



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABONES
ARTESANALES CON DIFERENTES DISEÑOS, OLORES, AROMAS Y
EXTRACTOS SUAVIZANTES PARA LA PIEL EN LA PARROQUIA DE
CHILIBULO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera**

Autora: Dayci Lizbeth Chulca Casagallo

Tutor: Ing. Freddy Uribe Pazos

Quito, enero 2020

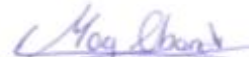
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 31 de octubre del 2019


El equipo asesor del Trabajo de Integración Curricular del Sr. (Srta.) **CHULCA CASAGALLO DAYCI LIZBETH** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE JABONES ARTESANALES CON DIFERENTES DISEÑOS, OLORES, AROMAS Y EXTRACTOS SUAVIZANTES PARA LA PIEL EN LA PARROQUIA CHILIBULO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019**, 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 Trabajo de Integración Curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.




URIBE PAZOS FREDDY RODRIGO
Tutor del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



CHANDI CASTRO MAYRA ALEJANDRA
Lector del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CARRERA
MAYRA ALEXANDRA CHANDI CASTRO
Delegado de la Unidad de Integración
Curricular Bancaria y Financiera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
MARÍA FERNANDA BURGA JADAN
Dir. Bancaria y Producción
Director (a) de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

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

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño De 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Teléfono: 2430442 / Fax: 2432648

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15-182 y
Yacuambi (esq.)
Tel: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Tel: 2248036

CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi Oe2-36 y
Bracamoros
Tel: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Dayci Lizbeth Chulca Casagallo**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, 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.



Dayci Lizbeth Chulca Casagallo

C.C: 172673360-1

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Dayci Lizbeth Chulca Casagallo portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172673360-1 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 **estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Dayci Lizbeth Chulca Casagallo

C.C: 172673360-1

Quito, 01/10/2019

AGRADECIMIENTO

El amor por el estudio me hizo una persona con perseverancia en mis decisiones.

En primer lugar agradezco a dios y a la virgen por darme la vida y ser mi guía espiritual, en los momentos difíciles, porque cuando sentía que desmayaba mi confianza y mi fe me levantaban.

Además agradezco a mi familia por darme todo el apoyo que necesitaba para emprender una nueva meta, a mis hermanos y sobrinos que vieron en mí un ejemplo de superación.

Y por supuesto agradezco al instituto tecnológico superior cordillera quien hace tres años me abrió sus puertas para darme la oportunidad de mirar un objetivo diferente y demostrarme que los sueños se cumplen con dedicación y esfuerzo, un agradecimiento especial a todos los licenciados que me supieron brindar sus enseñanzas y sus experiencias de vida.

Y por último y no menos importante agradezco a mi tutor Ing. Freddy Uribe que me supo orientar de la mejor manera y me supo brindar los más sabios consejos para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

DEDICATORIA

La enseñanza y el aprendizaje hacen al ser humano una persona sabia

El presente trabajo de titulación está dedicado para las personas más importantes de mi vida.

A mi madre quien ha sido mi guía a seguir, y ha sido mi inspiración para cumplir esta meta tan importante en mi vida, aquella mujer que me demostró que para triunfar en la vida es necesario llenarse de valores y que pese a un título obtenido lo más importante es la humildad, a mi padre quien fue mi peldaño en mis primeros años de vida, la persona que me enseñó que las metas se ganan aun después de tantas caídas, quien me enseñó que ser profesional me ayuda en el mundo laboral pero ser una persona con principios me ayuda para la vida.

ÍNDICE GENERAL

<i>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</i>	<i>i</i>
<i>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>v</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>xiii</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xviii</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	<i>xxi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xxiii</i>
<i>CAPÍTULO I</i>	<i>1</i>
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación	4
1.3 Antecedentes	7
<i>CAPÍTULO II</i>	<i>9</i>
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	9
2.01 Ambiente Externo	9
2.01.01 Factor Económico	10

2.01.01.01 Inflación	11
2.01.01.02 Producto Interno Bruto.....	14
2.01.01.03 Riesgo País	17
2.01.01.04 Balanza Comercial	20
2.01.01.05 Tasa De Interés.....	22
2.02.01.05.01 Tasa De Interés Activa	22
2.02.02.05.02 Tasa De Interés Pasiva	25
2.01.02 Factor Social.....	27
2.01.02.01 Cultura.....	27
2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)	28
2.01.02.03 Empleo Adecuado.....	31
2.01.02.04 Empleo Inadecuado o No Pleno	32
2.01.02.05 Desempleo	33
2.01.03 Factor Político - Legal.....	34
2.01.02.01 Permisos.....	35
2.01.02.01.01 Registro unificado de actividades económicas (RUC)	35
2.01.02.01.02 LUAE	36
2.01.02.01.03 Permiso De Bomberos	37
2.01.02.01.04 Afiliación Al IESS Como Empleador.....	39
2.01.04 Factor Tecnológico.....	39

2.01.04.01	Tecnología Del Producto	40
2.01.04.02	Tecnología Del Proceso	40
2.01.04.03	Tecnología De La Información	41
2.02	Entorno Local	42
2.02.01	Clientes	42
2.02.02	Proveedores	43
2.02.03	Competidores	44
2.03	Análisis FODA	45
2.04	Análisis Interno	47
2.04.01	Propuesta Estratégica	47
2.04.01.1	Misión	47
2.04.01.2	Visión	48
2.04.01.3	Objetivos.....	48
2.04.01.3.01	Objetivo General	49
2.04.01.3.02	Objetivos Específicos.....	49
2.04.01.4	Principios Y Valores.....	50
2.04.01.5	Gestión Administrativa	52
2.04.01.5.01	Planificación.....	52
2.04.01.5.02	.Organización.....	54
2.04.01.5.03	Dirección	58

2.04.01.05.04 Control	59
2.04.01.6 Gestión Operativa	60
2.04.01.7 Gestión Comercial	63
2.04.01.7.01 Producto	63
2.04.01.7.02 Precio	64
2.04.01.7.03 Plaza	64
2.04.01.7.04 Promoción	65
CAPÍTULO III	73
3. ESTUDIO DE MERCADO	73
3.01 Análisis Del Consumidor	73
3.01.01 Determinación De La Población Y La Muestra	74
3.01.01.01 Población	74
3.01.01.02 muestra	75
3.01.02 Técnicas De Obtención De Información	77
3.01.02.01 Observación	77
3.01.02.02 Focus Groups	78
3.01.02.03 Encuestas	78
3.01.03 Análisis de la información	83
3.02 Demanda	103
3.02.01 Demanda Actual	103

3.02.02	Demanda Proyectada	104
3.02	Oferta	104
3.02.01	Oferta Actual	105
3.02.02	Oferta Proyectada	105
3.02.03	Balance de Oferta y Demanda	106
CAPÍTULO IV.....		107
4.	ESTUDIO TÉCNICO	107
4.01	Tamaño Del Proyecto	107
4.01.01	Capacidad instalada.....	108
4.01.02	Capacidad Óptima	109
4.02	Localización	110
4.02.01	Macro localización	111
4.02.02	Micro localización	112
4.02.03	Localización Óptima	113
4.03	Ingeniería del Producto	115
4.03.01	Definición del Bien o Servicio	115
4.03.02	Distribución de la Planta	115
4.03.02.01	Grados de Cercanía	116
4.03.02.02	Descripción de Actividades	120
4.03.03	Diagrama del Flujo del Proceso Productivo	121

4.03.04	Maquinaria.....	122
4.03.05	Equipo	122
4.03.05.01	Equipo de Oficina.....	122
4.03.05.02	Equipo de Computación.....	123
4.03.06	Proveedores	125
CAPÍTULO V		127
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	127
5.01	Ingresos.....	127
5.01.01	Ingresos Operacionales.....	128
5.01.02	Ingresos No Operacionales	129
5.02	Costos	130
5.02.01	Costo Directo.....	130
5.02.01.01	Materia Prima Directa	130
5.02.01.01	Mano de Obra Directa	132
5.02.02	Costo Indirecto.....	133
5.02.03	Gasto Administrativo.....	137
5.02.04	Gasto de Ventas.....	139
5.02.05	Gastos Financieros	140
5.02.06	Costos Fijos y Costos Variables	141
5.02.06.01	Costos Fijos.....	141

5.02.06.01 Costos Variables	142
5.03 Inversiones	142
5.03.01 Inversión Fija	142
5.03.02 Activos Fijos	143
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)	144
5.03.04 Capital de Trabajo	145
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	146
5.03.06 Tabla de Amortización	148
5.03.07 Depreciaciones	150
5.03.08 Estado de Situación Inicial	151
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado.....	153
5.03.10 Flujo de Caja.....	155
5.04 Evaluación Financiera.....	156
5.04.01 Tasa de Descuento.....	157
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)	158
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)	160
5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	162
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RCB).....	164
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	166
5.04.07 Análisis de Índices Financieros	169

5.04.07.01	ROE	169
5.04.07.02	ROA	170
<i>CAPÍTULO VI.....</i>		173
6.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	173
6.01	Impacto Ambiental	174
6.02	Impacto Económico	176
6.03	Impacto Social	178
6.04	Impacto Productivo	179
<i>CAPÍTULO VII</i>		182
7.	Conclusiones y Recomendaciones.....	182
7.01	Conclusiones	182
3.01	Recomendaciones.....	183
<i>ANEXOS</i>		185
<i>BIBLIOGRAFIA</i>		190

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Inflación	11
Tabla 2.- PIB Real	14
Tabla 3.- Riesgo País.....	17
Tabla 4.- Balanza Comercial	20
Tabla 5.- Tasa Activa	23
Tabla 6.- Tasa Pasiva.....	25
Tabla 7.- Clientes.....	43
Tabla 8.- Proveedores	44
Tabla 9.- Competidores	44
Tabla 10.- Análisis FODA.....	46
Tabla 11.- Cronograma de Actividades.....	53
Tabla 12.- Funciones de Administrador Financiero	55
Tabla 13.- Funciones del Operario de Producción	56
Tabla 14.- Funciones del administrador de marketing	57
Tabla 15.- Segmentación de la Población	74
Tabla 16.- Genero.....	84
Tabla 17.- edad	85

Tabla 18.- Aceptación de producto	86
Tabla 19.- Beneficios.....	88
Tabla 20.- Aspectos Importantes.....	89
Tabla 21.- Competencia.....	91
Tabla 22.- Decisión de Compra.....	93
Tabla 23.- Aceptación	94
Tabla 24.- Preferencias	96
Tabla 25.- Frecuencia de Consumo	98
Tabla 26.- Precio del Producto	100
Tabla 27.- Lugar de Compra	101
Tabla 28.- Datos Demanda	103
Tabla 29.- Demanda Proyectada.....	104
Tabla 30.- Oferta Proyectada.....	105
Tabla 31.- Balance de Oferta y Demanda	106
Tabla 32.- Tamaño del Proyecto	108
Tabla 33.- Capacidad Instalada	108
Tabla 34.- Capacidad optima.....	109
Tabla 35.- capacidad Optima del Producto	110

Tabla 36.- Macro Localización.....	111
Tabla 37.- Micro Localización	112
Tabla 38.- Localización Óptima	114
Tabla 39.- Razones Matriz SLP.....	116
Tabla 40.- Numeración Matriz SLP	116
Tabla 41.- Distribución de la Planta	119
Tabla 42.- elaboración de jabones	120
Tabla 43.- Cuadro de Activos.....	124
Tabla 44.- Proveedores	126
Tabla 45.- Ingresos Operacionales	128
Tabla 46.- Ingresos Proyectados.....	129
Tabla 47.- Materia Prima Directa Unitaria.....	131
Tabla 48.- Materia Prima Directa Anual	132
Tabla 49.- Mano de Obra Directa.....	133
Tabla 50.- Mano de Obra Directa por Unidad.....	133
Tabla 51.- Servicios Básicos	134
Tabla 52.- Implementos de Aseo.....	135
Tabla 53.- Implementos de Cocina.....	135

Tabla 54.- Total Costos Indirectos de Fabricación.....	136
Tabla 55.- Costos Totales de Producción	136
Tabla 56.- Sueldo Personal Administrativo.....	137
Tabla 57.- Útiles de Aseo departamento Administrativo	138
Tabla 58.- Útiles de Oficina departamento Administrativo	138
Tabla 59.- Total Gastos Departamento Administrativo	139
Tabla 60.- Total Gasto de Ventas	140
Tabla 61.- Total Gastos Financieros	141
Tabla 62.- Total Costos Fijos Y variables	142
Tabla 63.- Inversión en Activos Fijos	143
Tabla 64.- Inversión en Activos Diferidos	144
Tabla 65.- Capital de Trabajo.....	145
Tabla 66.- Cuadro de Inversiones.....	147
Tabla 67.- Tabla de Amortización Método francés.....	149
Tabla 68.- Tabla de Depreciación	150
Tabla 69.- Estado de Situación Inicial.....	152
Tabla 70.- Estado de Resultados Proyectados	154
Tabla 71.- Flujo Neto de Efectivo	156

Tabla 72.- Tasa de Descuento (TMAR)	158
Tabla 73.- Valor actual Neto	160
Tabla 74.- Tasa Interna de Retorno	161
Tabla 75.- Periodo de Recuperación	163
Tabla 76.- Punto de Equilibrio	167
Tabla 77.- Valoración de Impactos	174
Tabla 78.- Impactos Ambientales.....	175
Tabla 79.- Impactos Económicos	176
Tabla 80.- Impactos Sociales.....	178
Tabla 81.- Impactos Productivos.....	180

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- inflación.....	12
Figura 2.- Producto Interno Bruto	15
Figura 3.- Riesgo País	18
Figura 4.- Balanza Comercial.....	21
Figura 5.- Tasa Activa.....	23
Figura 6.- Tasa Pasiva	26
Figura 7.- PEA.....	29
Figura 8.- Población Económicamente Activa.....	29
Figura 9.- Población Económicamente Activa.....	30
Figura 10.- Empleo Adecuado	31
Figura 11.- Empleo Inadecuado	32
Figura 12.- Desempleo	34
Figura 13.- Organigrama Estructural	54
Figura 14.- Simbología ANSI	61
Figura 15.- Flujo grama Atención al Cliente.....	62
Figura 16.- Jabones	63
Figura 17.- Mapa de ubicación.....	65

Figura 18 Logotipo.....	66
Figura 19.- Eslogan.....	67
Figura 20.- Tarjeta de Presentación.....	68
Figura 21.- Pág. Web.....	69
Figura 22.- Material Pop.....	72
Figura 23.- Material Pop.....	72
Figura 24.- Genero.....	84
Figura 25.- Edad.....	85
Figura 26.- Consumo.....	86
Figura 27.- Beneficios.....	88
Figura 28.- Aspectos Importantes.....	89
Figura 29.- Competencia.....	91
Figura 30.- Decisión de Compra.....	93
Figura 31.- Implementación Empresa.....	94
Figura 32.- Preferencias.....	96
Figura 33.- Frecuencia de Consumo.....	98
Figura 34.- Precio del Producto.....	100
Figura 35.- Lugar de compra.....	101

Figura 36.- Macro Localización	111
Figura 37.- Micro Localización.....	112
Figura 38.- factores relevantes de localización optima	114
Figura 39.- Matriz SLP.....	117
Figura 40.- Distribución de la Planta	118
Figura 41.- Flujo del Proceso Productivo.....	121
Figura 42.- Punto de Equilibrio.....	168

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de titulación enmarca un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel ubicado en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2019, para el desarrollo del proyecto se ha determinado el desarrollo de los capítulos de la siguiente manera.

El capítulo I nos dará la iniciativa y las razones de la creación de la microempresa, además se conocerá los orígenes del producto a elaborarse y las necesidades a satisfacer.

En el capítulo II se podrá conocer la situación económica que está pasando el país mediante el análisis y estudio de los factores económicos como el PIB, Riesgo País, Inflación, Desempleo, Balanza comercial, etc. Y de qué manera afectan negativa o positivamente al proyecto, además estudiaremos a nuestros posibles clientes, competidores y proveedores, pero sobre todo se conocerá los factores legales que la empresa debe cumplir como ente económico.

Además en este capítulo conoceremos la parte interna de la microempresa como su misión, visión, principios y valores que serán los que se rijan durante la vida útil de la organización.

En el capítulo III realizaremos el estudio de mercado que nos permitirá conocer la muestra y la cantidad de personas que serán encuestadas para determinar el acogimiento, la oferta y demanda mediante las respuestas de la encuesta a realizarse.

En el capítulo IV conoceremos la ubicación de la microempresa mediante el estudio de ponderación de factores de manera que se estudiara la capacidad de la empresa para producir las cantidades necesarias que se necesitara para cubrir la demanda.

En este capítulo podremos conocer la maquinaria y equipos de oficina que se utilizara para la fabricación de los diferentes jabones de sábila y avena.

En el capítulo V se realizara el estudio financiero donde se podrá conocer el costo de producción, el precio de venta del producto, los ingresos y gastos que se determinaran en el estado de resultados de manera que se obtendrá una utilidad o perdida, además se obtendrá el patrimonio de la empresa mediante el desarrollo del estado de situación financiera.

Con los datos obtenidos de los estados financieros se podrá realizar el análisis de los ratios financieros que ayudaran a determinar una estrategia defensiva para generar ganancias en la microempresa.

En el capítulo VI conoceremos los impactos negativos o positivos que se ha determinado mediante la ejecución del proyecto en los diferentes factores como el ambiental, económico, social y productivo.

En el capítulo VII se podrá observar las conclusiones y recomendaciones que han surgido después del estudio total del proyecto.

ABSTRACT

The degree work frames a feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the production of handmade soaps with different designs, smells, aromas and skin softening extracts located in the parish of Chilibulo in the Metropolitan District of Quito in the year 2019, for the development of the project, the development of the chapters has been determined as follows.

Chapter I will give us the initiative and the reasons for the creation of the microenterprise, in addition the origins of the product to be developed and the needs to be met will be known.

In Chapter II, you will be able to know the economic situation that the country is going through through the analysis and study of economic factors such as GDP, Country Risk, Inflation, Unemployment, Trade Balance, etc. And how they affect the project negatively or positively, we will also study our potential clients, competitors and suppliers, but above all we will know the legal factors that the company must meet as an economic entity.

Also in this chapter we will know the internal part of the microenterprise as its mission, vision, principles and values that will be those that are governed during the useful life of the organization.

In Chapter III we will carry out the market study that will allow us to know the sample and the number of people who will be surveyed to determine the reception, supply and demand through the responses of the survey to be carried out.

In chapter IV we will know the location of the microenterprise by studying factors weighting so that the capacity of the company to produce the necessary quantities needed to meet the demand will be studied.

In this chapter we can know the machinery and office equipment that will be used for the manufacture of the different soaps of aloe and oatmeal.

In Chapter V the financial study will be carried out where you can know the cost of production, the sale price of the product, the income and expenses that will be determined in the income statement so that a profit or loss will be obtained, in addition it will be obtained the assets of the company through the development of the statement of financial position.

With the data obtained from the financial statements, the analysis of the financial ratios that will help determine a defensive strategy to generate profits in the microenterprise can be carried out.

In Chapter VI we will know the negative or positive impacts that have been determined by executing the project on the different factors such as environmental, economic, social and productive.

In Chapter VII you will be able to observe the conclusions and recommendations that have emerged after the total study of the projec

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

El presente trabajo de investigación aborda un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones de diferentes formas, colores, aromas y extractos suavizantes para la piel, dicha empresa estará ubicada en la parroquia de Chilibulo del distrito Metropolitano de Quito.

Este proyecto se basa en desarrollar las aptitudes y conocimientos del estudiante que serán utilizados para el desarrollo del presente trabajo, creando una microempresa que sea de gran utilidad para la sociedad.

El fin que cubre el presente proyecto es ayudar a la reactivación económica del país implementado una microempresa que ayude con fuentes de trabajo para las personas desempleadas de la ciudad de Quito, entendiéndose como desempleo a las personas que no tienen o cuentan con una fuente de trabajo para su subsistencia diaria, esta es una de las principales problemáticas que se pretende cubrir con la

implementación de esta microempresa, apoyándose en los conocimientos adquiridos durante el estudio académico.

El estudio de factibilidad ayudara a conocer la rentabilidad del proyecto, mediante el análisis de los diferentes agentes económicos, sociales y políticos para conocer mediante ello, la aceptación de la sociedad.

Para conocer la acogida de este proyecto se realizará encuestas que ayuden a saber las preferencias y gustos de los posibles clientes, ayudando de esta manera a poder esclarecer las características claves del producto que serán el éxito o fracaso de la microempresa.

Una de las amenazas que se puede percibir dentro del proyecto a emplearse son los competidores quienes a su vez nos ayudan a mejorar como empresa, convirtiendo esta problemática en una oportunidad de superar los obstáculos empresariales, ofreciendo productos de exente calidad, y sobre todo trabajar bajo los principios y valores institucionales que ayudaran a la empresa a ser más eficiente y eficaz.

La mayor potencialidad está en reconocer que el éxito de la microempresa no está en los cargos jerárquicos más altos, si no que al contrario todos son una parte importante para ayudar a la microempresa alcanzar cada uno de los objetivos y metas propuestas.

El clima laboral que propone la empresa es aquel en el que los colaboradores se sientan a gusto y demuestren por medio de su trabajo que su motivación es el principio de una buena labor.

Al implementar la microempresa los propietarios de la misma asumen la responsabilidad jurídica y se responsabilizan en tener todos los documentos legales en regla, para no tener ningún inconveniente durante su funcionamiento.

1.2 Justificación

La implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones de diferentes formas, colores, aromas y extractos suavizantes para la piel tiene como fin dar a conocer un producto artesanal que ayude a combatir las impurezas e higiene de la piel, además de presentar una propuesta distinta al utilizar productos que ayuden a proteger la piel de enfermedades que se puede contraer por el hecho de estar expuestos a químicos dañinos que tienen los jabones comunes dentro del mercado.

La finalidad del presente trabajo de titulación tiene como objeto reactivar la economía del país por medio de la productividad de una nueva microempresa dentro del mundo empresarial.

El uso de los jabones artesanales ayudará a combatir el pH de la piel ayudando a preservar la salud e higiene personal, además los aceites y aromas utilizados para elaborar dicho producto contribuirá al relajamiento corporal.

Uno de los principales componentes del jabón es la glicerina que ayuda a la resequedad y descamación, ayudando a hidratar la piel y eliminando la picazón y alergias de la misma, es por ello que estos componentes son beneficiosos para el cuidado de la piel.

El cuidado de la piel ayudara en un futuro a prevenir cáncer de piel que es una de las enfermedades que, ha terminado con un gran porcentaje de vidas, por lo que se propone este nuevo producto que ayudara a la prevención por el hecho de ser un jabón natural y artesanal.

El presente proyecto ayudara económicamente a obtener ingresos para las personas que intervienen dentro del mismo, proveyéndoles de una fuente de ingreso para su subsistencia y en un futuro ayudar al crecimiento de la microempresa; además ayudara a la reactivación de la economía ecuatoriana al proveer fuentes de trabajo para la sociedad.

