23	-13092.23
2019	5173.61	4545.44	-7720.98
2020	6958.45	5371.25	-2508.49
2021	7686.01	5212.49	2393.41
2022	8226.96	4901.91	11806.99
2023	17982.41	9413.58	

Fuente: Investigación Propia

OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS PARA EL CUIDADO DE LA HIGIENE PERSONAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-PYME DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABÓN AROMÁTICO BICOLORES UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA COTOCOLLAO AÑO 2018.

Elaborado por: Gabriela Tierra

$$RC/B = \frac{VAN}{Inversión\ inicial}$$

$$RC/B = \frac{29444,66}{13092,23}$$

$$RC/B = 2,25$$

Se puede determinar que por cada dólar que se invierta en la producción de jabones se obtiene una utilidad de \$1,25 con lo cual se determina que es rentable el proyecto.

5.04.07 Punto de equilibrio

“Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida”. (Jumbo, 2012).

Tabla 81:
Punto de Equilibrio

Producto	Jabón	Jabón	Jabón	Jabón	Total
	Espiral	Estrella	Redondo	Mar	
Cantidades para vender	1217	4625	12414	6086	24342
Participación %	5%	19%	51%	25%	100%
Precio	3,2	2,81	2,51	4	
Costo unitario	1,71	1,56	1,5	1,92	
Costo fijo		28013			
Margen contribución	1,49	1,25	1,01	2,08	
Margen contribución ponderado	0,07	0,24	0,52	0,52	1,35
Punto equilibrio general		20784			

Punto equilibrio especial	1039	3949	10600	5196
---------------------------	------	------	-------	------

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Tabla 82:
Resumen del Punto de Equilibrio

Cantidades	Costo Fijo	Costo V.	Costo	Ingreso	Utilidad
		Total	Total	Total	
100	28013	162,45	28175,67	297,24	-27878,43
15000	28013	24367,87	52381,09	44585,56	-7795,52
20784	28013	33763,61	61776,83	61776,83	0,00
28000	28013	45486,69	73499,9	83226,38	9726,48
32000	28013	51984,78	79998	95115,87	15117,87