Para el desarrollo del mismo se incorporará los conocimientos adquiridos durante los 6 semestres de la carrera de Administración Bancaria y Financiera recalando los más sabios consejos que cada uno de los docentes universitarios impartieron durante sus horas de clase, y de esta manera consolidar una microempresa legalmente constituida dentro del estado ecuatoriano.

Cada materia administrativa, contable y bancaria tendrá un aporte valioso en el desarrollo del presente proyecto, contribuyendo con lo más esencial y primordial para la elaboración del mismo.

La microempresa busca cubrir las necesidades de higiene que cada uno de los seres humanos tiene como prioridad al momento de cuidar su salud, sobre todo brindando un producto artesanal que satisface las expectativas de los clientes, especialmente de aquellas personas que siempre están pendientes de cuidar su estética y su personalidad.

Históricamente se dice que las mujeres son quienes más se preocupan por cuidar su piel, aunque en la actualidad un gran porcentaje de hombres busca satisfacer su necesidad de lucir una piel suave y sedosa.

Es por ello que el producto estará enfocado para hombres y mujeres desde los 5 hasta los 70 años de edad, que siempre buscan tener la mejor apariencia ante los ojos de los demás.

1.3 Antecedentes

La primera vez que se menciona el jabón en un texto es en el año 2500 AC. Es encontrado en el área de los ríos Tigres y Éufrates (al sur de Irán). Se sabe también que los egipcios (1500 AC) se bañaban con regularidad combinando aceites vegetales con sales alcalinas para crear una solución jabonosa, pero gracias a los romanos es que el jabón es nombrado como tal, por el monte Sapo. En el año 312 AC se construyeron los baños romanos y el uso del jabón se instituyó como de uso primordial. (Alvarino, 2016, pág. 1)

Se dice que la civilización romana fue la primera que descubrió el jabón a base del agua de la lluvia junto con la grasa de los animales sacrificados.

En 1575 se creó en la ciudad de México una empresa que se dedicaba a la elaboración de jabones a base de un mineral rico en sosa junto con plantas nativas del lugar, en Ecuador se conoce que su existencia se dio a partir del siglo XVII con la implementación de una empresa jabonera instalada en la ciudad de Guayaquil quienes se dedicaron a producir jabón hecho a base de sebo de vacas y cenizas de yerbas.

En Latinoamérica el jabón ácido fue uno de los primeros productos de higiene que utilizó la civilización latinoamericana, era un producto extraído de los lagos salados y le añadían las grasas de las cabras y cenizas del árbol medicinal de abedul.

Los jabones limpian debido a las afinidades diferentes de los extremos de sus moléculas. La suciedad grasa no se elimina fácilmente sólo con agua, que la repele por ser insoluble en ella. Sin embargo, el jabón posee una cadena larga

alifática o hidrocarbonada sin carga que interactúa con la grasa, disolviéndola, mientras que la región con carga se orienta hacia el exterior, formando gotas.

(Regla, Vazquez, Cuervo , & Neri, 2014, pág. 5)

Los jabones artesanales son aquellos productos fabricados a mano y sin la intervención de químicos que perjudiquen la salud de la piel, utilizando materiales naturales como la glicerina que ayuden a preservar una piel libre de irritaciones.

“El jabón es un agente limpiador o detergente, el termino jabón comprende las sales de sodio o potasio de varios ácidos grasos, pero principalmente del oleico esteárico, palmítico, laurico y mirístico”. (CAISAGUANO CHIQUITO, 2010, pág. 4)

A diferencia de los jabones industriales, los jabones artesanales son de mejor calidad y presentan varios beneficios para la piel y sobre todo tienen precios accesibles para los consumidores.

Los jabones que la microempresa propone son de diferentes ingredientes que ayudaran a la conservación y cuidado de la piel.

El Jabón de naranja hace que la piel se mantenga sana ya que dicha fruta contiene antioxidantes que ayudara a la piel a protegerse del envejecimiento.

El Jabón de avena ayuda a la hidratación de la piel ya que contiene beneficios que apoyan a mantener la piel suave e hidratada, ayudando a eliminar manchas faciales.

El Jabón de aloe vera cuida la piel, mejorando la apariencia, gracias a que la sábila ayuda a limpiar los poros mejorando por completo las impurezas del cutis.

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”. (SALGADO, 2007, pág. 15)

El análisis situacional es aquel estudio que permite evidenciar las fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa dentro de su micro y macro entorno, permitiendo establecer los objetivos y formar estrategias que permitan el mejor desenvolvimiento de la empresa, dando la pauta para conocer su proyección en su entorno.

2.01 Ambiente Externo

“El ambiente externo es el sistema de nivel superior en el que se inserta la empresa, y está formado por aquellos factores, fuerza o variables que influyen, directa o

indirectamente, en los procesos de gestión”. (Sáez Vacas, García, Palao, & Rojo, 2019, pág. 2.3)

Se entiende como ambiente externo aquellos factores que pueden afectar el funcionamiento de la microempresa, sin embargo estos factores no se pueden prever ni modificarlos dado que son fuerzas externas que actúan de acuerdo a la evolución propia del medio externo, es decir son elementos que la microempresa no puede controlarlos por sus propios medios, es por ello que se debe tener una estrategia defensiva para poder enfrentarse frente a cualquier adversidad que se encuentre alterando el desarrollo de la organización.

2.01.01 Factor Económico

Los factores económicos de una empresa incluyen todas las tendencias importantes en la economía que pueden ayudar u obstaculizar a la compañía en el logro de sus objetivos de negocio. Aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor, las tasas de empleo, las tasas de interés y la banca y la inflación, así como los indicadores económicos generales deberían ser considerados. (Retos en Supply Chain , 2018, pág. 1)

Los factores económicos son circunstancias que afectan positiva o negativamente a la economía de un país, con el fin de cubrir las necesidades de una sociedad, dentro de los cuales se puede diferenciar dos tipos de factores económicos; los temporales que son aquellos que afectan de manera eventual a las organizaciones estancando la economía de la misma y los permanentes que son aquellos agentes que influyen en la competitividad

de la empresa dentro de los cuales se puede encontrar el nivel de desarrollo económico, la inflación, el producto interno bruto, el riesgo país, la balanza comercial, las tasas de interés, la distribución de la pobreza, el salario, etc.

2.01.01.01 Inflación

“La inflación es un aumento generalizado y continuo en el nivel general de precios de los bienes y servicios de la economía. La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)”. (Gutierrez & Zurita, 2006, pág. 81)

Se entiende como inflación a la subida o disminución incontrolable de los precios de aquellos productos de primera necesidad, provocando de esta manera una inflación si es positivo o una deflación si los porcentajes son negativos.

Tabla 1.- Inflación

FECHA	PORCENTAJE
dic-14	0,11%
dic-15	0,09%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,10%
Jun-19	-0,04%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

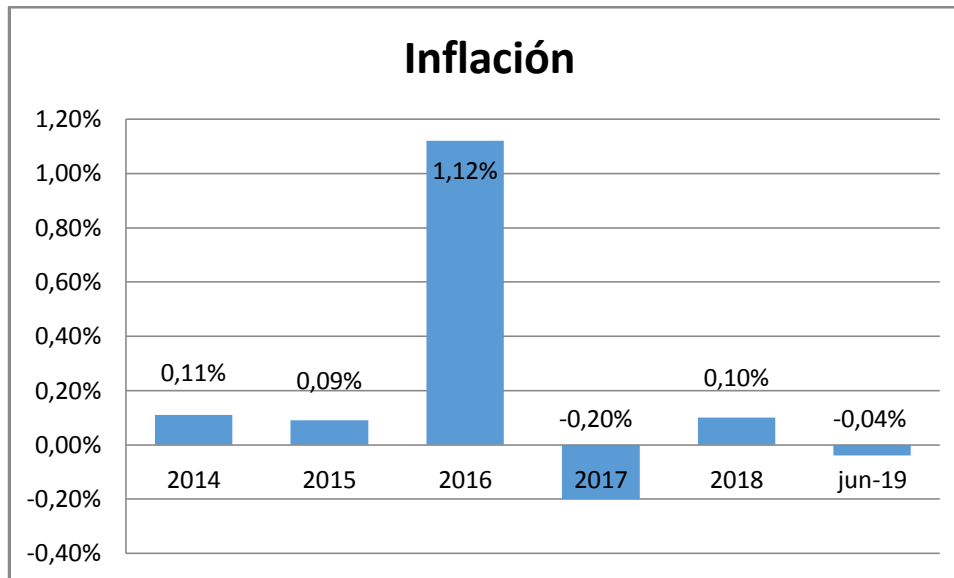


Figura 1.- inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

Mediante el gráfico de la inflación durante los últimos 5 años se puede observar que en diciembre del 2014 se obtuvo un 0,11% y en diciembre del 2015 casi sigue el mismo patrón sin embargo en el 2016 sube considerablemente llegando a 1,12%; no obstante, en el año 2017 existe una deflación debido a que la economía del país no se encontraba en condiciones para que los consumidores adquieran productos, y por lo tanto las empresas se ven en la necesidad de bajar sus precios para poder vender. Además que el cambio de gobierno afecto en gran medida a la población ecuatoriana, mientras tanto para el 2018 se observa un 0,10% en cuanto la inflación.

Este 0,10% pone un escenario en el cual los precios de artículos y productos se encuentran en un estado de alza y por lo tanto el costo del producto de la microempresa

subirá, por ello la microempresa deberá tomar medidas para adaptarse a los precios del mercado.

Para junio del 2019 nos encontramos con una deflación, del -0,04%, estos valores negativos de la inflación es una oportunidad de poco impacto para la empresa ya que en este periodo se observa una prolongación de la caída de precios y en muchos de los casos los valores de los productos se mantendrán, por lo que la microempresa puede adquirir la materia prima para la elaboración del producto a bajos precios, permitiendo de esta manera ser competitivos en el mercado.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

“El PIB mide el valor monetario de los bienes y servicios finales, es decir, los que adquiere el consumidor final producidos por un país en un período determinado (por ejemplo, un trimestre o un año)”. (Callen, 20018, pág. 48)

El producto interno bruto es un indicador que permite conocer el valor monetario medido en moneda nacional del país, de los bienes y servicios producidos dentro del estado ecuatoriano durante un periodo determinado, sin embargo, este indicador permite medir la riqueza o pobreza de un ciudadano.

En cambio el PIB per cápita es aquel que mide la distribución del producto interno bruto para cada uno de los ciudadanos de un mismo país.

Tabla 2.- PIB Real

PERIODOS	PIB EN MILLONES DE DÓLARES	VARIACIÓN
2014	101.726,33	3,80%
2015	99.290,38	0,10%
2016	99.937,70	-1,20%
2017	104.295,86	2,40%
2018	108.398,06	1,40%
mar-19	17.921,00	0,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

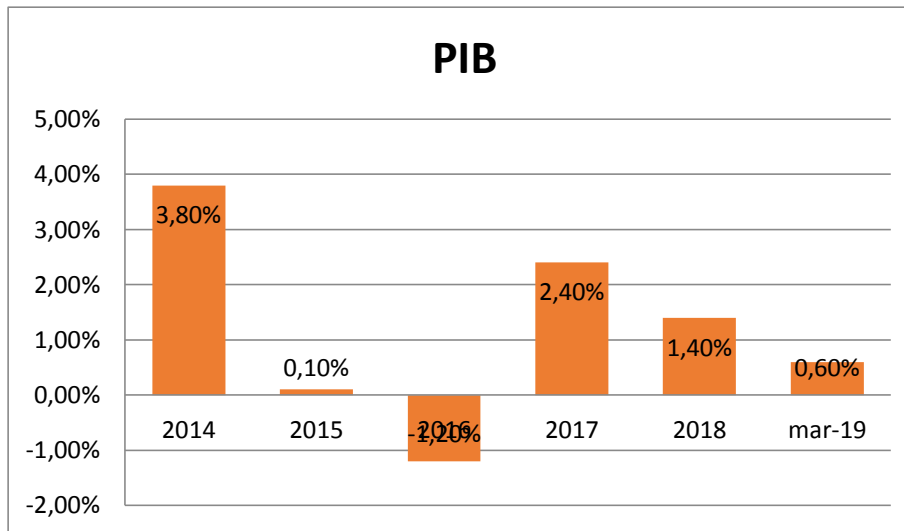


Figura 2.- Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

Mediante los datos extraídos del Banco Central del Ecuador se puede observar que el PIB durante los últimos 5 años tiene variaciones que modifican la economía del país, en el año 2014 se puede evidenciar que el PIB fue de 3,80% es decir que la demanda que existía en ese año estuvo en un punto clave para permitir el crecimiento de cualquier empresa, para el año 2018 se puede observar un PIB de 1,40% es el punto más alto durante los últimos 5 años y si continua con este patrón se podría estimar que el crecimiento de la demanda sería un punto positivo para la microempresa permitiendo obtener una rentabilidad que permita el crecimiento de la misma.

Si el producto interno bruto se mantiene o baja más de lo que se puede observar para el primer trimestre del año 2019 con un 0,60% se puede concluir que es una amenaza para la microempresa ya que por medio de este análisis se puede observar que el país atraviesa una grande crisis y que la producción dentro del país ecuatoriano es

bajo, se esperaría que este porcentaje suba para el final del año y cambie la realidad de este factor.

2.01.01.03 Riesgo País

Indica el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país. Mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos del principal de un crédito y los intereses al momento de su vencimiento, determina cuál sería la predisposición de un país para honrar las obligaciones contraídas con sus acreedores. (Acosta, 2005, pág. 9)

El riesgo país viene dado por puntos que miden la capacidad que tiene un país para futuras inversiones extranjeras, mientras más alto sea el riesgo país será más nocivo que un inversor extranjero invierta en el Ecuador, ya que este indicador permite conocer si el país está en condiciones de cubrir sus obligaciones contraídas con otros países.

Tabla 3.- Riesgo País

FECHA	PUNTOS
2014	883
2015	1266
2016	647
2017	459
2018	826
jun-19	592

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

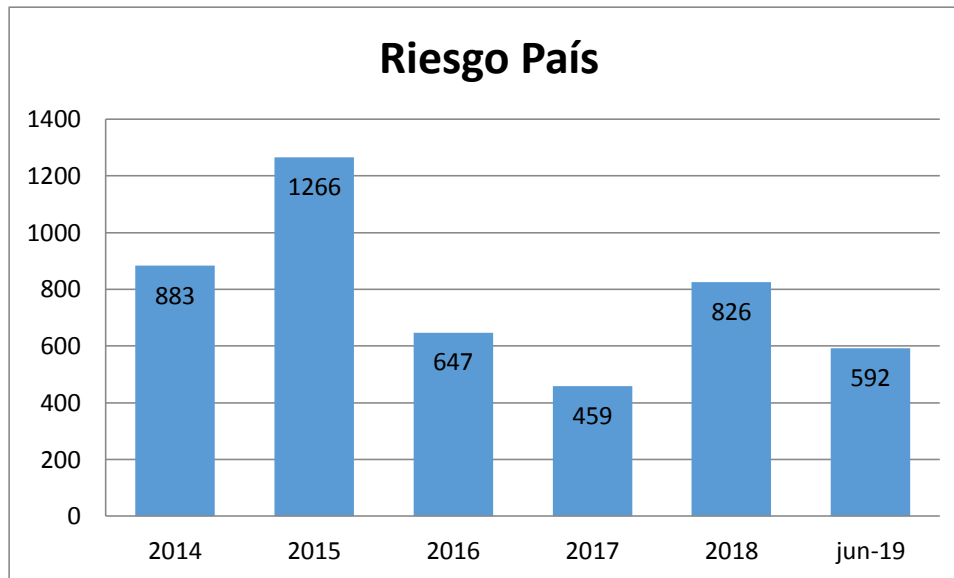


Figura 3.- Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador se puede observar que el punto más alto se encuentra a diciembre del 2015 con 1266 puntos debido a que en esas instancias el Ecuador pasaba por una crisis económica que impedía que el cálculo de este factor sea menor imposibilitando la inversión extranjera en el Ecuador, sin embargo, para diciembre del 2017 se puede observar un declive en cuanto al riesgo país llegando a 459 puntos por lo que muchos economistas veían la posibilidad de que la economía ecuatoriana creciera.

En cambio, para el 2018 el riesgo país sube considerablemente en un 55% llegando a los 826 puntos y si este patrón continúa para el 2019 siendo esto un factor negativo.

En conclusión los 592 puntos que se puede observar para junio del 2019 se convierten en una oportunidad para la microempresa ya que con respecto al 2018 se puede analizar que bajo 234 puntos y esto posibilitara que inversionistas extranjeros inviertan en la microempresa.

2.01.01.04 Balanza Comercial

La balanza de bienes o balanza de mercancías que refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Si el saldo es positivo implica que, en el período analizado, el país exportó bienes por un monto mayor al que representaron las importaciones para el mismo período. (Cárdenas , 2015, pág. 8)

Se entiende como balanza comercial a la diferencia entre las transacciones económicas de las importaciones y exportaciones que realiza un país durante un periodo determinado, constituyéndose en un déficit comercial si el resultado es negativo es decir si las importaciones son mayores que las exportaciones y en un superávit comercial si las exportaciones son mayores que las importaciones, permitiendo de esta manera dinamizar la economía ecuatoriana.

Tabla 4.- Balanza Comercial

AÑOS	MILLONES	PORCENTAJE
ENERO-OCTUBRE 2014	135,2	1,02%
ENERO-OCTUBRE 2015	-1,886	-0,01%
ENERO-OCTUBRE 2016	1,201	0,01%
ENERO-OCTUBRE 2017	186,8	1,42%
ENERO-OCTUBRE 2018	-263,5	-2,00%
ENERO-ABRIL 2019	74,1	0,56%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

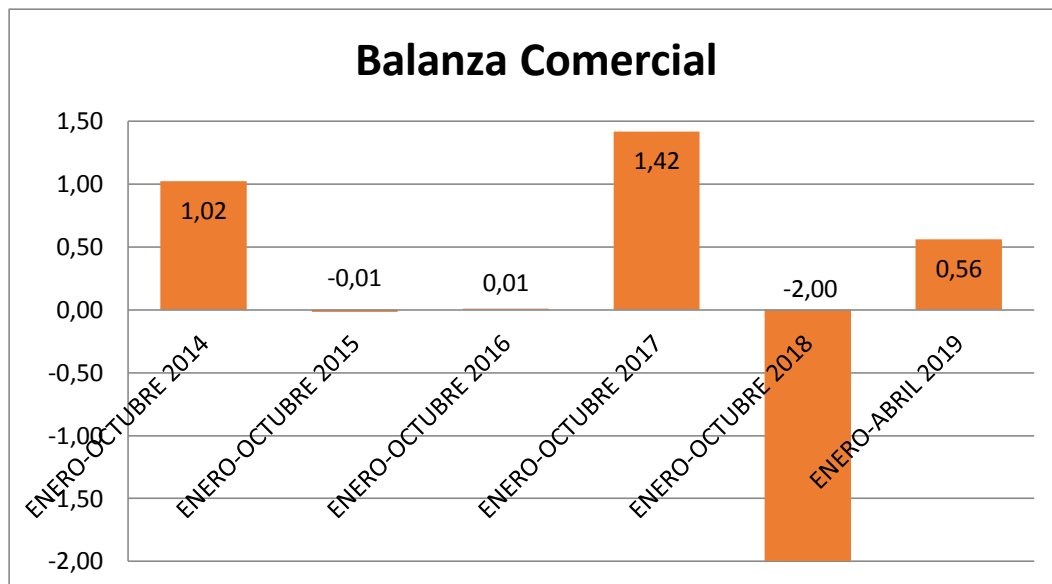


Figura 4.- Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

Mediante los datos obtenidos se puede determinar que en el año 2015 las importaciones fueron mayores a las exportaciones por lo que se obtuvo un saldo negativo de -1.886.000,00.

Sin embargo, para el año 2018 el escenario cambió siendo así que para este periodo las exportaciones fueron mayores otorgando un saldo positivo de 1.800.000,00.

Este superávit de 74,1 millones presenta una oportunidad para la microempresa debido a que se puede observar que en un futuro podremos exportar el producto hacia otros países permitiendo un crecimiento económico para el país.

2.01.01.05 Tasa De Interés

“La tasa de interés es el porcentaje adicional que se paga por el uso del dinero, generalmente para un período de un año”. (Superintendencia del Sistema Financiero, 2013, pág. 1)

Se entiende como tasa de interés al costo que genera el dinero por una transacción comercial o financiera, clasificándose en tasa activa y pasiva, mediante el cual el banco central establece valores porcentuales mínimos y máximos referenciales.

Es así que estas tasas suben o bajan dependiendo la fluctuación que tiene el mercado monetario.

2.02.01.05.01 Tasa De Interés Activa

“Es la tasa que se paga a las entidades financieras al recibir un préstamo, la cual puede ser nominal o efectiva”. (Superintendencia del Sistema Financiero, 2013, pág. 1)

La tasa de interés activa es el costo que tiene el dinero al momento de obtener un préstamo de parte de una entidad financiera entendiéndose como nominal al cálculo del interés mensual que se debe pagar al banco, y la efectiva es aquella tasa que se calcula de forma anual por interés y otras obligaciones que se adquiere al recibir el préstamo.

Tabla 5.- Tasa Activa

PERÍODOS	TASAS REFERENCIALES
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,10%
2017	7,83%
2018	8,69%
jul-19	8,26%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

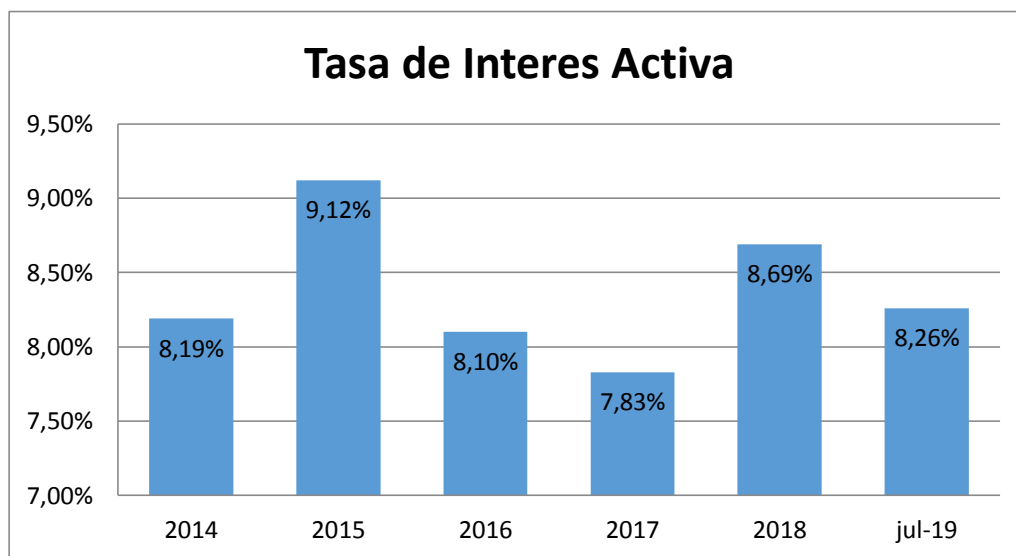


Figura 5.- Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

De acuerdo a los últimos 5 años de estudio se puede identificar que en el año 2017 se obtuvo la tasa activa más baja llegando a 7,83% lo que demostraba que el Ecuador se encontraba en un punto en el cual la economía estaba retenida, por lo que el Banco Central del Ecuador se vio en la necesidad de bajar los intereses para que los

ciudadanos puedan acceder a créditos y la economía financiera siga su movimiento, sin embargo, en el 2018 se puede deducir que la tasa activa subió a 8,69% y si para el próximo año sigue con este comportamiento se puede decir que a la microempresa se le dificultara obtener un préstamo con bajos intereses, perdiendo competitividad.