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

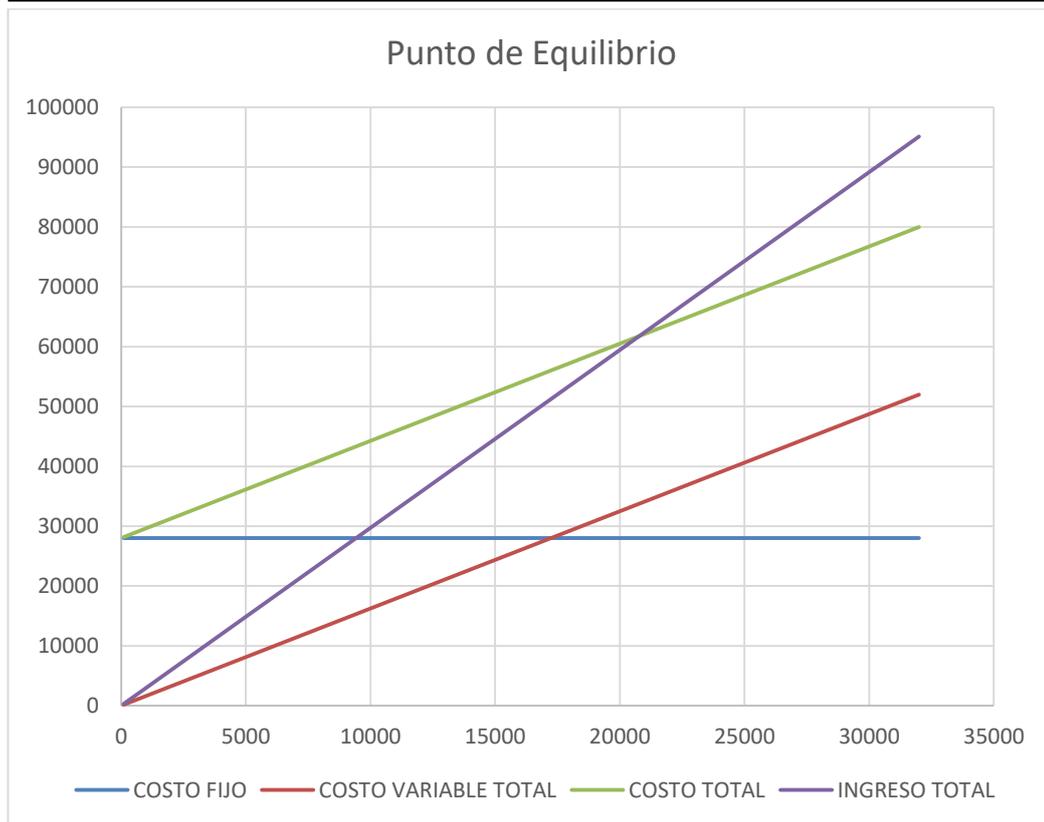


Figura 33: Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

En el punto de equilibrio de los cuatro productos que son los jabones es de mucha utilidad ya que en los gráficos demuestra que el proyecto es rentable y viable para la micro-pyme. En la cual esto beneficia al mismo ya que es un producto innovador.

5.04.08 Análisis de índices financieros

“El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos”. (Hernández, 2005).

Empresa "DUO SOAP"
Índices Financieros

Tabla 83:
Índices Financieros

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Relación Pasivo	23%	17%	12%	7%	3%	0%
Activos						
Relación Patrimonio	77%	83%	88%	93%	97%	100%
Activo						
Margen Operativo	0%	7%	9%	10%	12%	13%
Margen Neto	0%	5%	7%	8%	10%	11%
ROE	0%	21%	24%	22%	23%	17%
ROA	0%	17%	21%	21%	23%	17%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Los índices financieros miden los grados o en la forma como los activos de la micro-pyme han sido financiados, ya que se considera el grado de endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios, ya que se considera los activos y pasivos totales. En las cuales se encuentra las siguientes razones:

Tabla 84:
Relación Pasivos Activos

Relación Pasivos Activos	
Relación Pasivos Activos=	$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activos}}$
Relación Pasivos Activos=	$\frac{3494.62}{19989.30}$
Relación Pasivos Activos=	0.17
Relación Pasivos Activos=	17

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Relación Pasivo Activos del 100% de los activos de la micro-pyme están siendo financiados en un 20% con deuda de terceros, es decir la deuda bancaria.

Tabla 85:
Relación Patrimonio Activo

Relación Patrimonio Activo	
Relación Patrimonio Activos=	$\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Activos}}$
Relación Patrimonio Activos=	16494.67 19989.30
Relación Patrimonio Activos=	0.83
Relación Patrimonio Activos=	83

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este índice Relación Patrimonio Activo del 100% de los activos de la micro-pyme están siendo financiados en un 80% de recursos propios.

Tabla 86:
Margen Operativo

Margen Operativo	
Margen Operativo =	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$
Margen Operativo =	4796.06 72353.45
Margen Operativo =	0.07
Margen Operativo =	7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este índice indica que por cada dólar que vende la micro-pyme genera 0,07 centavos de utilidad operacional para cubrir los gastos no operativos, es decir el financiamiento de esta.

Tabla 87:
Margen Neto

Margen Neto	
Margen Neto =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
Margen Neto =	$\frac{3402.44}{72353.45}$
Margen Neto =	0.05
Margen Neto =	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este índice margen neto indica que por cada dólar que se vende se genera 0,05 centavos para entregar a los dueños de la empresa.

Tabla 88:
ROE

ROE	
ROE =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
ROE =	$\frac{3402.44}{16494.67}$
ROE =	0.21
ROE =	21

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este índice indica que la rentabilidad sobre el patrimonio del 21% es mayor que la tasa pasiva de la cooperativa por lo cual es un ROE aceptable.