Si la tasa activa sigue el mismo patrón de disminución con respecto al año 2018 es una oportunidad de poco impacto ya que de esta manera podremos obtener préstamos para la microempresa sin tener que pagar cantidades excesivas de intereses que perjudique el giro del negocio.

2.02.02.05.02 Tasa De Interés Pasiva

“Es la tasa de interés que las entidades financieras paga a los depositantes por sus ahorros. Estas varían dependiendo del plazo y tipo de depósito”. (Superintendencia del Sistema Financiero, 2013)

La tasa de interés pasiva es aquella que los bancos pagan a sus clientes por sus depósitos realizados en dicha institución, la suma que pagaran las instituciones financieras variaran dependiendo el tiempo, el monto y las condiciones en las que se realice la inversión.

Tabla 6.- Tasa Pasiva

PERIODOS	TASAS REFERENCIALES
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,12%
2017	4,95%
2018	5,43%
jul-19	5,93%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

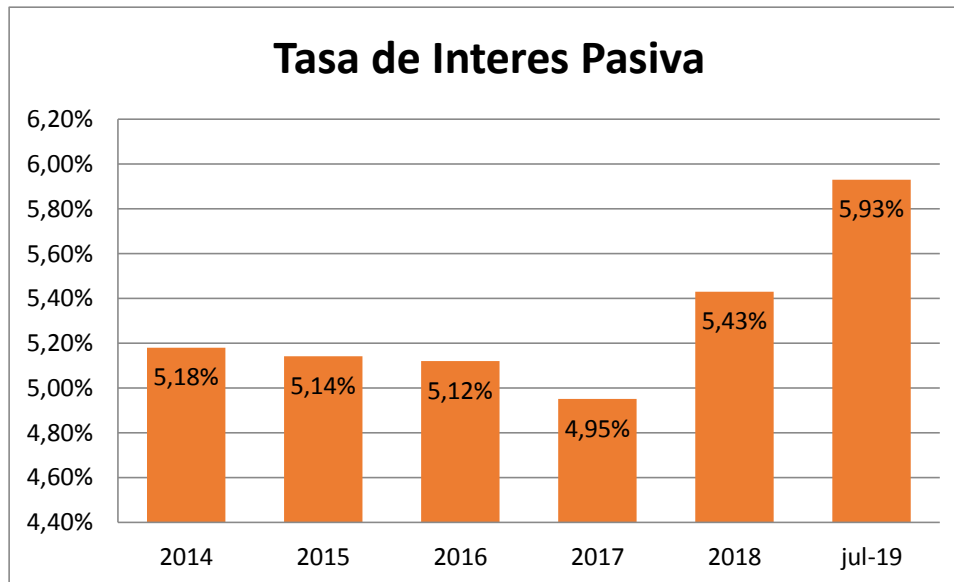


Figura 6.- Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dayci Chulca

Durante los últimos 5 años de estudio se puede observar que en el año 2017 se obtuvo la tasa de interés pasiva más baja del mercado llegando a 4.95%, en este escenario invertir en un banco era una posibilidad errónea ya que los interés pagados por entidades financieras eran bajos, sin embargo para el 2018 se puede observar que la tasa de interés llego a 5.43% y si continua subiendo para el siguiente año sería un punto positivo para que la microempresa piense en invertir su dinero en una póliza u otro documento bancario que permita obtener ganancias extras para la organización.

El 5.93% de la tasa pasiva para julio del 2019 presenta una disminución de la tasa pasiva con unos 0,5 puntos porcentuales con respecto al año anterior presentando una oportunidad para que la microempresa invierta en una entidad financiera.

2.01.02 Factor Social

“Los factores sociales son conductas plurales que explican o inciden para la aparición o desarrollo de los hechos sociales.” (González López & Cortez Castillo, 2007, pág. 12)

Se entiende por factor social aquellos agentes que inciden en la conducta del ser humano, que hace que actúe de forma explícita de acuerdo a la situación que este atraviese.

El factor social muestra las realidades de las costumbres de una sociedad independiente que se ven asemejadas con las actividades propias de las empresas.

Ecuador es considerado un país consumista y más en aquellas fechas en las que los productores y comerciantes ofrecen descuentos en los productos a ofrecerse.

Esta nueva moda de consumismo del siglo XX se convierte en una oportunidad para la microempresa ya que los consumidores comprarán el jabón artesanal, en primera instancia solo por curiosidad; sin embargo, después lo harán por el beneficio que este brinda.

2.01.02.01 Cultura

“La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre”. (Gómez Pellón, 20017, pág. 3)

La cultura constituye aquellos principios y factores que identifican a un ser humano por su forma de comportarse de acuerdo a sus costumbres y tradiciones pertenecientes a un grupo social específico, donde se muestra su grado de desarrollo dentro de la sociedad.

Ecuador es un país multiétnico que aborda una gran cantidad de etnias y culturas pertenecientes a las tres regiones del país, cada una identificada por sus rasgos característicos que lo hacen diferente de los demás. Aunque la característica que nos identifica como ecuatorianos es la forma amable y humilde de ser ante cualquier individuo y sobre todo se realza en los valores y la alegría de pertenecer a este país.

El Ecuador es un país lleno de valores invaluables que hacen que el respeto sobresalga en cualquier persona.

Al ser una sociedad identificado por su propia cultura representa una oportunidad para la microempresa ya que el comprador preferirá siempre productos ecuatorianos que apoyen la matriz productiva del país.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”.

(INEC, 2016, pág. 7)

Al referirse al PEA se habla de aquellas personas que se encuentran en una edad estable para poder trabajar, pero que sin embargo están sobreviviendo con trabajos eventuales que les permite obtener un porcentaje de ingresos.

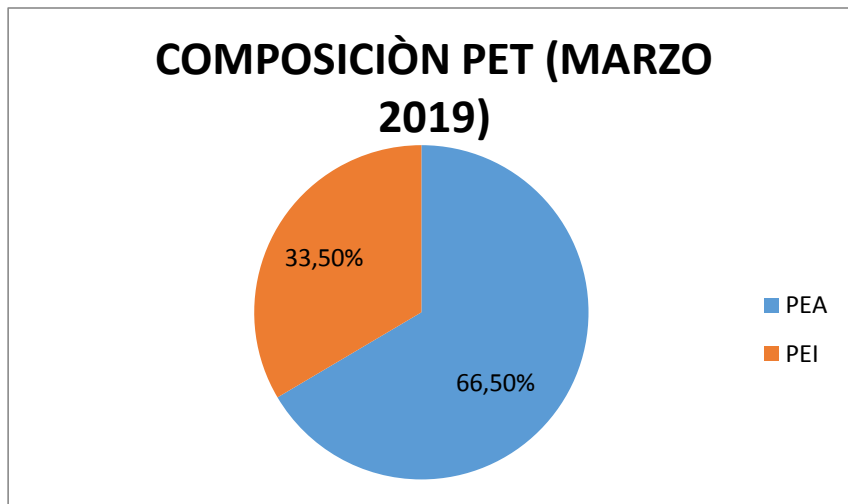


Figura 7.- PEA

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayci Chulca

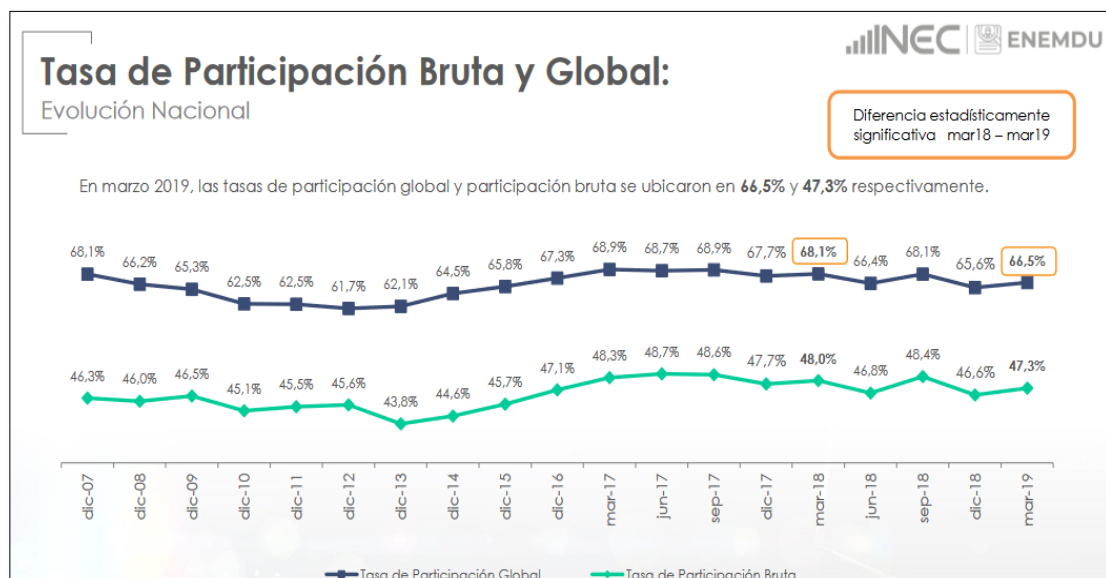


Figura 8.- Población Económicamente Activa

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

Fuente: INEC



Figura 9.- Población Económicamente Activa

Fuente: INEC

Para Marzo del 2019 se puede observar que el PEA fue de 66,5% es decir más de la mitad de la población se encontraba actualmente en edad de trabajar sin embargo de este porcentaje muchos estaban desempleados, en busca de un trabajo.

Para este año con el flujo migratorio de los ciudadanos venezolanos se estima que el PEA llegue a un porcentaje más alto ya que muchos ecuatorianos fueron despedidos de sus trabajos y actualmente se encuentran en una situación crítica.

Con la implementación de esta nueva microempresa se busca ayudar a la ciudadanía otorgándoles puestos de trabajo que ayuden con el desempleo que existe en el país.

El 33,5 % que representa la población inactiva con referencia al PEA permite a la microempresa tener una oportunidad para contratar personal calificado con bajos costos.

2.01.02.03 Empleo Adecuado

“Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana”. (INEC, 2016, pág. 7)

Dentro del empleo adecuado se encuentran las personas que cuentan con un trabajo estable y ganan un salario básico unificado o superior a este, laborando 40 horas a la semana, y en muchos casos horas extras.

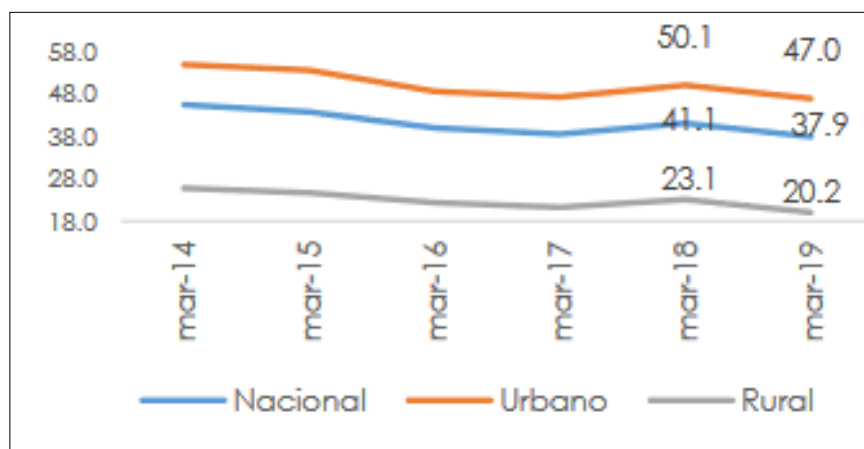


Figura 10.- Empleo Adecuado

Fuente: INEC

Para marzo del 2019 se puede observar que el empleo adecuado es de 37,9% a nivel nacional lo que nos indica que menos de la mitad de la población se encuentra

laborando actualmente en un trabajo fijo, dando a conocer que un gran porcentaje de la población se halla en trabajos informales.

Para la microempresa es una oportunidad ya que tendrá la facilidad de encontrar profesionales que busquen formar parte del equipo de trabajo y con salarios cómodos a las posibilidades de la microempresa.

2.01.02.04 Empleo Inadecuado o No Pleno

“Son personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y no tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales”. (INEC, 2016, pág. 7)

Se entiende como empleo no pleno aquellos individuos que trabajan menos de las 40 horas semanales y por su trabajo han recibido menos de un sueldo básico.

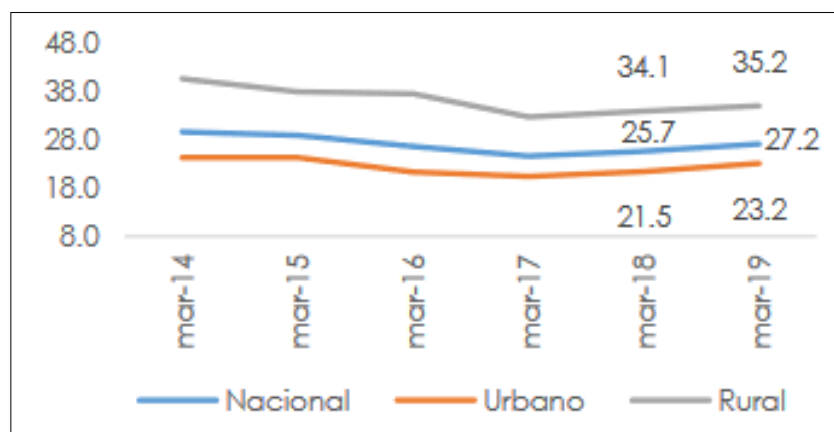


Figura 11.- Empleo Inadecuado

Fuente: INEC

De acuerdo a los datos establecido por el INEC se puede determinar que para marzo del 2019 el empleo inadecuado nacional se encontraba en 27.2% lo que indica que un porcentaje mínimo de ciudadanos se encuentran laborando por jornadas inferiores a las 8 horas y en la semana no cumplen las 40 horas.

Esto será una oportunidad para la organización de contar con personal que esté dispuesto a trabajar medio tiempo y que no afecte su situación económica.

2.01.02.05 Desempleo

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. (INEC, 2016, pág. 7)

Se entiende como personas desempleadas aquellos individuos que durante las 4 últimas semanas no encontraron un trabajo estable donde pudieran realizarse económicamente y que están disponibles para trabajar en cualquier instancia.

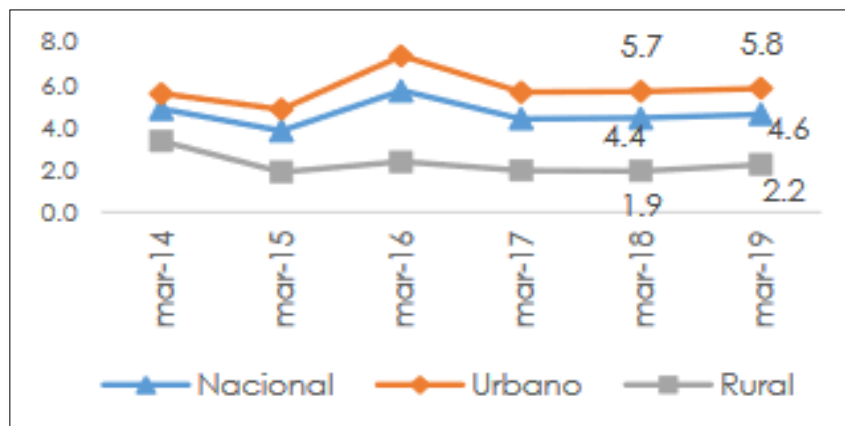


Figura12.- Desempleo
Fuente: INEC

Según las cifras del INEC se puede observar que para marzo del 2019 el desempleo nacional aumento en un 0,2% llegando a 4,6% con respecto a marzo del año anterior, si este patrón llega a repetirse se provee que para el siguiente año el desempleo aumentara aún más.

Esto llevaría a la microempresa a encontrar personal capacitado y dispuesto a trabajar con un sueldo estable que les permita cubrir sus necesidades.

Que exista un gran porcentaje de personas desempleadas es una amenaza de alto impacto para la empresa debido a que, por el hecho de no tener un empleo, no tienen dinero suficiente para comprar productos que satisfacen sus necesidades.

2.01.03 Factor Político - Legal

“Este factor es importante en el análisis situacional porque las decisiones que se toman en este nivel inciden directamente en el funcionamiento de las empresas; para

este análisis se considerarán: las funciones del Estado, los partidos políticos y otros actores”. (CORDOVA ALBAN , 2005, pág. 48)

Al hablar de factor político se refiere a las leyes y normas que son reguladas en un país, dentro del cual se establecen normativas para la constitución de nuevas empresas, para el fomento productivo y para diferentes ámbitos, a través de las políticas e impuestos que en unos casos contribuirán para el desarrollo del país y en otros no.

2.01.02.01 Permisos

Mediante este estudio de factibilidad se determina que la empresa se conformara como una persona natural no obligada a llevar contabilidad por lo que se detalla a continuación los requisitos necesarios para la constitución de la microempresa.

Tipo de empresa: microempresa

Nombre: DAYLIZ SOAP

Ruc: 1726733601001

2.01.02.01.01 Registro unificado de actividades económicas (RUC)

El SRI permite a las personas naturales o jurídicas obtener un número de ruc para el desarrollo de las actividades económicas propias de cada negocio de manera que podrán manejar facturas y declaraciones.

Las instituciones tienen un lapso de 30 días a partir de su apertura para la inscripción del RUC y deberán presentar los siguientes documentos.

Requisitos:

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

- Original y copia de cedula o pasaporte
- Planilla de servicios básicos
- Factura telefónica fija o móvil
- Predio urbano o rural
- Estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito
- Notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos
- Contrato o factura de arrendamiento
- Contrato de comodato
- Certificado de registro de la propiedad
- Escritura de compra venta del inmueble
- Documento emitido por la entidad pública y en que conste la dirección.
- Copia de Patente municipal
- Copia de Permiso de bomberos
- Calificación de uso de locales u oficinas.
- Certificado de domicilio otorgado por la junta más cercana. (SRI, 2019, pág. 2)

2.01.02.01.02 LUAE

La licencia Única de actividades Económicas es un documento emitido por el Municipio de Quito donde autoriza a una empresa el desarrollo de sus actividades económicas, después de haber presentado ya probado los diferentes requisitos

establecidos, esto rige únicamente para la empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos:

- Formulario de Solicitud LUAE
 - Copia de RUC
 - Copia de cedula
 - Copia de papeleta de votación vigente
 - Copia del nombramiento del representante legal SI DECLARA RÓTULO
 - Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo
 - Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
 - Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
 - Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.
- (QUITO ALCALDÍA, 2018, pág. 1)

2.01.02.01.03 Permiso De Bomberos

El permiso de Bomberos es un documento en el cual el cuerpo de bomberos aprueba una edificación perteneciente a una empresa para que pueda ser utilizada como oficinas o lo que el propietario estime conveniente, después de haber realizado las diferentes verificaciones de los sistemas de prevención de incendios.

Requisitos:

-
- Formulario Declarativo de Ocupación. Link
 - Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.
 - Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P.
 - Copia de los planos SCI aprobados y sellados.
 - Certificado de instalación del sistema de detección y alarma en conformidad con NFPA 72.
 - Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
 - Certificado de tratamiento intumescente a la estructura metálica y/o madera vista.
 - Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
 - Certificado de las Pruebas de Presión o hermeticidad del sistema de supresión con agua.
 - Certificado de Instalación de Presurización de Gradadas.
 - Certificado de Instalación de Pararrayos.
 - Declaración de cumplimiento VBP, instalación, funcionamiento y certificados de instalación. Formato Declaración de Cumplimiento VBP. (CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2018, pág. 1)

2.01.02.01.04 Afiliación Al IESS Como Empleador

En el art.- 34 de la constitución se establece que los empleados deberán gozar de los derechos propios de un trabajador, dentro del cual se establece que todo empleado bajo relación de dependencia deberá ser afiliado al seguro social, para que pueda tener accesibilidad al seguro de enfermedad, invalidez, vejez, maternidad, y poder obtener fondos de cesantía, cubrirse de riesgos laborales o muerte.

El trabajador deberá aportar con el 9,45% de su salario para cubrir el seguro el restante del 11,15% lo cubrirá el empleador.

Requisitos:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado (a color)
- Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el ministerio del trabajo.
- Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.

(Admin, 2019)

2.01.04 Factor Tecnológico

“Uno de los factores de mayor efecto sobre el ambiente es la tecnología. La tecnología ha tenido un gran impacto en los estilos de vida el hombre moderno, en sus hábitos de consumo y en su bienestar económico”. (CORDOVA ALBAN , 2005, pág. 73)

El factor tecnológico incide en la renovación de maquinarias y nuevos procesos automatizados que permitirán a la microempresa avanzar en el ámbito tecnológico ahorrando tiempo y dinero en actividades obsoletas.

En el siglo XXI se entiende como tecnología aquellos factores que permiten la innovación dentro de un mercado comercial posibilitando el avance técnico que es una herramienta eficiente a la hora de enfrentarse con sus competidores, sistematizando los procesos de manera que la microempresa se vuelva competitiva y eficiente dentro de un determinado mercado.

2.01.04.01 Tecnología Del Producto

“Toda tecnología tiene su origen en una idea, ocurrencia o forma nueva, es decir, en una innovación. Esta idea o innovación debe pasar por un proceso de prueba antes de convertirse en tecnología”. (cultura erasto weebly, 2019, pág. 1)

La tecnología del producto se refiere a la innovación que debe tener el bien final para poder salir a la venta, sin embargo, para que este proceso se concrete se necesita de personal calificado, y sobre todo que tenga motivación y creatividad al momento de darle un plus o valor agregado al producto.

2.01.04.02 Tecnología Del Proceso

“El proceso tecnológico, o proceso para la creación de objetos comienza con el planteamiento de un problema, necesidad o situación que hay que solucionar mediante el diseño de un objeto tecnológico”. (Grupo Copesa, 2009, pág. 1)

Se entiende como tecnológica del proceso aquellas actividades que tienen una secuencia seguida de la lógica empresarial de cada empresa, insertando un sistema técnico para los procesos que la empresa requiera para llevar a cabo su objetivo final.