Tabla 89:
ROA

ROA	
ROA =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$
ROA =	$\frac{3402.44}{19989.30}$
ROA =	0.17
ROA =	17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gabriela Tierra

Este índice indica que la rentabilidad sobre el activo es del 7% en la cual indica que por cada unidad monetaria que se invierta en el activo se saca un rendimiento de 0,17 centavos.

CAPÍTULO VI

6. ANALISIS DE IMPACTO

6.01 Impacto ambiental

El concepto de Impacto Ambiental refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción entrópica o de eventos de tipo natural. (Ucha, 2009).

El impacto ambiental del proyecto es concientizar a los ciudadanos sobre el cuidado ambiental, la integridad del ecosistema y la calidad de los servicios ambientales a través de la adquisición de productos que no implican daños ambientales es por eso que el personal responsable de productos debe ser completamente capacitado para el uso de los materiales y la forma de manipulación de los desechos que produzcan la fabricación de los Jabones Bicolor Aromático.

6.02 Impacto económico

Un estudio de impacto económico sirve para medir la repercusión de cualquier actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico en el país o región afectada por dicho proyecto. En este estudio se tienen en cuenta también los posibles cambios legislativos y regulatorios que vayan a producirse. (López, 2013).

Este impacto económico del proyecto será adecuado ya que utiliza un producto artesanal las ideas innovadoras generan una respectiva alta dentro de los consumidores logrando un alto nivel de ventas y recuperación de la inversión.

6.03 Impacto productivo

Jabón Bicolor Aromático contribuye al desarrollo de la matriz productiva, lo que el gobierno a implementando el plan nacional del buen vivir, ya que el Ecuador cuenta con 14 sectores productivos y 5 industrias, esta matriz lo que pretende es aportar con la producción nacional donde se va a generar el valor agregado para fomentar exportaciones para el País, mejorar también la calidad de vida de los pobladores y así fomentar fuentes de trabajo.

6.04 Impacto social

“El impacto social se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general”. (Lizcano, 2017).

En este impacto social es importante, ya que se refiere a la sociedad o población de país, referente a lo que está pasando con el empleo, subempleo y desempleo en el país.

Este impacto es muy favorable para la micro-pyme ya que se préndete brindar empleo aquellas personas que se encuentran sin ningún ingreso, con el fin de ayudarles a que crezcan he incentivándoles a que sean personas con nuevos emprendimientos.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- En el estudio de mercado permitió observar la aceptación y demanda del producto a las personas a quien se les aplicó la encuesta lo cual es clave para la toma de decisiones.
- Toda información que se obtuvo fue con la responsabilidad y seriedad de cada persona, para lo cual se llegó a tomar las mejores decisiones para poder llegar al mercado.
- La micro-pyme posee recursos propios de \$ 13092,23 se hace un préstamo de \$ 4000,00 en donde esto se financia con una tasa de interés del 21% en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía Ltda. Y se estima que la recuperación del proyecto es dentro de 2 años, 10 meses y 2 días, a transcurso del tercer año se empieza a tener ingresos más elevados que los anteriores años.
- Se enfocará en la producción y comercialización de jabones para toda la población con el fin de sustentar los gastos administrativos que posee la micro-pyme, con el fin de cancelar los sueldos a empleados que colaboran sus servicios con la misma.
- Los impactos económicos, sociales, ambientales y productivos permiten observar un contexto más amplio lo que quiere ser el Duos Soap como micro-

pyme y su proyección hacia la comunidad.

- Se verifica que el proyecto es viable para la implementación de la micro-pyme de jabones artesanales, debido a que el total del TIR resulto mayor que la TMAR.