2.01.04.03 Tecnología De La Información

“Las tecnologías de la información se pueden entender como el conjunto de procesos y productos relacionados con el almacenamiento, procesamiento, protección, monitoreo, recuperación y transmisión digitalizada de la información tanto a nivel electrónico como óptico”. (INSTITUTO DE INGENIERÍA UNAM , 2019, pág. 1)

Se entiende como tecnología de la información al procesamiento de datos, aplicaciones de software, redes de comunicación e internet, que la microempresa necesita para tener un control para su respectivo desenvolvimiento, ayudando de esta mejor manera a la producción y comercialización del producto.

La microempresa utilizara como herramienta tecnológica de información el Excel donde se realizara base de datos y se llevará la contabilidad mediante este mecanismo.

Para llevar una comunicación libre y democrática dentro de la microempresa se establecerá un correo institucional mediante la intranet, donde se pueda compartir datos y archivos que ayuden al mejor desenvolvimiento y toma de decisiones entre los trabajadores y ejecutivos de la organización.

2.02 Entorno Local

“Se refiere a la parte del entorno más próxima a la actividad habitual de la empresa, es decir, al sector o industria en el que la empresa desarrolla su actividad”.

(Sáez Vacas, García, Palao, & Rojo , 2003, págs. 24,25)

El entorno local son aquellos factores que afectan a la empresa de manera habitual pero que sin embargo la empresa tiene cierto control sobre ellos, dentro de los cuales se encuentran los clientes, proveedores y competidores.

2.02.01 Clientes

Los clientes son personas u organizaciones que compran un determinado producto para satisfacer sus necesidades, dentro de los cuales se puede observar 2 clases importantes de clientes como los son los clientes activos e inactivos el primero es aquella persona que realizó su compra durante los últimos días y la segunda clasificación es aquel individuo que realizó su compra hace un tiempo atrás siendo este superior a 1 mes.

Tabla 7.- Clientes

DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN
Personas de 15 años en adelante	Público En General
Tiendas	Se les entregaría una cantidad de productos a un valor inferior para que el producto pueda ser revendido al precio establecido en el empaque
Mini Marquet	Se les entregaría una cantidad de productos con un descuento para que el producto pueda ser vendido al precio que el dueño del mini Marquet estime conveniente
Tiendas De Artículos De Aseo	Se les entregaría un catálogo de productos para que el dueño haga el pedido de los jabones que más requiera por su clientela
Spa	Se les entregaría una cierta cantidad de productos únicamente para uso exclusivo del spa con la condición de que no puede ser revendido por ellos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.02.02 Proveedores

Los proveedores son personas u organizaciones que proveen de materia prima a otras empresas para que elaboren un producto terminado, clasificándose de esta manera en 3 clases de proveedores como lo son el proveedor de bienestar que se clasifica por dar un producto que ayude al bienestar de las personas, el de servicios es aquel individuo o empresa que presta un servicio intangible, y el de recursos es aquella entidad financiera que presta recursos económicos.

Tabla 8.- Proveedores

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTO	FACTOR DE NEGOCIACIÓN
Agro Quimic	Av. Rodrigo De Chávez Y Francisco Gómez	glicerina en cristal	15% de descuento
Agro Quimic	Av. Rodrigo De Chávez Y Francisco Gómez	espumante	15% de descuento
El Refugio	Av. Mariscal Sucre Y Michelena	colorante	5% de descuento
Pika	Av. Mariscal Sucre Y Cosme Osorio	moldes	facilidad de pago
Naturis	Av. Rodrigo De Chávez Y Francisco Gómez	aromatizante	pago a 3 meses
Naturis	Av. Rodrigo De Chávez Y Francisco Gómez	extractos suavizante para la piel	pago a 3 meses
Micro Mercado	Av. Mariscal Sucre Y Cumanda	avena	financiamiento de crédito
Micro Mercado	Av. Mariscal Sucre Y Cumanda	naranja	financiamiento de crédito
Micro Mercado	Av. Mariscal Sucre Y Cumanda	sábila	financiamiento de crédito
Farmacias Económicas	Av. Mariscal Sucre Y El Canelo	alcohol	descuento 5%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.02.03 Competidores

Los competidores son aquellas personas físicas u organización que vende el mismo producto o servicio relacionado con otras empresas y que pretende cubrir las necesidades un mismo público objetivo, es por ello que se debe hacer un claro análisis de los competidores para poder tener un objetivo claro en cuanto a la competencia.

Tabla 9.- Competidores

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	FACTOR DE DIFERENCIACIÓN
Fantasías Núñez	Productos de aseo y belleza	Precio
Tienda De Aseo Pequeñín	Productos de bebes y aseo	Calidad
Aromas	Aromas naturales, perfumes, jabones con aromas	Calidad
Aseo Doña Martita	Productos de aseo en general	Precio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.03 Análisis FODA

“El análisis FODA tiene como objetivo el identificar y analizar las Fuerzas y Debilidades de la Institución u Organización, así como también las Oportunidades y Amenazas, que presenta la información que se ha recolectado”. (SUBSECRETARIA DE INNOVACIÓN Y CALIDAD, 2008, pág. 1)

El análisis FODA es el estudio que permite a la microempresa conocer sus fuerzas internas que son las Fortalezas y Debilidades y sus fuerzas externas que son las Oportunidades y Amenazas, y mediante ello poder optar por construir barreras de defensas mediante estrategias defensivas que permitan afrontar la realidad del medio actual al que se enfrenta toda organización.

La microempresa analizara mediante esta herramienta las oportunidades y amenazas que están presentes en el desarrollo de la organización.

Tabla 10.- Análisis FODA

FACTORES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Inflación	x	
Pib		x
Riesgo País	x	
Balanza Comercial	x	
Tasa De Interés Activa	x	
Tasa De Interés Pasiva	x	
Tasa De Desempleo		x
Cultura	x	
Político		x
Legal		x
Tecnológico	x	
Cliente	x	
Proveedores	x	
Competidores		x

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

La microempresa dentro de sus análisis FODA puede identificar que las oportunidades tiene un mayor porcentaje de participación y las amenazas son un porcentaje mínimo por lo que se puede concluir que la organización tiene un grado alto de desarrollo y con muchos de los factores a su favor como los son la inflación, el riesgo país, la balanza comercial, tasa de interés activa, tasa de interés pasiva, cultura, factor tecnológico, cliente y proveedores.

Mientras que las Amenazas que cubren a la microempresa son pocos pero sin embargo afectan de tal modo que la empresa puede llegar a sufrir graves consecuencias, por lo que deberá planificar estrategias defensivas para que la afectación por parte de los factores como el PIB, la tasa de desempleo, el factor político, factor legal y los competidores; sean mínimos.

2.04 Análisis Interno

“Implica mirar hacia el interior de la organización para identificar cuáles de sus recursos y de sus capacidades representan fortalezas y en cuáles se encuentran debilidades”. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018, pág. 38)

2.04.01 Propuesta Estratégica

“La planeación estratégica es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto (oposición inteligente)”. (BEDOYA VELÁSQUEZ & ZULUAGA GONZÁLEZ, 2015, pág. 7)

Se entiende como propuesta estratégica aquellos planes administrativos que la microempresa pone en marcha al momento de su funcionamiento con el fin de cumplir el objetivo planteado a corto o largo plazo mediante el cual se muestra la realidad y el futuro de la microempresa.

2.04.01.1 Misión

“La misión define principalmente cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor”. (Espinosa, 2012, pág. 1)

- DAYLIZ SOAP es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de jabones artesanales en diferentes diseños y aromas, comprometida con la labor comercial dentro del mercado artesanal, inspirada en la pasión y compromiso que tiene con sus colaboradores y clientes, fomentando siempre los valores y principios institucionales.

2.04.01.2 Visión

“La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador”. (Espinosa, 2012, pág. 1)

- Para el 2024 ser una microempresa reconocida a nivel nacional ofreciendo productos nacionales y únicos en su creación, poniendo en práctica los principios y valores que ayuden a fortalecer el liderazgo y empoderamiento empresarial, que permitirá a la microempresa convertirse en una organización competitiva para futuras generaciones.

2.04.01.3 Objetivos

Los objetivos definen el resultado futuro que ha de alcanzarse. Cada uno de los objetivos contribuye a la consecución de la declaración de intenciones. Mientras que la declaración de intenciones debe ser concisa, los objetivos pueden entrar en detalles sobre los resultados que han de alcanzarse y desarrollar las posibles soluciones a los impedimentos descritos en la base de referencia. Todos los objetivos deben ser SMART. (NACIONES UNIDAS, 2012, pág. 1)

Los objetivos son aquellos resultados que la empresa pretende alcanzar en un tiempo determinado.

Para lograr alcanzar un objetivo se necesita seguir una serie de metas y procedimientos que contribuyan a la formación del resultado final, que toda empresa requiere alcanzar después del tiempo establecido dentro de su planificación.

2.04.01.3.01 Objetivo General

“Los objetivos generales no son más que los logros a alcanzar a través del trabajo, se plantean como metas antes de empezar”. (Riquelme , WEB y Empresas, 2019, pág. 1)

- Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización y distribución de jabones artesanales de primera calidad que estén siempre acorde al gusto del cliente, suministrando los mejores precios del mercado, y revalorizando la atención al cliente.

2.04.01.3.02 Objetivos Específicos

“Son las aspiraciones o propósitos que se pretenden lograr, exponen de manera clara y precisa los alcances y resultados que se desean obtener en las diferentes etapas o fases, del trabajo”. (Riquelme , WEB y Empresas, 2019, pág. 1)

- 1) Realizar los estudios correspondientes para determinar la factibilidad de la empresa DAYLIZ SOAP
- 2) Comercializar jabones de diferentes diseños, aromas, colores y extractos suavizantes para la piel.

- 3) Obtener una sistematización correcta al momento de la entrega de pedidos para ser más eficientes y eficaces.
- 4) Brindar la mejor atención a todos los clientes que visiten la microempresa e innovar periódicamente los diseños del producto.
- 5) Efectuar los trámites pertinentes para la constitución de la empresa, y establecer su organización.
- 6) Ejecutar los estudios económicos a fin de conocer la rentabilidad de la microempresa.

2.04.01.4 Principios Y Valores

Principios:

- Igualdad: saber que todos los colaboradores de la empresa cumplen un mismo objetivo.
- Libertad de expresión: todos los individuos tienen su propia forma de pensar y actuar además de responsabilizarse por sus actos.
- Integridad: conocer que cada uno tiene un fin y que las cosas realizadas siempre llevan tu firma de personalidad.
- Amor: tener amor propio por uno mismo es el principio de amar lo que haces y trabajar con esfuerzo y dedicación.
- Cooperación: ayudar a tu grupo de trabajo para obtener resultados eficientes y eficaces.

- Convivencia: saber convivir en un grupo de trabajo respetando a cada uno de los colaboradores de la organización.
- Eficiencia: saber hacer las cosas de la mejor manera para el mejor funcionamiento de la microempresa.
- Dignidad: amarse como persona sin permitir que nadie destruya tu humildad ni degraden tu autoestima.

Valores:

- Respeto: respetarse uno mismo y respetar el criterio y pensamiento de los demás.
- Responsabilidad: hacer frente a sus actos y aceptar sus errores.
- Trabajo en equipo: trabajar en unión para el bienestar común de la empresa.
- Puntualidad: conocer tus horarios de trabajo, representa tu carisma laboral.
- Tolerancia: aceptar a las personas, aunque no sean completamente de tu agrado por cada quien es un mundo diferente.
- Lealtad: respetar la confidencialidad de la microempresa, guardando la información empresarial.
- Compromiso: comprometerte con tu labor ocupacional para ofrecer productos de primera calidad.
- Disciplina: ser disciplinado y acatar las órdenes, tareas y normas empresariales con la mejor actitud.

2.04.01.5 Gestión Administrativa

“La gestión administrativa es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto”. (Corvo , 2019, pág. 1)

Se refiere a las estrategias administrativas que una empresa pone en plan para llevar a cabo sus objetivos, administrando de mejor manera sus recursos humanos, materiales y económicos.

2.04.01.05.01 Planificación

“La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos”. (Bernal, 2012, pág. 1)

La planificación es aquella función que la microempresa mira como su punto de partida para poder empezar a fusionar las demás funciones, es donde se pretende formular los objetivos y metas que la empresa pretende alcanzar en un futuro.

Para lograr la meta establecida se necesita de una planificación minuciosa donde conste lo que se debe hacer, como hacerlo, cuando, incluso que patrón debe seguir para tener un orden preestablecido en las tareas y actividades necesarias para lograr el objetivo empresarial.

La planificación sirve para prever de futuros problemas organizacionales y saber cómo se debe enfrentarlos de acuerdo a los planes que tiene la microempresa.

Tabla 11.- Cronograma de Actividades

CALENDARIO DE ACTIVIDADES									
MESES	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
ACTIVIDADES									
Permisos del negocio y legalización									
Formas de financiamiento									
Amoblar el local									
Elección de proveedores									
Adquisición de materia prima									
Contratación de personal									
Inducción de personal									
Adquisición de insumos y papelería									
Elaboración de jabones									
Gestión de marketing									
Gestión de calidad									
Producto terminado e inicio de actividades									
Gestión de ventas									

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.04.01.05.02 .Organización

“Es una parte del proceso administrativo. En este sentido organización significa, acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos, encargados de su administración y de establecer relaciones entre ellos y atribuciones de cada uno de ellos”. (Fuentes Chávez, 1994, pág. 84)

La organización es una función del proceso administrativo en el que se debe realizar la adecuación del marco jerárquico de la microempresa, y establecer departamentos y áreas para el organigrama estructural y a la vez delegar funciones y actividades a cada una de los cargos.

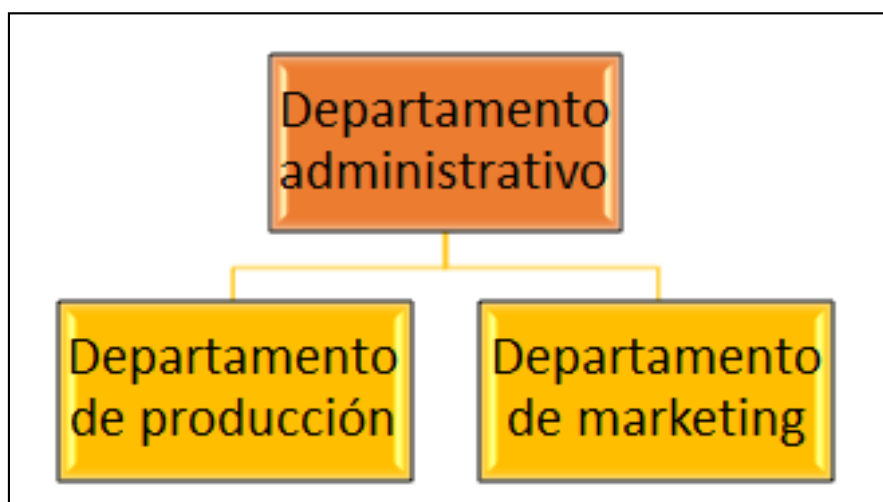


Figura 13.- Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

A continuación se detallara los objetivos y las funciones de cada uno de los cargos establecidos en el organigrama estructural de la empresa “DAYLIZ SOAP”

Tabla 12.- Funciones de Administrador Financiero

IDENTIFICACIÓN DEL AREA	
COD: A001	
cargo:	Administrador financiero
área:	Administración
PERFIL DEL PUESTO	
educación:	Tecnólogo en administración bancaria y financiera
experiencia:	En cargos similares
estudios complementarios:	Excel, Word avanzado, sistemas contables, administración, comercialización y ventas
OBJETIVO DEL PUESTO:	
Liderar grupos de trabajo por medio de la administración de la microempresa proponiendo estrategias empresariales que ayuden al crecimiento de la misma mediante la planificación, organización, dirección y control que permitan la mejor toma de decisiones.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS:	
Ser el líder empresarial de la microempresa	
Distribuir de manera equitativa tareas ya actividades a los trabajadores	
Manejar la contabilidad de la empresa	
Supervisar los temas financieros, y tributarios de la microempresa	
Tomar decisiones que contribuyan a la organización	
COMPETENCIAS	
Liderazgo, trabajo en equipo, iniciativa propia, personalidad de negociación.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 13.- Funciones del Operario de Producción

IDENTIFICACIÓN DEL AREA COD: O 001	
Cargo:	Operario
Área:	Producción
PERFIL DEL PUESTO	
educación:	Tecnólogo en administración de la producción
experiencia:	En cargos similares
estudios complementarios:	Excel, Word avanzado, manejo de Kardex, supervisión de bodegas, manejo de maquinarias
OBJETIVO DEL PUESTO:	
Ejecutar los procedimientos establecidos para la elaboración del producto terminado, ejecutando políticas de calidad y promover el trabajo en equipo.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS:	
Elaboración de jabones	
Coordinación de procesos	
Control de materia prima	
Control de inventarios	
Manejo de equipos y maquinarias	
COMPETENCIAS	
Conocimiento de procesos industriales, experiencia en elaboración de jabones, liderazgo	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 14.- Funciones del administrador de marketing

IDENTIFICACIÓN DEL AREA COD: V 001	
Cargo:	Promotor De Ventas
Área:	Ventas
PERFIL DEL PUESTO	
educación:	Tecnólogo en administración de marketing
experiencia:	En cargos similares
estudios complementarios:	Excel, Word avanzado, cuadro de caja, facturación, marketing mix
OBJETIVO DEL PUESTO:	
Promover la venta del producto por medio de la promoción y publicidad realizada.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS:	
Elaboración de publicidad para la venta del producto	
Elaboración de estrategias de ventas	
Venta del producto	
Facturación y cierre de caja	
Manejo de programa informático de ventas	
COMPETENCIAS	
Atención al cliente, facilidad de negociación	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.04.01.05.03 Dirección

“La dirección debe de saber cómo es el comportamiento de la gente como individuos y cuando están en grupos y entender la forma en cómo operan los diferentes tipos de estructura”. (cibercrazy5000 , 2019, pág. 1 }

Dirección es la forma de liderar y llevar hacia un mismo objetivo a un grupo de personas que tienen una misma afinidad por cumplir una meta establecida.

Las órdenes de la microempresa serán ejecutadas de acuerdo a lo establecido por el administrador de la organización y serán comunicadas a los departamentos de acuerdo a su grado de importancia.

Motivación

“La motivación laboral es entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales, condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual”. (Peña Estrada, 2015, pág. 13)

Se entiende como motivación aquellos incentivos económicos, y reconocimientos laborales que la empresa brinda a sus colaboradores con el fin de que cumplan la meta con el mejor entusiasmo.

La microempresa generara niveles de confianza donde los trabajadores pueden expresar sus ideas creativas libremente de manera que si algún colaborador presenta una idea innovadora para el producto se le otorgara una bonificación, además se fomentara

programas de acreditación donde se dicten talleres que le permitan al trabajador obtener un título y crecer profesionalmente.

Liderazgo

“Es la habilidad de influir positivamente en la gente y los sistemas provocando una actitud determinada, bajo la autoridad de uno a fin de tener un impacto significativo y lograr resultados importantes”. (AVENECER CANO , 2015, pág. 21)

El liderazgo es aquella actitud que conlleva a una persona a dirigir a un grupo de individuos que buscan lograr una meta determinada, fomentándoles confianza, apoyo y seguridad en las actividades que realizan.

El liderazgo democrático es aquel que permite que los empleados puedan tomar decisiones dentro de la empresa. Democrático viene de las palabras demos que significa pueblo y kratos que significa autoridad esto quiere decir que las opiniones entre los altos cargos jerárquicos más altos y los empleadores son iguales, no se limitan solo a recibir órdenes sino también a opinar acerca de las actividades empresariales.

La microempresa se guiará bajo el liderazgo democrático o participativo ya que en este tipo de rol permite que todos los colaboradores den sus puntos de vista y apoyen en la toma de decisiones, sin embargo, el líder siempre será su ejemplo a seguir.

2.04.01.05.04 Control

“El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente”. (yuri , 2019, pág. 1)

Es el proceso mediante el cual se puede determinar un correcto mecanismo para cumplir los procesos administrativos mediante la ejecución de normas, reglas y protocolos establecidos por la microempresa.

El feedback utilizado en la microempresa será aquel que permita modificar las actividades realizadas de una forma errónea mediante manuales de procedimientos para que las tareas efectuadas sean sistemáticas de acuerdo a lo establecido en el manual, evitando de esta manera tener errores que perjudiquen la razón de ser de la microempresa.

La microempresa se maneja con estándares de calidad que permitan obtener un producto terminado que cubra las expectativas del cliente.

2.04.01.6 Gestión Operativa

“La gestión operativa y táctica tiene como fundamento los elementos teóricos prácticos en una organización, abarcando cada uno de los componentes en las diversas áreas operativas y estratégicas por nivel de gestión”. (Durango Gutiérrez, 2014, pág. 11)

La gestión operativa es aquella actividad en la que se centra la organización de una empresa, para poder implementar ciertas tareas a ejecutarse, mediante el cual se pretende organizar y disponer los recursos necesarios para llevar a cabo un objetivo.

Simbología ANSI


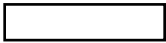

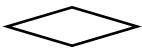



SÍMBOLO	REPRESENTA	PARA QUE SE UTILIZA
	Inicio o termino	Indica el inicio y el final del diagrama
	Actividad	Símbolo de proceso representa la realización de una operación o actividad
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que intervenga en el proceso.
	Decisión o alternativa	Representa una alternativa de decisión
	Archivo	Representa un documento o información dentro de un archivo
	Conector de pagina	Representa un conector de página en el que continua el diagrama
	Conector	Representa un conector o enlace de una parte del diagrama con otra parte lejana del mismo.