7.02 Recomendaciones

Al terminar el mencionado estudio de proyectos, se tiene las siguientes recomendaciones:

- Tener un buen manejo dentro de la empresa, para que haya un ambiente laboral tranquilo y sobre todo que se maneje con transparencia y no tener dificultades entre empleados, así la microempresa llegara al éxito.
- Capacitar e incentivar al personal, para que cumpla eficientemente con sus actividades laborales.
- Se observa que la actividad del proyecto que se desea ofrecer al mercado es de fácil comercialización debido que permite mejorar la imagen del cliente.
- Se recomienda establecer un buen plan estratégico, para los consumidores conozcan el producto.
- Generar ideas de nuevos productos innovadores para seguir en el mercado con la competencia.
- Al contar con los recursos necesarios para la implementación de esta, el mencionado proyecto se considera como factible.

Anexos

**Anexo 1: Modelo de Encuesta****ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO**

La presente encuesta ha sido diseñada con el fin de medir la aceptación en la implementación de una micro-pyme dedicada a fabricar jabones bicolores. Los datos proporcionados por usted serán utilizados exclusivamente para este fin.

INSTRUCCIONES: Por favor marque con una X la opción que usted considere correcta de acuerdo su punto de vista.

GENERO:

FEMENINO

MASCULINO

EDAD:

18 a 22

23 a 27

28 a 32

33 en adelante

1. ¿Utiliza usted jabón en sus rutinas de aseo diarias?

SI

NO

Si su respuesta es NO favor pase a la pregunta 5.

2. ¿Con que frecuencia compra usted jabón?

semanal

quincenal

mensual

bimestral

3. ¿cuánto gasta en promedio por la compra de jabón?

1,00 a 2,50

2,50 a 3,50

3,50 a 4,50

MAS DE 4,50

4. ¿Está usted satisfecho con el jabón que adquiere actualmente?

SI

NO

5. ¿Estaría usted interesado en adquirir un jabón de tocador bicolor?

SI

NO

Si su respuesta fue NO la encuesta ha terminado. Gracias por su participación.

6. ¿Qué aspecto es importante para usted al momento de comprar jabones de tocador?

Precio

Aroma

Presentación

7. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tiendas

Supermercados

Calle

Por internet

Catalogo

8. ¿Qué tipo de jabón bicolor le gustaría comprar?

Jabón espiral

Jabón estrella

Jabón redondo

Jabón mar

La encuesta ha terminado. Gracias por su participación.

Anexo 2: Método Francés Amortización

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0,00	0,00	0	0,00	4000,00
1	4000,00	70,00	136,67	66,67	3933,34
2	3933,34	68,83	135,5	66,67	3866,67
3	3866,67	67,67	134,33	66,67	3800,00
4	3800,00	66,50	133,17	66,67	3733,34
5	3733,34	65,33	132,00	66,67	3666,67
6	3666,67	64,17	130,83	66,67	3600,00
7	3600,00	63,00	129,67	66,67	3533,34
8	3533,34	61,83	128,5	66,67	3466,67
9	3466,67	60,67	127,33	66,67	3400,00
10	3400,00	59,50	126,17	66,67	3333,34
11	3333,34	58,33	125,00	66,67	3266,67
12	3266,67	57,17	123,83	66,67	3200,00
13	3200,00	56,00	122,67	66,67	3133,34
14	3133,34	54,83	121,5	66,67	3066,67
15	3066,67	53,67	120,33	66,67	3000,00
16	3000,00	52,50	119,17	66,67	2933,34
17	2933,34	51,33	118,00	66,67	2866,67
18	2866,67	50,17	116,83	66,67	2800,00
19	2800,00	49,00	115,67	66,67	2733,34
20	2733,34	47,83	114,5	66,67	2666,67
21	2666,67	46,67	113,33	66,67	2600,00
22	2600,00	45,50	112,17	66,67	2533,34
23	2533,34	44,33	111,00	66,67	2466,67
24	2466,67	43,17	109,83	66,67	2400,00
25	2400,00	42,00	108,67	66,67	2333,33
26	2333,33	40,83	107,5	66,67	2266,67
27	2266,67	39,67	106,33	66,67	2200,00
28	2200,00	38,50	105,17	66,67	2133,33