Figura 14.- Simbología ANSI

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Flujo grama atención al cliente

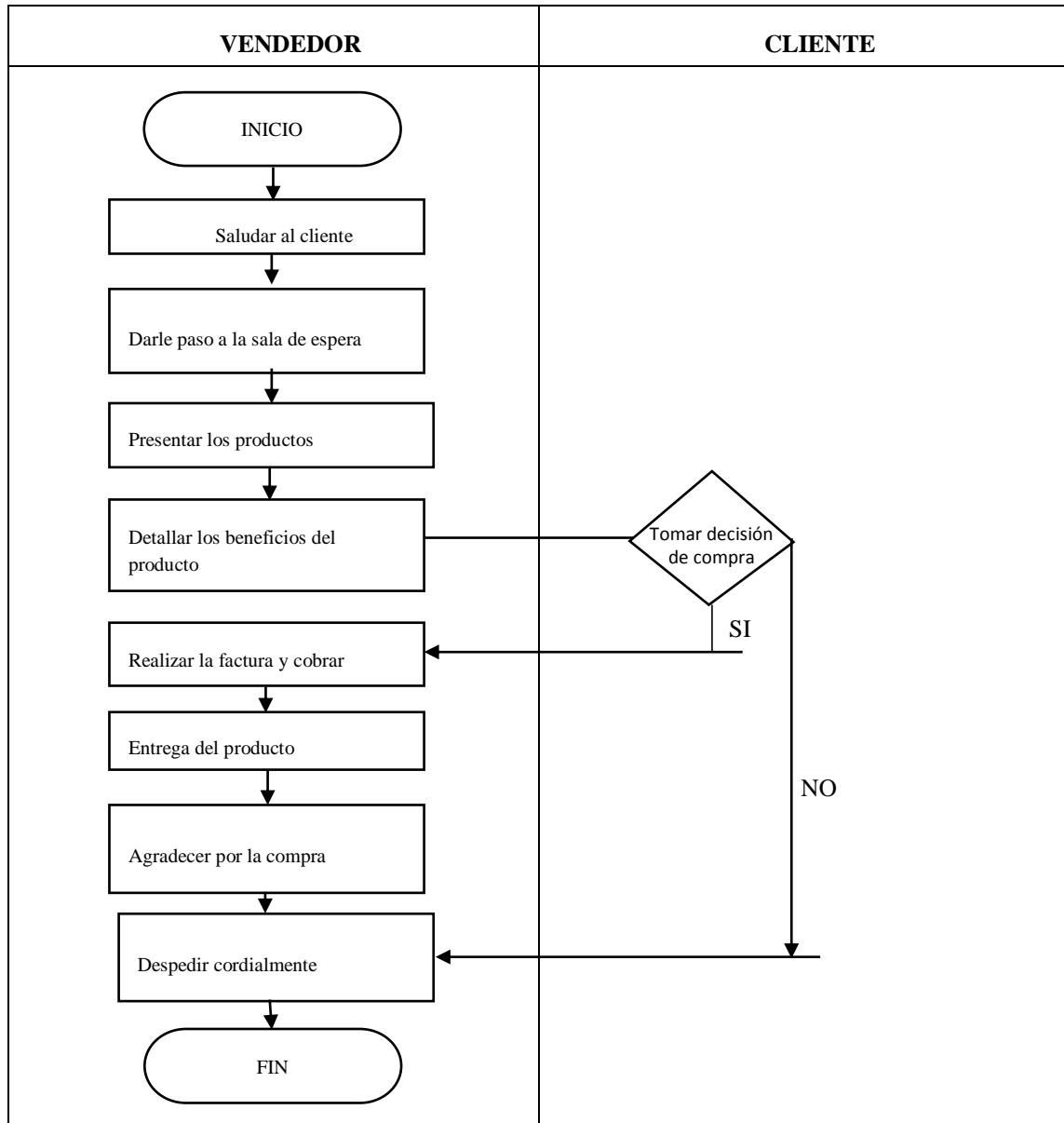


Figura 15.- Flujo grama Atención al Cliente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.04.01.7 Gestión Comercial

2.04.01.7.01 Producto

“Un producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera)”. (Thompson, Marketing free.com, 2019, pág. 1)

La experiencia de tener una piel suave y sedosa te lo da los jabones exclusivos de la empresa DAYLIZ SOAP, te ofrecen sus productos en diferentes diseños, tamaños y aromas.



Figura 16.- Jabones

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

2.04.01.7.02 Precio

“El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor”. (Thompson, Marketing free.com, 2019, pág. 1)

Precio es aquel valor monetario en el que el comprador paga a un vendedor por la adquisición de un bien o servicio para satisfacer sus necesidades.

Las políticas de precio a utilizarse en la microempresa son los siguientes:

- 1) Por compras superiores a 100 jabones se otorgará un descuento del 5%
- 2) Para consumidores potenciales se otorgará facilidades de pago sin intereses.
- 3) Por la compra de 15 jabones se regalará un jabón.
- 4) En fechas especiales como san Valentín, día de la mujer, el día de la madre se obsequiará un llavero para los consumidores.
- 5) Por la adquisición del producto en eventos sociales como matrimonio, grados, quince años, bautizos, etc. se otorgará un descuento del 8%.

2.04.01.7.03 Plaza

“La Distribución Comercial relaciona la producción con el consumo. Su objetivo es poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador en la cantidad demandada”. (Velásquez Vargas , 2015, pág. 1)

La plaza es el lugar físico donde se ubicará la microempresa para ofrecer su producto, por medio de los diferentes canales de distribución.

Logotipo



Figura 18 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Descripción de Colores del Logotipo

- Rosado: la belleza y sencillez de una mujer representada en su delicadeza de cuidar su piel.
- Celeste: la firmeza y la seguridad mediante la confianza de representar la belleza de un ser humano.
- Azul: la tranquilidad y la paz interna del ser humano por medio de la confianza.
- Blanco: la humildad y la pureza que representa la mujer y su forma limpia de mostrarse al mundo en cuerpo y alma.

Eslogan

“El eslogan se presenta como un enunciado breve, conciso y fácil de retener, que nos habla de algo o de alguien, de una manera que resulte impactante, atractiva, ingeniosa o sugestiva para el Destinatario”. (JUAN HERRERO , 2018, pág. 1)

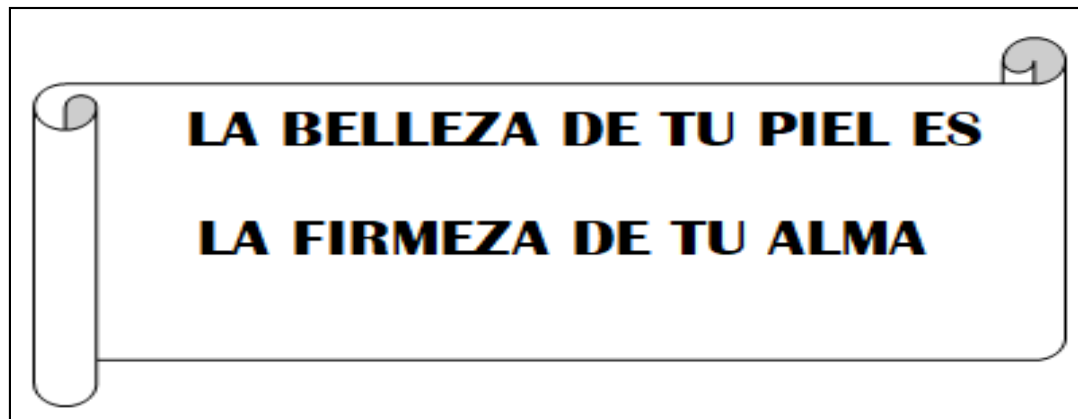


Figura 19.- Eslogan

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

El eslogan es aquella frase que inspira al comprador e interviene de cierta manera en la decisión de compra.

Toda persona es bella de naturaleza sin embargo un jabón que ayude a las impurezas de la piel ayudara tanto a un hombre como a una mujer a sentirse seguro de sí mismo y reflejará la seguridad de su personalidad y la firmeza de su alma.

Tarjetas de presentación

“Las tarjetas de presentación son una representación visual con la información de contacto de una persona o empresa”. (BROCA LÓPEZ, 2019, pág. 1)



Figura 20.- Tarjeta de Presentación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Página web de Facebook

“Una Página Web es un documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) generalmente construido en el lenguaje HTML”. (UNION EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO , 2008, pág. 1)

La microempresa Dayliz SOAP ha creado una página de Facebook exclusiva para promocionar sus productos y promociones, buscando de esta manera atraer posibles clientes.

https://www.facebook.com/daylizsoap/?modal=admin_todo_tour

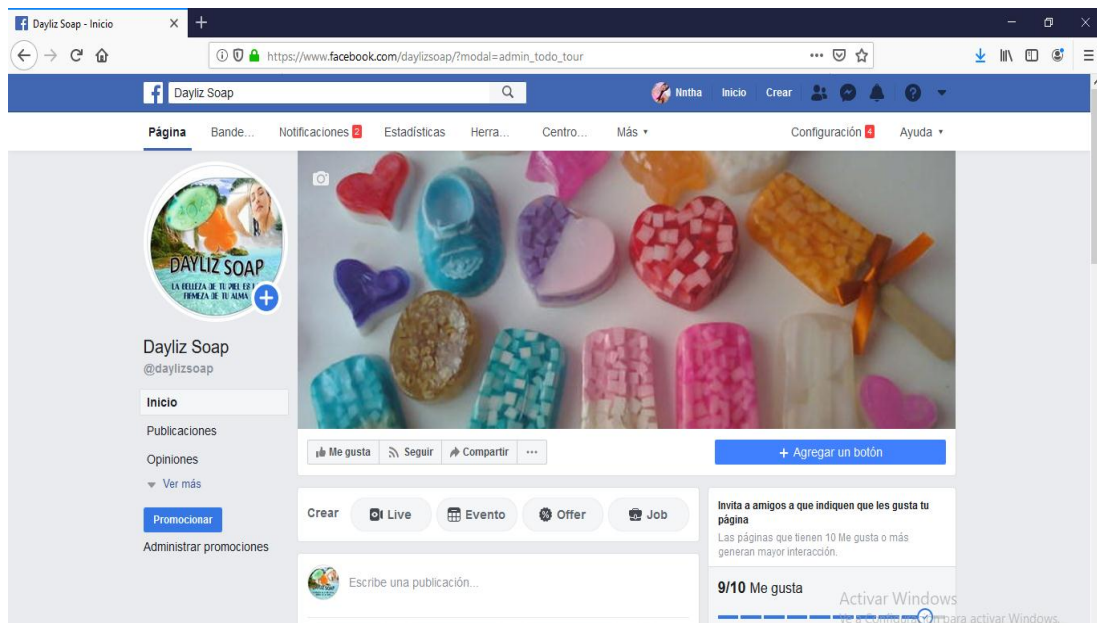


Figura 21.- Pág. Web

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tríptico

“Un tríptico es un espacio para escribir, dibujar o pintar que se dobla, dejando ver tres tablas. Se sabe que los trípticos pueden estar hechos completamente de materiales distintos como madera, metal, papel o telas.” (Raffino, 2019, pág. 1)

EMPRESA DAYLIZ SOAP

TIPO DE
EMPRESA:
MICROEMPRESA

RUC:
1726733601001

CEL:
0963055406



MISIÓN

DAYLIZ SOAP es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de jabones artesanales en diferentes diseños y aromas, comprometida con la labor comercial dentro del mercado artesanal, inspirada en la pasión y compromiso que tiene con sus colaboradores y clientes, fomentando siempre los valores y principios institucionales.

VISIÓN

Para el 2024 ser una microempresa reconocida a nivel nacional ofreciendo productos nacionales y únicos en su creación, poniendo en práctica los principios y valores que ayuden a fortalecer el liderazgo y empoderamiento empresarial, que permitirá a la microempresa convertirse en una organización competitiva para futuras generaciones.

JABÓN DE AVENA
El jabón de avena te Dara una extrema hidratación y nutrición a la piel de tus manos y cuerpo.



JABÓN DE ALOE VERA
El jabón de aloe vera ayuda a cicatrizar las heridas, además contribuye a combatir el envejecimiento de la piel.



La microempresa **DAYLIZ SOAP** te ofrece:
Jabones en diferentes diseños, aromas y con extractos suavizantes que ayudaran al cuidado de tu piel.



Material pop

“Material P.O.P. es el material publicitario ubicado en el punto de venta. Es toda aquella acción llevada a cabo dentro del lugar de venta para llamar la atención del consumidor e impulsar la compra”. (Arenas Ruiz & Durán, 2019, pág. 1)



Figura 22.- Material Pop

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca



Figura 23.- Material Pop

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se realiza a través de un conjunto de investigaciones sobre: la competencia, clientes, demanda, oferta, características del entorno, canales de distribución, lugares de venta del producto, publicidad, promoción, precios, etc.

El estudio de mercado es aquella investigación que se realiza al consumidor para conocer sus gustos y preferencias y mediante ello poder centrarnos en las características claves que debe tener el producto para poder acceder al mercado comercial.

3.01 Análisis Del Consumidor

“Cuando hablamos de análisis del consumidor, nos referimos a descifrar la manera en la que piensan los clientes y todos los aspectos que podrían influenciar en sus decisiones de compra”.

El análisis del consumidor es el estudio que se realiza a un cierto grupo de personas para conocer las preferencias y gustos que tienen al momento de adquirir un producto.

3.01.01 Determinación De La Población Y La Muestra

3.01.01.01 Población

“Es una pequeña parte de una población total que representa un subconjunto de individuos escogidos para conocer un interés común, a partir de una técnica adecuada”.

(D'Angelo, 2019)

La población es el conjunto de elementos que reúnen características similares, se los escoge para realizar una serie de estudios y en base a ello obtener una sucesión de resultados que permitan determinar conclusiones.

Los resultados de la población pueden ser finitos o infinitos dependiendo de la cantidad, llamase así infinitos a una población artificial ya que toda población debe tener un número específico al ser estudiado.

Tabla 15.- Segmentación de la Población

SEGMENTACIÓN	HABITANTES
Ecuador	18.120.179
Pichincha	2.576.287
Quito	2.239.191
Parroquia de Chilibulo	30.818

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

3.01.01.02 muestra

“Cualquier subconjunto del universo. Desde la estadística pueden ser probabilísticas o no probabilísticas”. (D'Angelo, 2019)

Es una pequeña parte de una población total que representa un subconjunto de individuos escogidos para conocer un interés común, a partir de una técnica adecuada.

La muestra escogida debe poseer todas las características que el estudio a realizarse necesite para obtener mediante ello un resultado eficiente.

La muestra estudiada permite tener un estudio más exacto y es más fácil de manejar además que nos permitirá examinar todos los parámetros con exactitud para obtener un nivel de confianza adecuado, con diferencia a una población total.

Existen diferentes tipos de muestreo como el muestreo aleatorio, el muestreo estratificado, el muestreo sistemático y el muestreo por conglomerado.

El muestreo aleatorio es aquel en el que se elige aleatoriamente a un individuo de la muestra y todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

El muestreo estratificado es aquella investigación donde se elige un subgrupo clave para la indagación de la información solicitada.

El muestreo sistemático es aquel donde se elige un elemento de la muestra aleatoriamente después se elige los demás elementos en base a intervalos fijos o sistemáticos hasta alcanzar el tamaño de la muestra esperado.

El muestreo por conglomerado es una técnica utilizada en el estudio de mercado donde la población total se divide en grupos que tienen características homogéneas y después se elige aleatoriamente un elemento de cada grupo.

Para este proyecto se utilizará el muestreo estratificado ya que este es un método probabilístico que nos permitirá obtener un cálculo de la muestra por medio de la fórmula establecida a continuación:

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

n= el tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

Z= valor obtenido mediante niveles de confianza 95% = 1.96

p= probabilidad de ocurrencia (éxito) 0.50

q= probabilidad de ocurrencia (fracaso) 0.50

e= margen de error 0.05

De acuerdo a los datos establecidos anteriormente se procede a calcular la muestra para el proyecto.

Datos:

n= ?

N= 30.818

$$Z= 1.96$$

$$p= 0.50$$

$$q= 0.50$$

$$e= 0.05$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 30818}{(30818 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{29597,61}{(30818 - 1)0,05^2 + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{29597,61}{(30817)0,05^2 + 0,9604}$$

$$n = \frac{29597,61}{78,0029}$$

$$n = 379,44$$

$$n \approx 379$$

3.01.02 Técnicas De Obtención De Información

3.01.02.01 Observación

“La observación es la técnica más antigua y la más empleada en investigación, pero ella tendrá valor en la medida que sirva a un objetivo ya formulado en la investigación”.

(Labarca C, 2014, pág. 33)

La observación es aquella técnica en la que un individuo llamado observador examina detenidamente la conducta de una persona o un grupo de personas, sin embargo

si el sujeto se da cuenta que está siendo observado, puede cambiar su conducta y esto podría afectar a los resultados, es por ello que un observador pasivo estructura la forma en que realizara la técnica para obtener el mejor resultado del estudio realizado.

3.01.02.02 Focus Groups

“Los focus groups constituyen una técnica de investigación que se ejecuta mediante dinámicas grupales”. (Anonimo, 2019, pág. 2)

El focus group es una técnica utilizada mayormente en marketing ya que esta técnica permite obtener información de un grupo de personas acerca de productos, servicios o un tema en común.

Sin embargo, esta técnica no es muy recomendada ya que se trata de una reunión entre 6 a 12 personas en los que se realiza una serie de preguntas y en base de ello se realizan debates, pero por el hecho de ser una muestra muy pequeña de personas no se obtiene un resultado generalizado.

3.01.02.03 Encuestas

“una encuesta es la investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación”. (Chiner, 2016, pág. 2)

Una encuesta es una técnica que permite obtener información mediante un cuestionario de preguntas realizados a una muestra representativa de la población.

Existen 2 tipos de encuestas entre las cuales están la encuesta descriptiva que describe el momento, y la encuesta analítica que además de lo anterior busca el porqué de las cosas.

Las encuestas por lo general están formadas por preguntas abiertas que son aquellas preguntas que piden información más amplia y las preguntas cerradas se centran simplemente en escoger un par de opciones.

Para nuestro proyecto se ha determinado que se trabajara con la encuesta para poder recabar información de una muestra de la población.

Modelo De Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

Objetivo: la presente encuesta tiene como objeto conocer la aceptación de los posibles clientes en la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones de diferentes figuras, colores, aromas y extractos suavizantes para la piel.

INSTRUCCIONES:

Marcar con una x la respuesta que considera correcta

GENERO

Masculino

Femenino

EDADES

De 13-18

De 26-40

De 19-25

De 40 en adelante

CUESTIONARIO

1) ¿Ha utilizado en la actualidad jabones naturales y artesanales que suavicen su piel?

SI

NO

2) ¿Conoce usted acerca de los beneficios que ofrecen los jabones artesanales?

SI

NO

3) ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Calidad

Precio

Marca

Presentación

4) Ha comprado usted jabones artesanales de empresas existentes en el mercado.

SI

NO

5) Le gustaría comprar jabones naturales artesanales hechos a base de glicerina y extractos suavizantes para la piel.

SI

NO

6) Está usted de acuerdo que en la parroquia de Chilibulo se implemente una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales.

SI

NO

7) Ha consumido usted jabones artesanales de diferentes aromas como:

Jabón de aloe vera

Jabón de avena

8) Con qué frecuencia compra usted jabones para su uso personal.

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Anual

9) **Qué precio estaría dispuesto a pagar por un jabón artesanal de diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel.**

1,00 – 2,00

2,00 – 3,00

3,00 – 4,00

10) **En qué lugar preferiría adquirir el producto**

Supermercado

Tiendas

Ferias artesanales

Farmacias

Centros naturistas

.....
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.03 Análisis de la información

“Todo el análisis y elaboración de la información de los datos obtenidos, son la llave en una investigación cualitativa, en la cual se puede hablar de un proceso cíclico inserido en todas las etapas de la investigación”. (Simão, 2014, pág. 1)

El análisis de la información es la etapa en la que se analiza los datos obtenidos de las encuestas realizadas a la muestra de la población obtenida.

Sin embargo no solo se trata de la recolección de información sino también de escribir notas que ayuden a la conclusión de la investigación para la determinación de un objetivo en común.

1) Genero

Tabla 16.- Genero

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	197	52%
Masculino	182	48%
Total	379	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

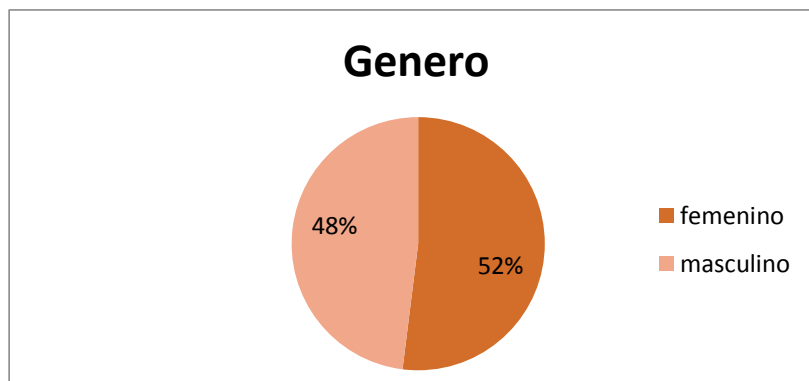


Figura 24.- Genero

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

De acuerdo a las encuestas aplicadas a la parroquia de Chilibulo se puede concluir que el 52% de la población encuestada son mujeres y el 48% hombres, por lo que las respuestas obtenidas serán variadas y de diversas opiniones.

2) Edad

Tabla 17.- edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 13-18	71	19%
De 19-25	173	46%
De 26-40	103	27%
De 40 En Adelante	32	8%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

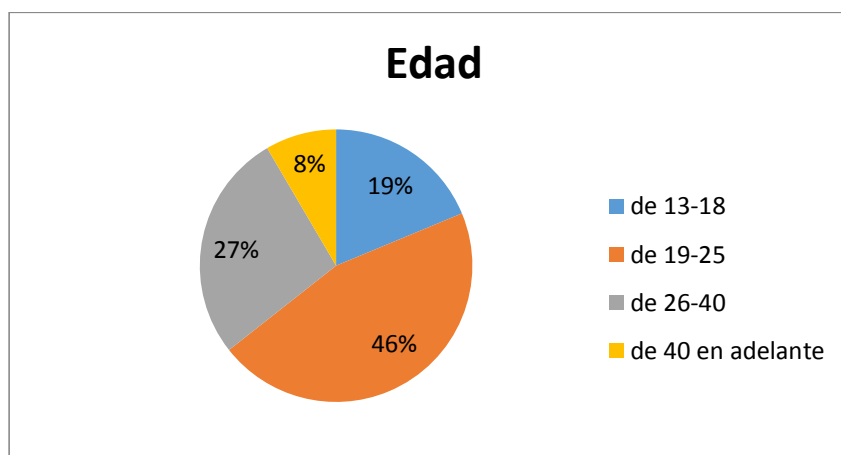


Figura 25.- Edad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Mediante las encuestas realizadas se puede concluir que el mayor porcentaje de la población encuestada son personas de 19 a 25 años con un 46%, seguida de personas de 26 a 40 años con un 27% de esta manera podremos obtener respuestas concretas, coherentes y reales, durante el desarrollo de la recolección de información.

ENCUESTA

1) ¿Ha utilizado en la actualidad jabones naturales y artesanales que suavicen su piel?

Tabla 18.- Aceptación de producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	92	24%
No	287	76%
Total	379	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

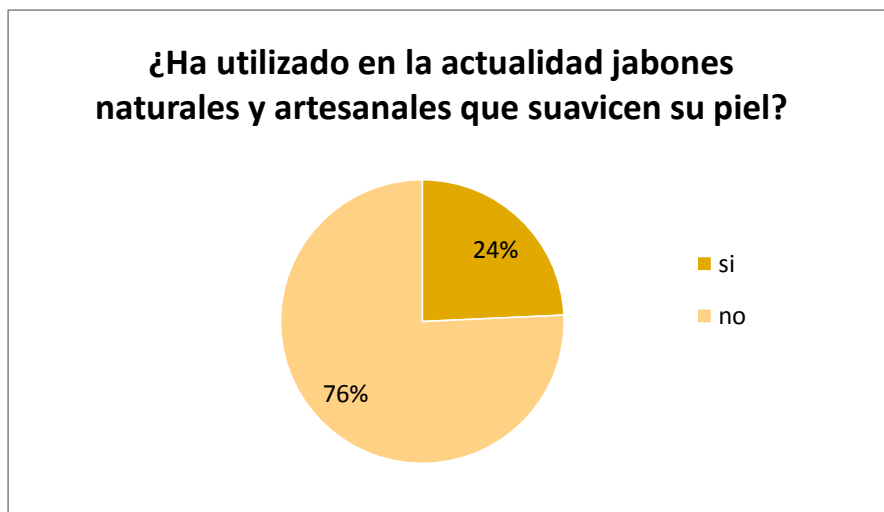


Figura 26.- Consumo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

De acuerdo a los datos proporcionados por la encuesta se puede identificar que el 76% de la población no consume en la actualidad jabones artesanales, sin embargo el poner este producto en el mercado brindaría la oportunidad de que los consumidores conozcan nuevos productos.

2) ¿Conoce usted acerca de los beneficios que ofrecen los jabones artesanales?

Tabla 19.- Beneficios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	123	32%
No	256	68%
Total	379	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

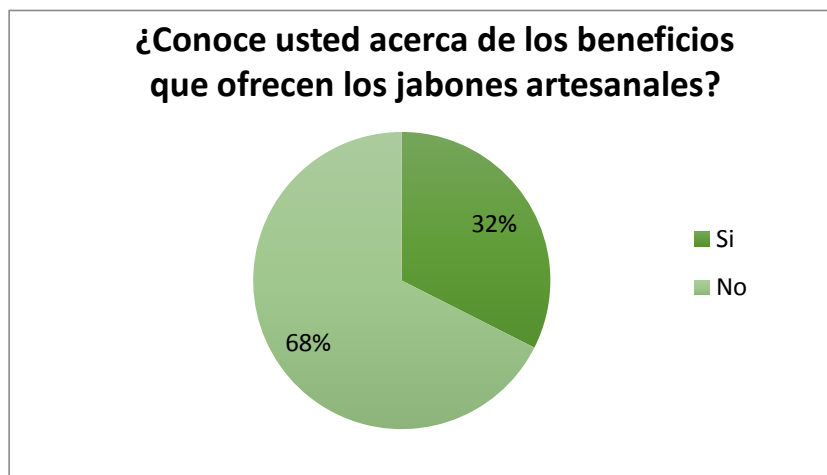


Figura 27.- Beneficios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

De acuerdo a la información dada por la encuesta se puede determinar que el 68% de la población encuestada no conoce los beneficios que presta un jabón artesanal por lo que la empresa dará a conocer los beneficios mediante técnicas publicitarias acerquen al cliente al producto.

3) ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Tabla 20.- Aspectos Importantes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	89	23%
Precio	187	49%
Marca	38	10%
Presentación	65	17%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

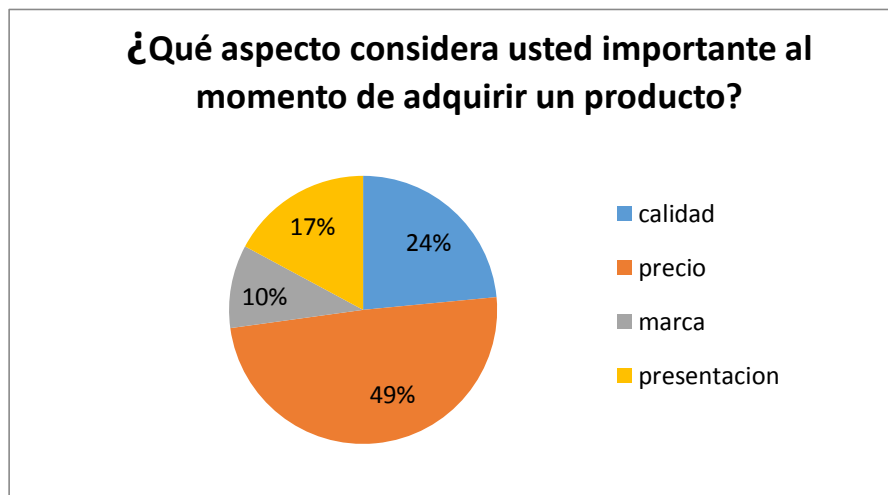


Figura 28.- Aspectos Importantes

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

En conclusión se puede determinar que el 49% de la muestra se preocupa más por el precio al momento de comprar un producto, seguido de la calidad con un 24%, es por ello que al momento de fabricar el jabón se revisara el producto en torno a estándares de calidad, y el precio estará de acuerdo a las necesidades del mercado actual.

4) ¿Ha comprado usted jabones artesanales de empresas existentes en el mercado?

Tabla 21.- Competencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	222	59%
No	157	41%
Total	379	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

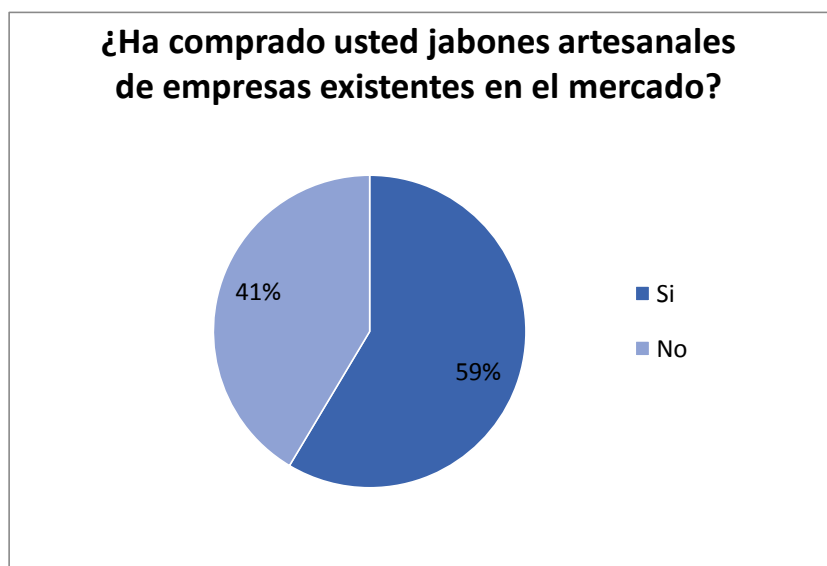


Figura 29.- Competencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

En cuanto a esta pregunta se puede determinar que el 59% de las personas encuestadas han comprado jabones artesanales de otras empresas, por lo que se puede observar una amenaza en cuanto a la competencia que tendrá que enfrentar la microempresa, proponiendo estrategias defensivas para lograr atraer al mayor número de clientes.

5) ¿Le gustaría comprar jabones naturales artesanales hechos a base de glicerina y extractos suavizantes para la piel?

Tabla 22.- Decisión de Compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	235	62%
No	143	38%
Total	378	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

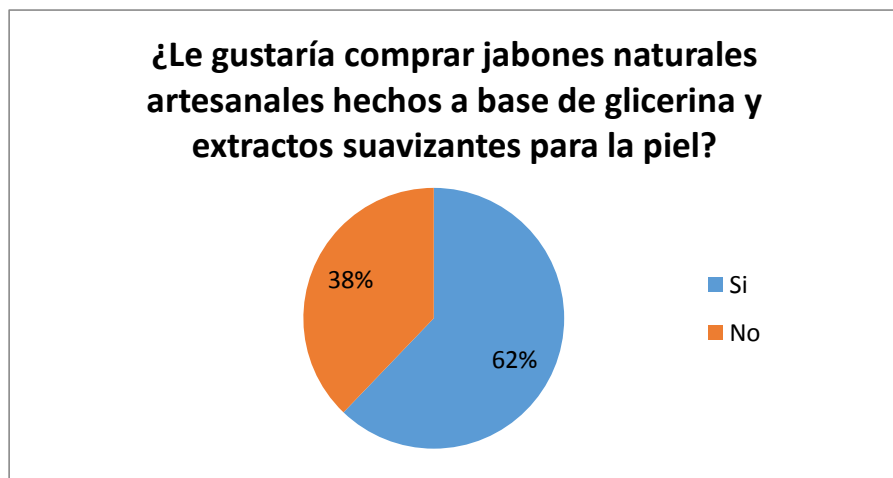


Figura 30.- Decisión de Compra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

Se puede concluir que más de la mitad de la población con un 62% si están interesados en comprar jabones artesanales, por lo que se determina que sería una oportunidad para la empresa de incorporar su producto al mercado.

6) ¿Está usted de acuerdo que en la parroquia de Chilibulo se implemente una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales?

Tabla 23.- Aceptación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	296	78%
No	83	22%
Total	379	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

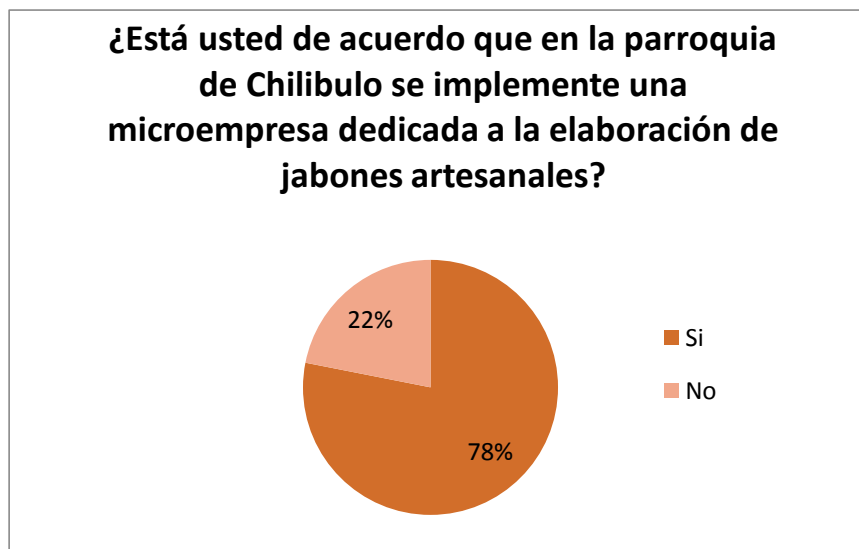


Figura 31.- Implementación Empresa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta se puede determinar que la aceptación de la población está en un 78%, es decir un gran porcentaje de las personas encuestadas están de acuerdo con que se implemente una microempresa en la parroquia de Chilibulo.

7) ¿Ha consumido usted jabones artesanales de diferentes aromas cómo?

Tabla 24.- Preferencias

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Jabón de aloe vera	236	62%
Jabón de avena	143	38%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

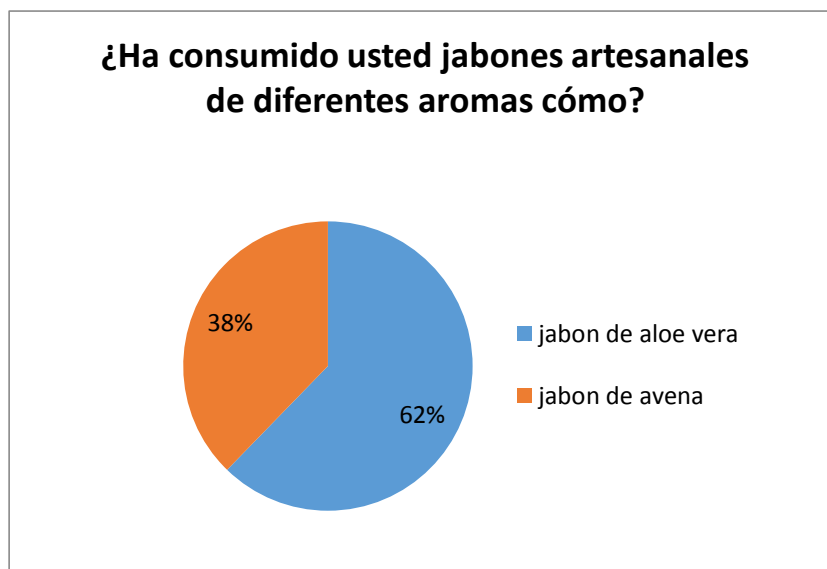


Figura 32.- Preferencias

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

En conclusión se puede determinar que las personas encuestadas optan más por consumir los jabones de aloe vera con un 62% y el jabón de avena con un 38%. Con estos datos proporcionados por la encuesta la microempresa se dedicara a fabricar los dos jabones que se puede evidenciar que si tienen una gran aceptación dentro del mercado.

8) ¿Con qué frecuencia compra usted jabones para su uso personal?

Tabla 25.- Frecuencia de Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	0	0%
Semanal	23	6%
Quincenal	70	18%
Mensual	276	73%
Anual	10	3%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

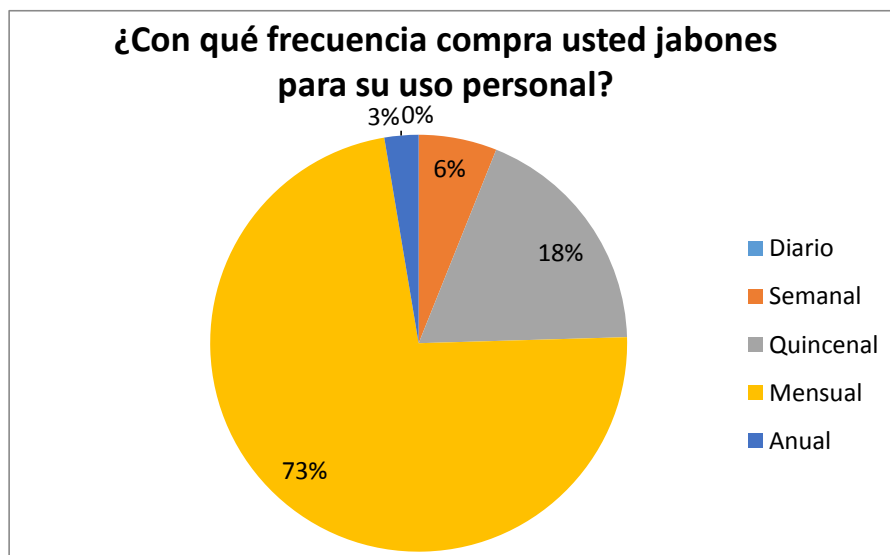


Figura 33.- Frecuencia de Consumo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que el 73% tienen una frecuencia de consumo mensual por lo que podemos determinar que si estos consumidores compraran con la misma frecuencia nuestros productos obtendríamos ingresos estables que ayuden al crecimiento de la empresa.

9) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un jabón artesanal de diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel?

Tabla 26.- Precio del Producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,00-2,00	125	33%
2,00-3,00	74	20%
3,00-4,00	180	47%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

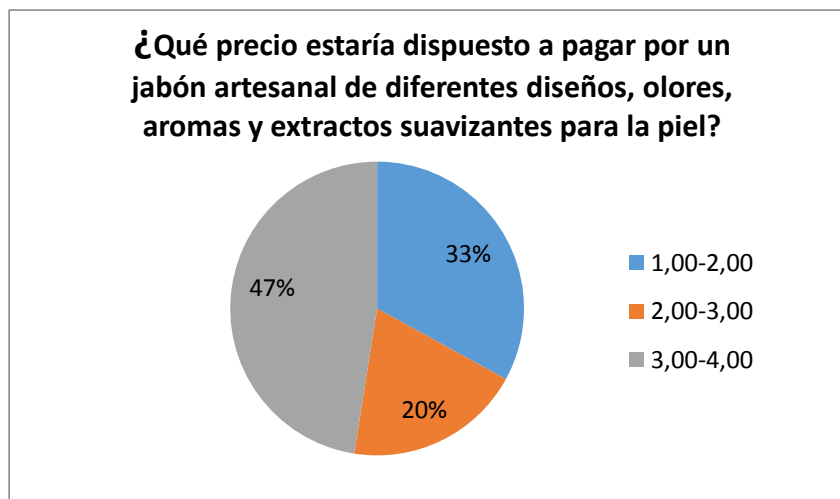


Figura 34.- Precio del Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

El 47% de la población está dispuesto a pagar un precio de 3,00 a 4,00 dólares por los jabones que ofrecerá la microempresa, por el hecho de ser un producto artesanal y con muchos beneficios.

10) ¿En qué lugar preferiría adquirir el producto?

Tabla 27.- Lugar de Compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	96	25%
Tiendas	196	52%
Ferias Artesanales	33	9%
Farmacias	22	6%
Centros Naturistas	32	8%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

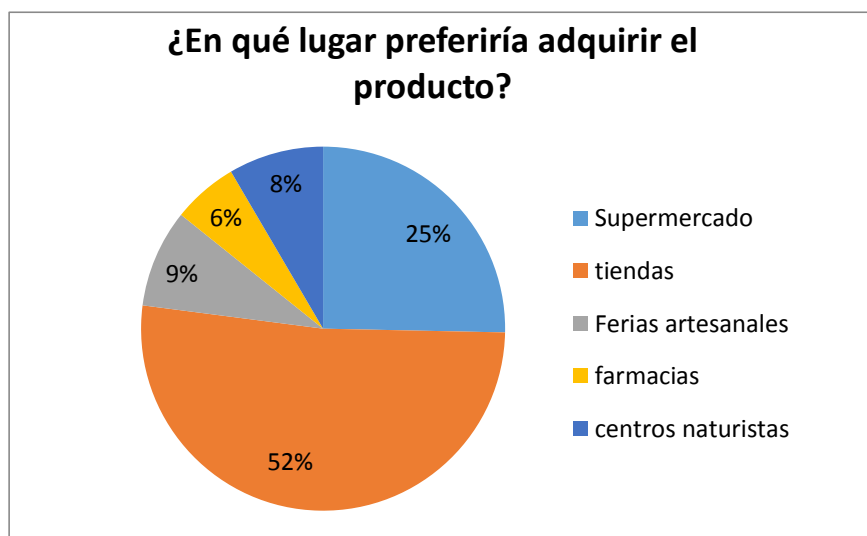


Figura 35.- Lugar de compra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Conclusión:

Se puede concluir que el 52% de las personas encuestadas prefieren que el producto se venda en las tiendas para mayor comodidad y mejor adquisición del producto, sin embargo un 25% de las personas prefieren comprarlo en supermercados que son lugares muy concurridos.

3.02 Demanda

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”.

(Enriquez, 2014, pág. 23)

Tabla 28.- Datos Demanda

DATOS	VALORES
Población	30.818
Tasa De Crecimiento Poblacional	1,51%
Aceptación	78%
Frecuencia De Consumo	73% Mensual
Precio	3,00-4,00
Competencia	59%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

3.02.01 Demanda Actual

La demanda actual es aquella que determina la cantidad de productos que el mercado actual está dispuesto a adquirir en un tiempo determinado para lo cual se utiliza diferentes factores para su cálculo y análisis, dándonos un resultado en cantidades de producto y valor monetario.

- 1) Población x aceptación

$$30.818 \times 0,78 = 24.038,04$$

$$30.818 \times 0,78 = 24.038 \text{ personas}$$

- 2) Aceptación x frecuencia de consumo x 12=

$$24.038 \times 0,73 = 17.548 \times 12 = 210.576 \text{ productos}$$

3) Frecuencia de compra x precio promedio

$$210.576 \times \frac{3,00 + 4,00}{2}$$

$$210.576 \times 3,5 = 737.016 \text{ demanda actual en dólares}$$

3.02.02 Demanda Proyectada

La demanda proyectada es la cantidad de productos que se estima que un mercado meta consumirá en función del tiempo y de otros factores externos, y de acuerdo a los pronósticos establecidos se determinara la cantidad estimada para la proyección establecida.

Tabla 29.- Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2019	737.016,00		737.016,00
2020	737.016,00	1,51%	748.144,94
2021	748.144,94	1,51%	759.441,93
2022	759.441,93	1,51%	770.909,50
2023	770.909,50	1,51%	782.550,24
2024	782.550,24	1,51%	794.366,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

3.02 Oferta

“La oferta es la capacidad y deseo de vender cantidades determinadas de un bien a distintos precios. Como podemos observar, un mismo agente puede ser oferente o

demandante, dependiendo de la naturaleza del intercambio”. (Ies La Asunción Elche, 2018, pág. 2)

3.02.01 Oferta Actual

La oferta actual es la cantidad de productos que la empresa pretende poner a disposición del mercado en ese instante y pretende analizar las diferentes amenazas y oportunidades que ofrece el mercado para poder mejorar las ventajas competitivas de la microempresa.

Demanda actual x competencia

$$368.508 \times 0,59 = 217.419,72$$

3.02.02 Oferta Proyectada

La oferta proyectada es la cantidad de productos que se estima vender en un tiempo determinado mayor a 1 año el cual se calcula en función de diferentes factores relevantes como lo son el precio del producto la innovación, la competencia, etc.

Tabla 30.- Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2019	737.016,00	59%	434.839,44
2020	748.144,94	59%	441.405,52
2021	759.441,93	59%	448.070,74
2022	770.909,50	59%	454.836,61
2023	782.550,24	59%	461.704,64
2024	794.366,75	59%	468.676,38

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

3.02.03 Balance de Oferta y Demanda

El balance de oferta y demanda es un cálculo que se realiza entre la diferencia que tiene la demanda proyectada con la oferta proyectada proporcionando un resultado de demanda insatisfecha que sería el mercado al cual abarcaría el proyecto.

Tabla 31.- Balance de Oferta y Demanda

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	737.016,00	434.839,44	302.176,56
2020	748.144,94	441.405,52	306.739,43
2021	759.441,93	448.070,74	311.371,19
2022	770.909,50	454.836,61	316.072,90
2023	782.550,24	461.704,64	320.845,60
2024	794.366,75	468.676,38	325.690,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es la herramienta que permite identificar ya analizar los factores técnicos operativos del proyecto, además este estudio nos permite observar el uso necesario y óptimo de los recursos para la producción del bien o servicio a ofrecerse por una determinada empresa.

La importancia se recalca en la posibilidad de obtener un valor económico de los diferentes aspectos que se utilizara para la elaboración del proyecto.

4.01 Tamaño Del Proyecto

“El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado”. (UNIVERSIDAD SANTO TOMAS, 2012, pág. 1)

Se define como tamaño de proyecto a la capacidad que tiene la empresa para producir un producto o servicio determinado en un periodo establecido, de acuerdo la oferta y demanda calculada.