29	2133,33	37,33	104,00	66,67	2066,67
30	2066,67	36,17	102,83	66,67	2000,00
31	2000,00	35,00	101,67	66,67	1933,33
32	1933,33	33,83	100,5	66,67	1866,67
33	1866,67	32,67	99,33	66,67	1800,00
34	1800,00	31,50	98,17	66,67	1733,33
35	1733,33	30,33	97,00	66,67	1666,67
36	1666,67	29,17	95,83	66,67	1600,00
37	1600,00	28,00	94,67	66,67	1533,33
38	1533,33	26,83	93,5	66,67	1466,67
39	1466,67	25,67	92,33	66,67	1400,00
40	1400,00	24,50	91,17	66,67	1333,33
41	1333,33	23,33	90,00	66,67	1266,67
42	1266,67	22,17	88,83	66,67	1200,00
43	1200,00	21,00	87,67	66,67	1133,33
44	1133,33	19,83	86,5	66,67	1066,67
45	1066,67	18,67	85,33	66,67	1000,00
46	1000,00	17,50	84,17	66,67	933,33
47	933,33	16,33	83,00	66,67	866,67
48	866,67	15,17	81,83	66,67	800,00
49	800,00	14,00	80,67	66,67	733,33
50	733,33	12,83	79,5	66,67	666,67
51	666,67	11,67	78,33	66,67	600,00
52	600,00	10,50	77,17	66,67	533,33
53	533,33	9,33	76,00	66,67	466,67
54	466,67	8,17	74,83	66,67	400,00
55	400,00	7,00	73,67	66,67	333,33
56	333,33	5,83	72,5	66,67	266,67
57	266,67	4,67	71,33	66,67	200,00
58	200,00	3,50	70,17	66,67	133,33
59	133,33	2,33	69,00	66,67	66,67
60	66,67	1,17	67,83	66,67	0,00
TOTAL		2135,00		4000,00	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gabriela Tierra

Anexo 3: Materiales para la elaboración del Jabón Bicolor

Glicerina



Fragancias



Moldes



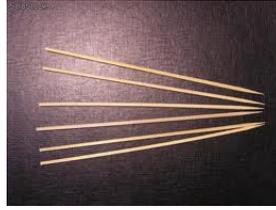
Colorante



Recipiente



Palillos



Cuchillo



Cartón de leche



Recipiente para el jabón espiral



Anexo 4: Producto Terminado Jabones Bicolores

Jabón Espiral



Jabón Estrella



Jabón Redondo



Jabón Efecto mar



Anexo 5: Maquinaria

Horno microondas



Cortadora



Enfriador de vidrio



Anexo 6: Equipo

Archivador



Fax Panasonic



Teléfonos Panasonic



Escritorio de Oficina



Sillas Giratorias



Sillas Normales



Computadora de Escritorio



Impresora Epson



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, J. (2013). *Contabilidad de Costos*. (6ta Edición) Bucaramanga: UDI-PROTER.
- Alarcón, M. (2014). Estudio de mercado y comercialización. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de https://emprendimientoiiiifinanciera.wikispaces.com/file/view/Guia_de_fase_II.pdf
- Andrade, S. (2005, pág. 29). *Diccionario de Economía*. (3ra Edición) Lima: Editorial-Andrade.
- Baca, G. (2006, pág. 44). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Ballestas, D. (2013). Negocios. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de KONRADLORENZ:http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/05-kholer.pdf
- Barrios, V. (2011). Ambiente externo. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Campusano, D. (2012). Localización. Recuperado el 13 de julio de 2017, de BLOGSPOT: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Baca, G. (2006, pág. 46). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Centeno, W. (2017). Ingresos operacionales. Recuperado el 13 de julio de 2017, de CONTABILIZAO: <https://www.contabilizalo.com/27-como-contabilizar-un-ingreso-no->

operacional-de-una-empresa

Cifuentes, E. (2012). Conceptos promoción. Recuperado el 23 de junio de 2017, de PROMONEGOCIOS: <https://www.promonegocios.net/promocion/concepto-promocion.html>