Tabla 32.- Tamaño del Proyecto

Población Parroquia De Chilibulo	30.818,00
Aceptación	78%
TOTAL DE COMPRA	24.038,04
Frecuencia De Compra	73%
TOTAL CLIENTES DEMANDA	17.547,77
Aceptación Del Producto	76%
CLIENTES POTENCIALES	13.336,30
Cientes	67%
TOTAL ANUAL UNIDADES	8.880,00
Precio	3,80
TOTAL INGRESO ANUALES	33.744,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.01.01 Capacidad instalada

La capacidad instalada es aquella producción máxima que la empresa podría llegar a producir en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 33.- Capacidad Instalada

CAPACIDAD	JABÓN DE AVENA	JABÓN DE ALOE VERA	TOTAL
Diaria	20	20	40
Semanal	100	100	200
Mensual	400	400	800
Anual	4800	4800	9600

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima es aquellos volúmenes de producción que la empresa se encuentra produciendo en ese momento

Tabla 34.- Capacidad optima

CAPACIDAD	JABÓN DE AVENA	JABÓN DE ALOE VERA	TOTAL
Diaria	18	19	37
Semanal	90	95	185
Mensual	360	380	740
Anual	4320	4560	8880

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 35.- capacidad Optima del Producto

OPERACIÓN	TIEMPO DE OPERACIÓN	CAPACIDAD DE LA MAQUINA	N° DE MAQUINA	N° DE OBREROS	TIEMPO TOTAL
Diluir la glicerina	4 minutos	velocidad 50°	1 maquina	1	4 minutos
Agregar colorante y aroma	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Agregar extracto suavizante para la piel	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Agregar (sábila/avena)	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Agregar espumante	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Poner en el molde	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Verter alcohol	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Dejar secar	4 minutos	operación manual	manual	1	4 minutos
Adornar	1 minuto	operación manual	manual	1	1 minuto
Etiquetar	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Empaquetar	30 segundos	operación manual	manual	1	30 segundos
Total	13 minutos				13 minutos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.02 Localización

“La Localización de un proyecto es analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto”. (Corrillo Machicado & Gutiérrez Quiroga , 2016, pág. 29)

Se puede definir como localización a las alternativas de ubicación que como empresario se tiene en mente, sin embargo se necesita de herramientas para poder determinar cuál sería la ubicación adecuada, y en la cual se podrá desarrollar la empresa de mejor manera de acuerdo a los diferentes factores estudiados.

4.02.01 Macro localización

La macro localización es la ubicación de forma generalizada en la que se ubicara la microempresa, es decir la ciudad en donde se instalaran las oficinas y la planta de producción.

Hablamos de macro localización cuando se entiende que se describirá una zona geográfica donde se piensa instalar una determinada empresa.

Tabla 36.- Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Ciudad	Quito
Sector	Sur

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca



Figura 36.- Macro Localización

Fuente: Google Mapas

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

4.02.02 Micro localización

La micro localización es la dirección exacta en donde se ubicará la microempresa, determinada en base a varios factores.

Tabla 37.- Micro Localización

Ciudad	Quito
Sector	Sur
Parroquia	Chilibulo
Barrio	Chilibulo
Calle	Chilibulo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

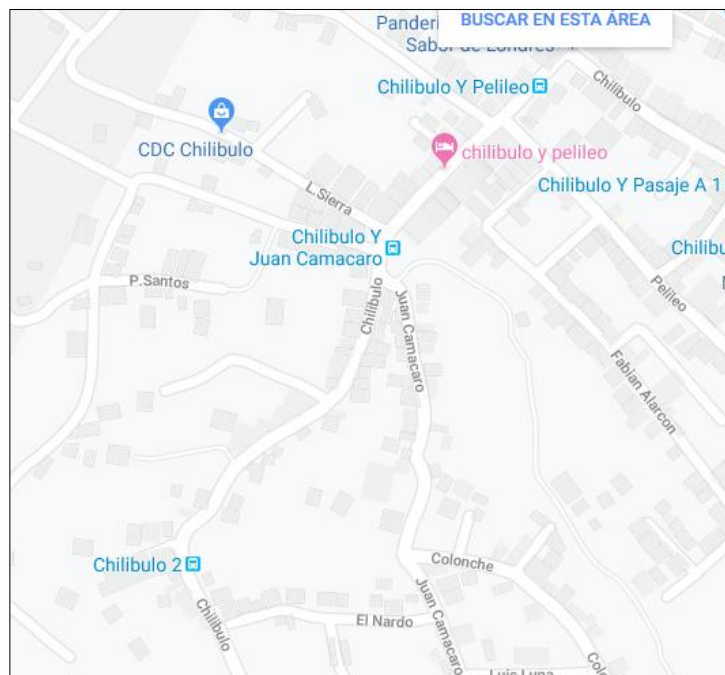


Figura 37.- Micro Localización

Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima es aquella ubicación que se decide en base a métodos de cálculo mediante factores relevantes que contribuyan en gran medida a obtener una rentabilidad estable.

Para el estudio del proyecto se ha tomado 3 puntos direccionales como alternativas de ubicación.

Alternativa 1: Av. Sebastián de Benalcazar y Av. Sucre. Con un área de 75m².

Alternativa 2: Chilibulo y Fabián Alarcón, referencia parada corredor R2. Con un área de 75 m².

Para el cálculo de la localización óptima se realizara por el método de ponderación y se dará una calificación del 1 al 5 siendo el 1 menos relevancia y el 5 mayor relevancia.

Tabla 38.- Localización Óptima

FACTORES	PESO	ALTERNATIVA 1 CALIFICACIÓN PONDERACIÓN 1	ALTERNATIVA 2 CALIFICACIÓN PONDERACIÓN 2
Cercanía del mercado	0,25	5	1,25
Costo de terrenos	0,1	2	0,2
Condiciones sociales y culturales	0,15	3	0,45
Parqueadero	0,12	2	0,24
Transporte	0,18	3	0,54
Servicios básicos	0,2	5	1
	1		3,68
			4,03

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

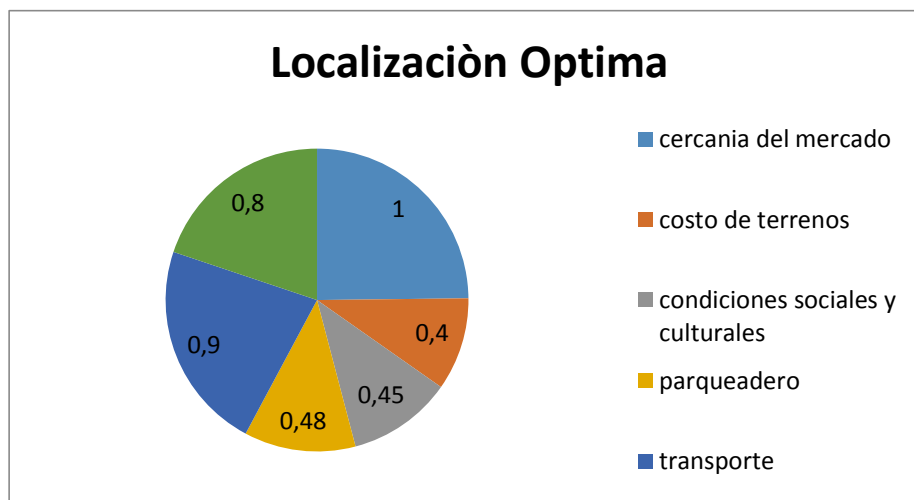


Figura 38.- factores relevantes de localización óptima

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

De acuerdo al cálculo hecho por el método de ponderación se puede evidenciar que la localización óptima será la alternativa 2 que es en la calle Chilibulo y calle Fabián Alarcón referencia para corredor R2.

4.03 Ingeniería del Producto

“Ingeniería del Producto es el área encargada de realizar todos los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales o recursos requeridos”. (Sánchez Asparrín, 2008, pág. 1)

Es la fase en la que se empieza a desarrollar el producto desde elaborar un boceto hasta llegar a obtener un producto final. En este punto lo más importante es la optimización de costos para lograr obtener un precio acorde al mercado.

4.03.01 Definición del Bien o Servicio

DAY LIZ SOAP es una empresa productora de jabones artesanales de diferentes figuras y aromas dentro de su catálogo de producto se encuentra el jabón de avena, jabón de aloe vera, jabón de naranja y el jabón de vainilla, dicho producto se encontrara en diferentes presentaciones con precios accesibles al mercado que varían entre \$1 y \$3.

4.03.02 Distribución de la Planta

La distribución de la planta se realizara de acuerdo a los diferentes departamentos existentes en la microempresa, para lo cual se utilizara la matriz SLP donde se podrá

evidenciar los grados de cercanía de cada área, los códigos de proximidad y las razones de cercanía. Esto ayudara a lograr la mejor productividad dentro de la microempresa.

4.03.02.01 Grados de Cercanía

Tabla 39.- Razones Matriz SLP

LETRA	ORDEN DE PROXIMIDAD
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente Importante
O	Importante
U	No Importante
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 40.- Numeración Matriz SLP

NUMERO	RAZÓN
1	Por Control
2	Por Higiene
3	Por Proceso
4	Por Ruido
5	Por Seguridad
6	Por Conveniencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Distribución de la Planta



Figura 40.- Distribución de la Planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

De acuerdo al plano establecido para las instalaciones de la microempresa se detalla a continuación las medidas de cada una de las áreas.

Tabla 41.- Distribución de la Planta

SECCIÓN	ÁREA
Producción	14,05 m2
Bodega	8,10 m2
Sala De Reuniones	8,29 m2
Adm. Financiera	9,27 m2
Baños	5,35 m2
Dep. Ventas	12,98 m2
Pasillo	16,08 m2
Total	74,12 m2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.03.02.02 Descripción de Actividades

Tabla 42.- elaboración de jabones

Compra de materia prima
Cumple con el requerimiento
Transportar la materia prima al área de producción
Elaboración del artículo
Derretir la glicerina
Agregar el aroma
Agregar el colorante
Agregar el extracto suavizante para la piel
Agregar el espumante
Agregar el ingrediente (sábila o avena)
Colocar en los moldes
Esperar que se seque
Decorado final
Etiquetado
Empaquetado
Almacenamiento

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.03.03 Diagrama del Flujo del Proceso Productivo

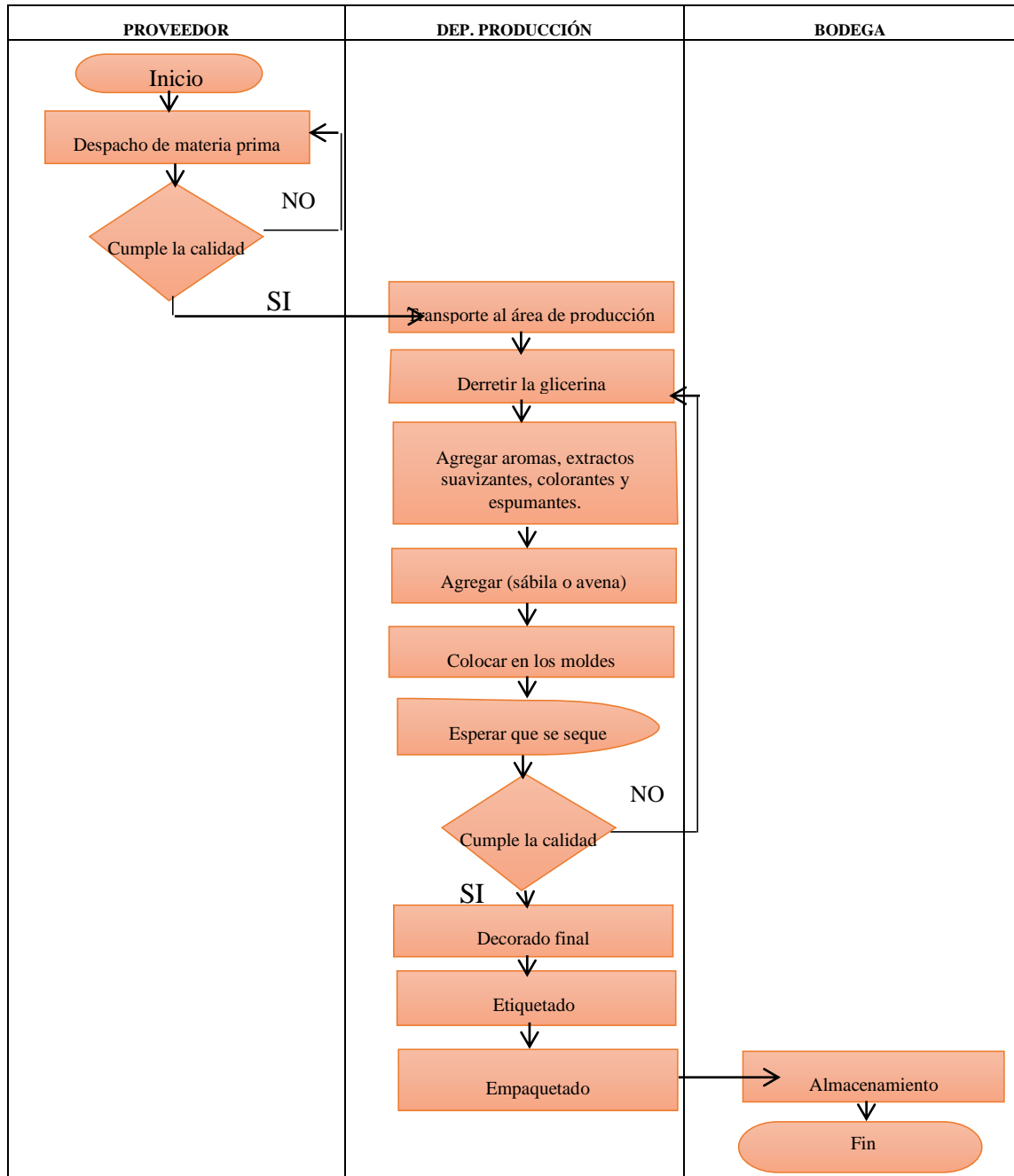


Figura 41.- Flujo del Proceso Productivo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.03.04 Maquinaria

“En las empresas de tipo industrial y en determinadas empresas de servicios, como por ejemplo: producción de energía eléctrica, etc., empleamos la cuenta Maquinaria para controlar los diversos tipos de máquinas empleadas en la producción de bienes y servicios”. (SOLORZANO COTUA , 2019, pág. 1)

La cuenta de maquinaria sirve para determinar aquellas maquinas utilizadas durante el proceso de producción que se utilizara para llevar a cabo una actividad o transformar la materia prima en un producto terminado.

4.03.05 Equipo

La cuenta Equipo controlará la inversión en computadoras, calculadoras, procesadores de palabras, máquinas de escribir, fotocopiadoras, etc. (SOLORZANO COTUA , 2019, pág. 1)

Se entiende como equipo aquellas herramientas utilizadas dentro de las oficinas para complementar una actividad determinada dentro de los cuales podemos encontrar equipos de oficina y equipos de computación.

4.03.05.01 Equipo de Oficina

El equipo de oficina se refiere aquellos equipos y dispositivos que forman parte de una oficina y que contribuyen para que una determinada actividad se lleve a cabo. Estos

equipos suelen sufrir depreciaciones con el pasar del tiempo dependiendo de la vida útil de cada uno de ellos.

4.03.05.02 Equipo de Computación

Se entiende como equipo de computación aquellas herramientas informáticas que permiten agilizar las actividades realizadas por un ser humano dentro de las cuales podemos encontrar computadoras, portátiles, mouse, teclado, etc.

El equipo de cómputo se encuentra ubicado en los activos de la empresa y se considera un activo tangible.

4.03.05.03 Muebles y Enseres

Los muebles y enseres es una subcuenta perteneciente a la maquinaria y equipo y comprende el equipo mobiliario perteneciente a una empresa.

Dichos muebles ayudaran al desarrollo de las operaciones propias de una empresa y se encuentran por lo general ubicados en las oficinas y área de ventas.

CUADRO DE ACTIVOS

Tabla 43.- Cuadro de Activos

ACTIVO FIJO	CANT	V. UNIT	V. TOTAL	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Cocina Industrial 2 Quemadores	1	250,00	250,00	
Moldes Para Jabón	4	0,8	3,20	
Cuchara De Metal	4	1,00	4,00	
Ollas	4	5,00	20,00	
TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO				277,20
MUEBLES Y ENSERES				
Sillas Eiffel	6	30,00	180,00	
Mesas	6	35,00	210,00	
Vitrinas	2	100,00	200,00	
Archivadores 3 Cajones	3	47,00	141,00	
Estanterías Metálicas	3	40,00	120,00	
Sofás	1	100,00	100,00	
Estación De Trabajo	2	115,00	230,00	
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES				1.181,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Portátil laptop hp 245 quad core 4gb	2	260,00	520,00	
Regulador de voltaje altek 1600w	2	10,00	20,00	
Impresora Epson wf2750	2	150,00	300,00	
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION				840,00
EQUIPO DE OFICINA				
Teléfono inalámbrico Motorola	1	30,00	30,00	
Grapadoras	2	3,00	6,00	
Perforadoras	1	4,00	4,00	
Calculadora	2	15,00	30,00	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA				70,00
TOTAL ACTIVOS				2.368,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

4.03.06 Proveedores

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad” (Pérez Porto & Merino, definicion.de, 2014, pág. 1)

Proveedor es aquella persona natural o jurídica que provee de materia prima a una empresa para que esta elabore y obtenga un producto terminado.

Los proveedores suelen dar un financiamiento operativo para de esta manera ayudar a la empresa que está comprando su mercadería, esto consiste en pagar el total de la compra por cuotas o con meses de gracia dependiendo el acuerdo al que lleguen entre ambas partes.

Tabla 44.- Proveedores

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	PROVEEDOR
Cocina industrial 2 quemadores	Mercado Libre Ecuador
Sillas Eiffel	Mercado Libre Ecuador
Mesas	Mercado Libre Ecuador
Vitrinas	Mercado Libre Ecuador
Archivadores 3 cajones	Mercado Libre Ecuador
Estanterías metálicas	Mercado Libre Ecuador
Sofás	Mercado Libre Ecuador
Estación de trabajo	Mercado Libre Ecuador
Portátil laptop hp 245 Quad Core 4gb	Mercado Libre Ecuador
Regulador de voltaje ALTEK 1600w	Mercado Libre Ecuador
Impresora Epson wf2750	Mercado Libre Ecuador
Teléfono inalámbrico Motorola	Mercado Libre Ecuador
Grapadoras	Papelería Popular
Perforadoras	Papelería Popular
Calculadora	Papelería Popular
Moldes	Almacenes Espinoza
Cuchara de Metal	Almacenes Espinoza

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario”. (FACULTAD DE ECONOMÍA UNAM, 2003, pág. 94)

El estudio financiero consiste en estudiar y analizar cada uno de los factores económicos y monetarios incurridos en el proyecto para poder determinar de esta manera los estados financieros que nos proporcionara la rentabilidad de la empresa, sus ingresos y gastos.

5.01 Ingresos

“Se entiende por ingresos del ejercicio a la expresión monetaria de los bienes entregados o cedidos y servicios prestados a terceros por la empresa a cambio de una contraprestación.” (QUESADA SANCHEZ, 2009, pág. 14)

Los ingresos son aquellos valores monetarios que ingresan a la empresa a cambio de un producto o servicio entregados a un beneficiario, estos se puede dividirse en ingresos operacionales y no operacionales.

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos que se obtienen por el ejercicio de las actividades productivas propias de la empresa, o sea por la venta de sus productos.”

(Anonimo, www.contapyme.com, 2015, pág. 15)

Se entiende como ingresos operacional aquellos valores monetarios que ingresaron a la organización producto de la actividad propia que realiza la empresa ya sea por la venta de un producto o por la entrega de un servicio.

Tabla 45.- Ingresos Operacionales

Ítem	Valor
Costo de producción por Jabón	\$ 1,76
PVP	\$ 3,80
Producción Mensual en Unidades	740
Ingresos Mensuales	\$ 2.812,00
Ingresos Anuales	\$ 33.744,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 46.- Ingresos Proyectados

Ingreso Actual	PIB SECTORIAL 3%	Ingreso Proyectado
33.744,00	1	33.744,00
33.744,00	3%	34.756,32
34.756,32	3%	35.799,01
35.799,01	3%	36.872,98
36.872,98	3%	37.979,17
37.979,17	3%	39.118,55

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Al proyectar los ingresos para un periodo de 5 años se puede observar que al término de este periodo se obtendrá ingresos de 39.118,55 lo que nos indica que los objetivos propuestos dentro del proyecto están siendo positivos, de modo que estas ganancias permitirán cubrir durante estos periodos las necesidades de la empresa para continuar con sus actividades.

5.01.02 Ingresos No Operacionales

“Los ingresos no operacionales son aquellos generados por actividades ajenas a la razón social de la empresa.” (Anonimo, www.contapyme.com, 2015)

Son aquellos ingresos que no están ligados directamente con el giro del negocio, si no que han sido producto de una actividad que ha realizado la empresa para obtener más ingresos como la venta de un terreno o de equipos usados, etc.

5.02 Costos

“Puede definirse cómo la medida, en términos monetarios, de los recursos sacrificados para conseguir un objetivo dado.” (PASTOR PAREDES, 2015, pág. 1)

Los costos son aquellos gastos que la empresa incurre para llevar a cabo sus actividades de negocio, sin embargo estos gastos van a ser recuperados en un futuro convirtiéndose de esta manera en un costo.

5.02.01 Costo Directo

“Los costos directos son aquellos que pueden identificarse directamente con un proceso de fabricación”. (PASTOR PAREDES, 2015, pág. 8)

Los costos directos son aquellos que están directamente incluidos en la fabricación de un producto, y que serán recuperados mediante la venta del bien en un mercado comercial determinado.

Sin embargo se dice que se debería establecer un plan de negocios real y medible para evitar posibles pérdidas que afecten a la utilidad del negocio.

5.02.01.01 Materia Prima Directa

“Se entiende por materias primas a todas aquellas sustancias líquidas, sólidas o gaseosas que se utilizan en la fabricación de productos elaborados”. (Aznar & Cabanelas, 2012, pág. 1)

La materia prima son aquellos insumos que interviene para la fabricación de un producto terminado.

La materia prima se puede clasificar en materia prima directa si está ligado directamente al producto e indirecta si se utiliza para adornar el producto o simplemente es algo opcional.

Tabla 47.- Materia Prima Directa Unitaria

Detalle	Cantidad por unidad	Costo Unit.	Valor Total
Glicerina	90	0,007	0,60
Avena/sábila	10	0,001	0,01
Aroma	2	0,020	0,04
Espumante	2	0,030	0,06
Aceites suavizantes	2	0,010	0,02
Colorante	1	0,050	0,05
Total de Materia Prima			0,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 48.- Materia Prima Directa Anual

Producción Mensual	Detalle	Producción Mensual	Valor Unit.	Costo Mens.	Costo Anual
740	Glicerina	740	0,600	444,00	5.328,00
740	Avena/sábila	740	0,010	7,40	88,80
740	Aroma	740	0,040	29,60	355,20
740	Espumante	740	0,060	44,40	532,80
740	Aceites suavizantes	740	0,020	14,80	177,60
740	Colorante	740	0,050	37,00	444,00
Total de Materia Prima				577,20	6.926,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Para la elaboración de los jabones de aloe vera y avena se necesita 7 ingredientes principales por los cual se ha obtenido un precio en cuanto a materia prima de 0,78 ctv. por cada jabón y anualmente se utilizara \$ 6.926,40 para la producción anual.