Díaz, J. (2013). Cultura organizacional. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de EMPRENDICES: <https://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/>

Díaz, A. (2012). Definición de inflación. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de ECONLINK: <http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>

Escobar, K. (2014). Factor social. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/ngucaky3zvok/factor-social-grupos-de-referencia-familia-roles-y-estatu/>

Espinosa, R. (2013). Matriz de análisis foda. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de ROBERTOESPINOSA: <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Galarza, E. (2009). Determinación de tamaño. Recuperado el 12 de junio de 2017, de WORDPRESS: <https://zenempresarial.files.wordpress.com/2009/12/la-determinacion-del-tamano.pdf>

Galbiati, J. (2013). Definición de población y muestra. Recuperado el 24 de mayo de 2017, de JORGE GALBIATI: http://www.jorgegalbiati.cl/ejercicios_4/ConceptosBasicos.pdf

García, J. (2011, pág. 12). *Administración financiera*. (4ta Edición) Bogotá: McGraw-Hill.

Golombek, D. (2013). Antecedentes de papel. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de ELTIEMPO: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12773725>

Hernández, L. (2013). Capacidad óptima. Recuperado el 13 de julio de 2017, de WIKISPACES:

<https://emprendimientoiiiadicionalfitec.wikispaces.com/file/CAPACIDAD+DE+PROYECTOS>

Lema, S. (2012). Tipos de competidores. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de GESTIÓN: <https://www.gestion.org/social-media/1121/tipos-de-competidores/>

-
- Lorenzana, D. (2014). Análisis de ROA. Recuperado el 28 de julio de 2017, de GURUSBLOG: <https://www.gurusblog.com/archives/roa/09/06/2014/>
- Marín, R. (2011, pág. 296). *COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES*. (1ra Edición) Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Martínez, F. (2012). Estados de resultados. Recuperado el 28 de julio de 2017, de CRECENEGOCIOS: <https://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-estado-de-resultados/>
- Martínez, I. (2016). Tasa de interés. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de ECONOMIA: http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
- Baca, G. (2006, pág. 112). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Mazuelas, J. (2014). Definición de costos directos. Recuperado el 13 de julio de 2017, de DEFINICION.ORG: <http://www.definicion.org/costos-directos>
- Mejía, C. (2013). Valor agregado. Recuperado el 13 de julio de 2017, de PLANNING: http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Melgar, G. (2013). Factor político. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de TODOEMPRESA: <http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20politicos.htm>
- Montoya, A. (2011, pág. 51). *Administración de Compras*. (3ra Edición) Medellín: Eco-Ediciones.
- Moreno, M. (2010). Definición de punto de equilibrio. Recuperado el 28 de julio de 2017 de ELBLOGSALMON: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Noriega, G. (2012). Definición de riesgo país. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/que-es-riesgo-pais/>
- Núñez, P. (2013). Ciencia económica. Recuperado el 04 de junio de 2017, de

KNOOW.NET: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>

Ortega, W. (2012). Definición de PIB. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de BLOGSPOT: <http://mundodelaempresa.blogspot.com/2012/11/macroeconomia-que-es-el-pib-como-se.html>

Baca, G. (2006, pág. 171). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.

Peña, F. (2015). Gestión operativa. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de ISOTOOLS: <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>

Ramírez, C. (2011). Análisis de mercado. Recuperado el 24 de mayo de 2017, de MAILXMAIL: <http://www.mailxmail.com/curso-mercadotecnia-analisis-de-mercado/consumidor-mercado>

Baca, G. (2006, pág. 177). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.

Romero, R. (2011). Determinación de placa y precio. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/abigail0791/marketing-producto-precio-plaza-8994266>

Sánchez, I. (2014). Índices financieros. Recuperado el 28 de julio de 2017, de UNET: https://uvirtual.unet.edu.ve/pluginfile.php/244369/mod_resource/content/0/i_02_indices_financieros_w.pdf

Sandrea, M. (2013). Factores económicos. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de INDEX: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/telos/article/viewArticle/3318/4240>

Serna, D. (2017). Conceptos e importancia de distribución de la planta. Recuperado el 13 de 07 de 2017, de ACADEMIA: http://www.academia.edu/9505910/CONCEPTOS_E_IMPORTANCIA_DE_LA_DISTRIBUCION_DE_PLANTA

Solórzano, M. (2012). Gastos Administrativos. Recuperado el 23 de julio de 2017, de ENCICLOPEDIAFINANCIERA: <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos->

de-administracion.html

Stoner, J. (2014). Administración Estratégica. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de
WORDPRESS:<https://movimiento30juniord.wordpress.com/2013/07/12/administracion-estrategica-mision-vision-y-valores-2/>

Banco Central del Ecuador. (2016). www.superbancos.gob.ec. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Zuzunaga, L. (2013). Costos indirectos. Recuperado el 23 de julio de 2017, de
ACADEMIA:http://www.academia.edu/7036999/COSTOS_INDIRECTOS_DE_FABRICACION

Thompson, I. (2012). Concepto de producto. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de
PROMONEGOCIOS: <https://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>

Torres, M. (2017). Gestión Administrativa. Recuperado el 19 de mayo de 2017, de
GESTIÓN Y ADMINISTRACION:<https://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>

Baca, G. (2006, pág. 221). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición) México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.

Heraud, F. (2015). Origen de papel higiénico. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de
ALGARABIA: <http://algarabia.com>: <http://algarabia.com/curiosidades/el-origen-del-papel-higienico/>

Banco Central del Ecuador. (2017). Producto Interno Bruto. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de: <https://contenido.bce.fin.ec/pregun1.php>

Vizuite, L. (2013). Estudio de mercado. Recuperado el 28 de mayo de 2017, de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/319733480/Unidad-II-Estudio-de-Mercado>

Zapata, K. (2013). Costos variables. Recuperado el 28 de julio de 2017, de SLIDESHARE:
<https://es.slideshare.net/linocup/costos-fijos-y-costos-variables>.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

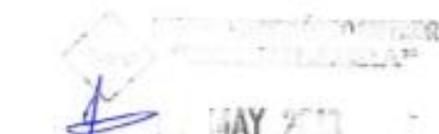
Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **TIERRA CHICAIZA GABRIELA ELIZABETH** portador de la cédula de identidad N° 1751235175, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 03 de Mayo del 2018



03 MAY 2018

8,39 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS



Sra. Marcela Balseca



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

CONSEJO DE CARRERA

Adm. Bancaria y Financiera

Ing. Angélica Aldaz

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



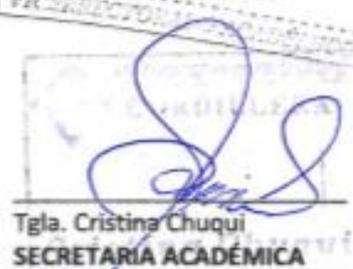
Dr. Patricio Guanopatin

DIRECTOR DE CARRERA



Ing. William Parra

BIBLIOTECA



Tgla. Cristina Chuqui

SECRETARIA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS URKUND mayo.pdf (D38455845)
Submitted: 5/8/2018 6:23:00 PM
Submitted By: gabhy_1994@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134)
ANDREA ELIZABETH VACA TELLO.pdf (D30300570)
PUMA PILLIZA ERICK SEBASTIAN.pdf (D30338832)
Guido Efraín Pilco Buñay.pdf (D30298396)
TESIS FINAL URKUND.pdf (D37102336)

Instances where selected sources appear:

6



ING. TANIA ALOMOTO

Lector del proyecto