5.02.01.01 Mano de Obra Directa

“La mano de obra se utiliza para registrar los gastos relacionados con los pagos laborales”. (Anonimo, www.contapyme.com, 2015, pág. 8)

Se entiende como mano de obra al recurso humano que se utiliza para la fabricación del producto, sin embargo este se puede dividir en 2 clases: mano de obra directa son aquellos obreros que fabrican el producto y mano de obra indirecta son aquellos que ayudan para que el producto tenga las cualidades adecuadas ejemplo el supervisor de obreros.

Tabla 49.- Mano de Obra Directa

Nombre	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Total Mensual	Total Anual
Santiago o Arias	394,00	32,83	32,83	32,83	16,42	43,931	552,85	6.634,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 50.- Mano de Obra Directa por Unidad

Nombre	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	Tiempo por jabón
Santiago Arias	6634,17	552,85	27,64	3,46	0,058	12,97
Costo x Und						0,7471

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

En cuanto a recurso humano la microempresa contratara 1 operario para que fabrique el producto, el sueldo a pagarse será lo que dicta la ley del trabajador que es un sueldo básico más las prestaciones de ley vigentes en el país.

5.02.02 Costo Indirecto

“Los costos indirectos no pueden atribuirse directamente a ningún proceso productivo”. (PASTOR PAREDES, 2015, pág. 8)

Los costos indirectos son aquellos valores monetarios que no están inmersos directamente en el proceso productivo, pero que ayudan para obtener un objetivo final, ejemplo la luz de la planta de producción.

Tabla 51.- Servicios Básicos

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Producción 70%	Administración 20%	Ventas 10%
Agua	10,00	120,00	84,00	24,00	12,00
Luz	15,00	180,00	126,00	36,00	18,00
Teléfono	12,00	144,00		72,00	72,00
Internet	21,00	252,00		10,96	241,04
TOTAL	58,00	696,00	210,00	142,96	343,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 52.- Implementos de Aseo

Detalle	Cantidad Anual	Valor Unit.	Valor Total
Escoba	2	2,50	5,00
Pala recogedora	1	2,00	2,00
Trapeador de piso	2	1,50	3,00
Trapo de limpieza	2	1,00	2,00
Fundas de basura paquete 12 und	6	1,00	6,00
Papel higiénico paquetes 6 und	4	2,50	10,00
Jabón de tocador pqte 3 und	3	2,00	6,00
Ambiental	3	1,75	5,25
Lava platos	3	1,50	4,50
Esponjas de platos	4	0,80	3,20
Desinfectante	6	1,50	9,00
TOTAL			55,95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 53.- Implementos de Cocina

Detalle	Cantidad Anual	Valor Unit.	Valor Total
Gas	4	3,20	12,80
Paquete de caja de fósforos	2	1,00	2,00
TOTAL			14,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 54.- Total Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Costo por Unidad	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	0,024	17,50	210,00
Implementos de Aseo	0,006	4,663	55,95
Implementos de cocina	0,002	1,233	14,80
Materiales de empackado	0,200	148,000	1776,00
TOTAL	0,23		2056,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 55.- Costos Totales de Producción

Concepto	Costo por Unidad	Cantidad diaria	Costo Mensual	Costo Anual
MOD (Mano de obra directa)	0,75	37	552,85	6.634,17
MPD (Materia Prima directa)	0,78	37	577,20	6.926,40
CIF (Costos indirectos de fabricación)	0,23	37	171,40	2.056,75
CUP	1,76		1.301,44	15.617,32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Los costos indirectos de fabricación son aquellos que no intervienen directamente en la fabricación del jabón sin embargo deben ser tomados en cuenta para obtener el precio de costos de producción que en este caso es de \$1,76 por cada jabón.

5.02.03 Gasto Administrativo

“Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas”. (Riquelme, www.webyempresas.com, 2019, pág. 1)

Los gastos administrativos son aquellos gastos que no están dentro del proceso productivo, si no que más bien son los gastos de oficina que incurre una empresa para poder llevar acabo el giro del negocio.

Tabla 56.- Sueldo Personal Administrativo

Nombre	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacación	Aporte Patronal 11,15%	Total Mensual	Total Anual
Dayci Chulca	394,00	32,83	32,83	32,83	16,42	43,931	552,85	6.634,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 57.- Útiles de Aseo departamento Administrativo

Detalle	Cantidad Anual	Valor Unit.	Valor Total
Escoba	2	2,50	5,00
Pala recogedora	1	2,00	2,00
Trapeador de piso	2	1,50	3,00
Papel higiénico paquete de 6 und.	3	2,50	7,50
Jabón de tocador paquete 3 und	2	2,00	4,00
Ambiental	2	1,75	3,50
Desinfectante	5	1,50	7,50
Fundas de basura paquete 12 und	5	1,00	5,00
TOTAL			37,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 58.- Útiles de Oficina departamento Administrativo

Detalle	Cantidad Anual	Valor Unit.	Valor Total
Resma de Papel	4	2,75	11,00
Bolígrafos caja 30 Und	1	3,00	3,00
Carpetas	12	0,15	1,80
TOTAL			15,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Tabla 59.- Total Gastos Departamento Administrativo

Detalle	Costo Diario	Costo mensual	Costo anual
Sueldo personal Administrativo	27,64	552,85	6.634,17
Arriendo	0,00	0,00	0,00
Servicios Básicos	0,60	11,91	142,96
Útiles de Oficina	0,07	1,32	15,80
Útiles de Aseo	0,16	3,13	37,50
TOTAL		569,20	6.830,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Dentro de los gastos administrativos se incluyen aquellos gastos que se utilizan en el departamento de administración como los sueldos, útiles de oficina, de aseo y los servicios básicos utilizados en las oficinas, obteniendo de esta manera un total de \$6830,43.

5.02.04 Gasto de Ventas

“Los gastos de venta son los que se incurren para promocionar y comercializar los productos o servicios a los clientes”. (Corvo H. S., 2019, pág. 1)

Los gastos de ventas son aquellos gastos que se utiliza únicamente en la venta del producto, para promocionar y pagar sueldos de los vendedores.

Tabla 60.- Total Gasto de Ventas

Descripción	Cantidad	Costo	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	1	343,04	28,59	343,04
Flayers	1	15,00	1,25	15,00
Tarjetas de presentación	100	10,00	0,83	10,00
Trípticos	25	5,00	0,42	5,00
Sueldo del Vendedor	1	552,85	552,85	6.634,17
TOTAL			583,93	7.007,22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

En gastos de ventas se calcula todos aquellos desembolsos que se incurre en el departamento de ventas como el sueldo del vendedor y los materiales utilizados para la publicidad del producto. Tales como flayers, trípticos, tarjetas de presentación, etc.

5.02.05 Gastos Financieros

“Se entiende como gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas”.

(Fernández, 2019, pág. 1)

Los gastos financieros son los valores monetarios que la empresa adquiere al momento de obtener un préstamo en una entidad financiera tales como los intereses, los seguros de desgravamen, etc.

Tabla 61.- Total Gatos Financieros

Detalle	%	
Inversión	100	10.188,60
Capital Propio	47%	4.749,60
Financiamiento	53%	5.439,00
Plazo		24 Meses
Interés		11,22%
Pagos		Mensual

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Después de haber analizado y comparados los intereses de la tasa activa de bancos y cooperativas se determina que la entidad financiera que nos proporciona un crédito acorde a las necesidades del proyecto es la cooperativa “Cooprogreso”, de manera que los gastos financieros serán los intereses correspondientes al préstamo de \$5439,00.

5.02.06 Costos Fijos y Costos Variables

5.02.06.01 Costos Fijos

“Costo que permanece sin cambios en total durante un periodo de tiempo, a pesar de cambios en volumen de producción dentro de una escala relevante”. (Marcillo Morla, 2018, pág. 23)

Los costos fijos son aquellos costes que no varían conforme al volumen de producción de un producto determinado en un periodo establecido.

5.02.06.01 Costos Variables

“Costo que cambia en total en proporción directa con los cambios en el volumen de producción total”. (Marcillo Morla, 2018, pág. 23)

Se entiende como costo variable aquellos costes que varían dependiendo el volumen de producción durante un periodo determinado.

Tabla 62.- Total Costos Fijos Y variables

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	
COSTOS FIJOS	14.318,51
COSTOS VARIABLES	15.617,32
COSTOS VARIABLES UNITARIO	1,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Los costos fijos del proyecto son aquellos que permanecen iguales pese al volumen de producción obteniendo así \$14.318,51 y en cuanto a costos variables son aquellos que se modifican de acuerdo a la producción obteniendo así un valor de \$ 15.617,32, por lo que se determina que el costo variable por cada jabón es de 1,76.

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.”

(Bautista Hernández, 2011, pág. 5)

Es la inversión que se realiza al adquirir un activo fijo que contribuirá al desarrollo económico de las actividades empresariales.

Estos activos fijos deben tener su vida útil mayor a 1 año y dentro de este periodo la empresa no podrá hacer uso de este equipo para transformarlo en efectivo.

5.03.02 Activos Fijos

“Son aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar”. (Moreno, 2017, pág. 1)

Activos fijos son aquellos bienes tangibles que la empresa adquirió en un periodo determinado para el desarrollo de sus operaciones, pero que sin embargo no se aran efectivos en menos de 1 año.

Tabla 63.- Inversión en Activos Fijos

CONCEPTO	USO DE FONDOS
Maquinaria y Equipo	254,20
Muebles y Enseres	1.210,00
Equipos de Computación	840,00
Equipo de Oficina	64,00
Total de Activos Fijos	2.368,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

La inversión que se realizara para la compra de activos fijo es de \$2.368,20 dentro de los cuales están maquinaria, equipos de oficina, computación y, muebles y enseres, sin embargo se debe tener en cuenta que estos bienes sufrirán una depreciación conforme pasa el tiempo.

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

“Los Activos Nominales corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estas son susceptibles de amortización y afectan al flujo de caja”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 83)

Son aquellos bienes intangibles que la empresa adquiere para poner en marcha su negocio tales como gastos de constitución, patentes, etc.

Tabla 64.- Inversión en Activos Diferidos

CONCEPTO	USO DE FONDOS
Estudio de Factibilidad	300,00
Gastos de Constitución	350,00
Total de Activo Diferido	650,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

La inversión en activos diferidos es de \$650 debido a que para el estudio de factibilidad previo a la ejecución del proyecto se utilizará \$300 y para los gastos de

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

constitución de la microempresa se necesitara \$350, estos activos se amortizaran conforme la vida útil del proyecto.

5.03.04 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo conocido también como Activos Corrientes se define como aquel gasto necesario para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 84)

El capital de trabajo es el dinero con el que la empresa cuenta para poder producir y vender sus productos, y de esta manera empezar a obtener ganancias fruto de la utilidad que arroje la microempresa.

Tabla 65.- Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	1 MES	1 MES	1 MES	TOTAL
Materia Prima	577,20	577,20	577,20	1.731,60
Mano de Obra	552,85	552,85	552,85	1.658,54
Servicios Básicos	58,00	58,00	58,00	174,00
Gastos Administrativos	569,20	569,20	569,20	1.707,61
Gastos de Ventas	583,93	583,93	583,93	1.751,80
Gastos Financieros	50,85	48,95	47,04	146,8464
	2.392,04	2.390,14	2.388,22	7.170,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

El capital de trabajo de la microempresa se calculara para tres meses ya que por el hecho de ser una microempresa nueva no se cuenta con el dinero suficiente para cubrir los gastos que incurrirá la organización al principio de sus actividades económicas.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

“Las fuentes son fuentes internas que son las aportaciones del capital propio y una externa que será capital financiado”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 85)

Existen varias fuentes de financiamiento, sin embargo las principales son las fuentes internas que son los valores económicos propios con los que la empresa cuenta para iniciar su negocio, y las fuentes externas que vendrían hacer los préstamos otorgados por entidades financieras.

Tabla 66.- Cuadro de Inversiones

Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo	277,20	277,20	
Muebles y Enseres	1.181,00	1.181,00	
Equipos de Computación	840,00	840,00	
Equipo de Oficina	70,00	70,00	
Total de Activos Fijos	2.368,20	2.368,20	
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Gastos de Constitución	350,00	350,00	
Total de Activo Diferido	650,00	650,00	
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima	1.731,60	1.731,60	
Mano de Obra	1.658,54		1.658,54
Servicios Básicos	174,00		174,00
Gastos Administrativos	1.707,61		1.707,61
Gastos de Ventas	1.751,80		1.751,80
Gastos Financieros	146,85		146,85
Total Capital de Trabajo	7.170,40	1.731,60	5.439,00
TOTAL DE INVERSIÓN	10.188,60	4.749,60	5.439,00
PARTICIPACIÓN	100%	47%	53%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Después de haber realizado el cuadro de inversiones se determina que los recursos propios serán el 47% de la inversión total de \$10.188,60 dándonos así un valor de \$4.749,60 y se obtendrá un 53% de recurso financiados dándonos un valor de \$5.439,00.

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

5.03.06 Tabla de Amortización

“El objetivo de una tabla de amortización es especificar el detalle de cada uno de los pagos hasta la liquidación total del préstamo”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 102)

La tabla de amortización consiste en una tabla que muestra los periodos de pagos, los intereses y la cuota final que deberá pagarse al momento de adquirir un préstamo.

Hablamos de amortización cuando se divide un préstamo en letras para que el beneficiario pague de forma periódica, durante un lapso de tiempo acordado, las cuotas deberán ser calculadas de acuerdo al método alemán o francés.

- **Método Alemán**

El método alemán consiste en pagar cuotas variables y ajustar de acuerdo al saldo que se va obteniendo después de cada pago de una cuota

- **Método Francés**

El método francés consiste en pagar cuotas fijas de un préstamo determinado, por lo cual la cuota final siempre será decreciente hasta llegar a 0.

$$\text{Dividendo} = C * \frac{i * (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Con la fórmula de anualidad vencida se calcula la cuota mensual de pago del préstamo bancario.

Tabla 67.- Tabla de Amortización Método francés

CLIENTE	:	DAY LIZ SOAP		
TIPO DE CREDITO	:	PRODUCTIVO		
MONTO	:	\$ 5.439,00		
PLAZO (Meses)	:	24 Mensual		
Tasa de interés nominal	:	11,22%	Anual	Capitalizable mensualmente
SISTEMA DE AMORTIZACION	:	FRANCES		
CUOTA		CAPITAL	INTERES	VALOR CUOTA
				SALDO INSOLUTO
0	0,00	0,00	0,00	5.439,00
1	203,20	50,85	254,06	5.235,80
2	205,10	48,95	254,06	5.030,70
3	207,02	47,04	254,06	4.823,68
4	208,95	45,10	254,06	4.614,72
5	210,91	43,15	254,06	4.403,82
6	212,88	41,18	254,06	4.190,94
7	214,87	39,19	254,06	3.976,06
8	216,88	37,18	254,06	3.759,19
9	218,91	35,15	254,06	3.540,28
10	220,95	33,10	254,06	3.319,32
11	223,02	31,04	254,06	3.096,30
12	225,11	28,95	254,06	2.871,20
13	227,21	26,85	254,06	2.643,99
14	229,33	24,72	254,06	2.414,65
15	231,48	22,58	254,06	2.183,17
16	233,64	20,41	254,06	1.949,53
17	235,83	18,23	254,06	1.713,70
18	238,03	16,02	254,06	1.475,67
19	240,26	13,80	254,06	1.235,41
20	242,50	11,55	254,06	992,91
21	244,77	9,28	254,06	748,13
22	247,06	7,00	254,06	501,07
23	249,37	4,69	254,06	251,70
24	251,70	2,35	254,06	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Después de haber realizado la tabla de amortización por el método Francés se puede determinar que se pagara en un plazo de 2 años a una tasa de interés del 11,22% por un crédito productivo obtenido de la cooperativa Cooprogreso.

5.03.07 Depreciaciones

“Con el desgaste de los activos fijos se va perdiendo paulatinamente su valor, esto es registrado mediante la depreciación”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 100)

La depreciación es el cálculo que se realiza a los bienes muebles por el uso y abuso durante su vida útil. Los porcentajes para la depreciación serán aplicados de acuerdo a la ley tributaria ecuatoriana.

Tabla 68.- Tabla de Depreciación

Activos Fijos	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipos	254,20	10,00	25,42	25,42	25,42	25,42	25,42
Muebles y Enseres	1.210,00	10,00	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00
Equipos de computación	840,00	3,00	280,00	280,00	280,00		
Equipos de oficina	64,00	10,00	6,40	6,40	6,40	6,40	6,40
TOTAL	2.368,20		432,82	432,82	432,82	152,82	152,82

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Los activos fijos sufren un desgaste dependiendo la actividad ejercida por cada uno de estos bienes, de modo que se debe calcular la depreciación para saber cuánto es el valor original de un bien mueble después de un tiempo establecido.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad.” (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 103)

El estado de situación inicial es un documento donde se puede evidenciar el comportamiento financiero de una empresa al iniciar sus actividades económicas.

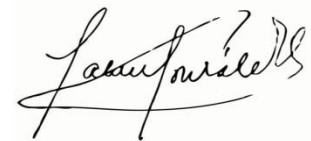
Las cuentas que intervienen dentro de este estado financiero son la cuenta de activo que son aquellos bienes tangibles e intangibles que tiene la empresa y son de su propiedad, el pasivo son las obligaciones de pago que la empresa tiene con terceras personas y el patrimonio que es el capital social de la empresa.

Tabla 69.- Estado de Situación Inicial

MICROEMPRESA "DAYLIZ SOAP"	
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL	
ACTIVOS	
Activo Corriente	7.170,40
Bancos	7.170,40
Activo no Corriente	3.018,20
Maquinaria y Equipo	254,20
Muebles y Enseres	1.210,00
Equipo de Computación	840,00
Equipo de Oficina	64,00
Estudio de Factibilidad	300,00
Gastos de Constitución	350,00
TOTAL ACTIVOS	10.188,60
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	5.439,00
Préstamo Bancario por pagar	5.439,00
PATRIMONIO	4.749,60
Capital	4.749,60
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	10.188,60



Gerente



Contador

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado

“El estado de resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del proyecto durante un periodo determinado”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 106)

El estado de resultados es un estado económico que muestra de forma detallada los ingresos y egresos que obtuvo una empresa durante un periodo, y por lo cual se obtendrá como resultado una pérdida o utilidad del ejercicio.

El estado de resultados para el proyecto será proyectado a 5 años que es la vida útil del proyecto.

Tabla 70.- Estado de Resultados Proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
PIB SECTORIAL	3,00%				
PORCENTAJE DE INFLACION	0,10%				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	33.744,00	34.756,32	35.799,01	36.872,98	37.979,17
(-) Costo de Ventas	15.617,32	15.632,94	15.648,57	15.664,22	15.679,89
Utilidad Bruta en Ventas	18.126,68	19.123,38	20.150,44	21.208,76	22.299,28
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	6.830,43	7.057,88	7.292,91	7.535,76	7.786,70
Gastos de Ventas	7.007,22	7.240,56	7.481,67	7.730,81	7.988,24
Gastos Financieras	480,87	177,47	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	3.808,16	4.647,47	5.375,86	5.942,19	6.524,34
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	3.808,16	4.647,47	5.375,86	5.942,19	6.524,34
15 % Participación					
(-) Laboral	571,22	697,12	806,38	891,33	978,65
(=) Utilidad Antes de I.R.	3.236,94	3.950,35	4.569,48	5.050,86	5.545,69
Impuesto a la Renta					
(-) PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	3.236,94	3.950,35	4.569,48	5.050,86	5.545,69
(+) Depreciaciones	432,82	432,82	432,82	152,82	152,82
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	3.669,76	4.383,17	5.002,30	5.203,68	5.698,51

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

La microempresa proyectara el estado de resultados para 5 años en cuanto a ventas utilizara el PIB sectorial para proyectar y en cuanto a costo de ventas utilizara la inflación para proyectar para los siguientes años , obteniendo una utilidad de \$3.669,76 para el 1er año.

Lo que nos permitirá reinvertir una cierta cantidad para mejorar la capacidad productiva de la empresa, obteniendo así ganancias para el futuro.

5.03.10 Flujo de Caja

“Se entiende como flujo de caja a los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 108)

El flujo de caja constituye los ingresos y egresos de efectivo dándonos como resultado un flujo de efectivo neto.

El efectivo neto nos permite conocer el saldo final del flujo de caja de manera que la empresa puede tomar decisiones en cuanto a su liquidez, ya que si se tiene excedente de dinero se buscara pagar deudas con proveedores y terceras personas.

Tabla 71.- Flujo Neto de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-					1.044,10
Total	10.188,60					
Excedente Operacional		3.669,76	4.383,17	5.002,30	5.203,68	5.698,51
FLUJOS DE EFECTIVO	-	3.669,76	4.383,17	5.002,30	5.203,68	6.742,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

El flujo neto de efectivo para la microempresa en el año 1 se obtiene \$3.669,76 debido a la utilidad obtenida para ese año y en el año 0 se obtendrá la inversión total de 10.188,60 con signo negativo.

Los ingresos obtenidos para el proyecto son de acorde a la capacidad de producción de la empresa ya que por ser una microempresa no produce altas cantidades.

5.04 Evaluación Financiera

“Una evaluación financiera de proyectos es la investigación de todas las partes de un proyecto determinado con el fin de valorar si este tendrá un rendimiento futuro”.

(Jauregui, 2019, pág. 1)

Se entiende como evaluación financiera aquella investigación minuciosa de los diferentes fondos del proyecto, mediante el análisis de los ratios financieros que nos mostraran si el proyecto es rentable o no.

5.04.01 Tasa de Descuento

“La Tasa de Descuento conocida también como Tasa de Oportunidad es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 111)

La TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, tiene varios nombres como: costo de capital, costo de oportunidad, costo de capital promedio ponderado, tasa de descuento.

Se tiene tres formas de cálculo la primera es aquella donde interviene el porcentaje de la inflación y el riesgo país, con esto el inversionista buscará cubrirse del riesgo dependiendo si la inflación está en un punto creciente o decreciente, y de esta manera asegurar el poder adquisitivo de su inversión en el proyecto.

La otra forma de cálculo es la suma de los porcentajes de la tasa activa y la tasa pasiva referencial del banco central del Ecuador, de esta manera el inversionista buscará obtener un rendimiento mayor a la suma de las dos tasas para poder invertir en el proyecto.

Y por último se tiene el llamado costo de capital promedio ponderado en el cual se toma en cuenta las diferentes fuentes de financiamiento como el capital propio aportado por los inversionistas y el conseguido a través de préstamo bancario. Esta forma del cálculo de la TMAR es la que se utilizará en vista de que es la que más se acerca a la realidad.

Tabla 72.- Tasa de Descuento (TMAR)

Concepto	Valor	%	Costo Capital	TMAR
(+) Capital propio	4.749,60	47%	18%	8,39%
(+) Deuda	5.439,00	53%	11%	5,99%
(=) Inversión total	10.188,60	100%	TMAR	14,38%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

La TMAR obtenida para el proyecto es de 14,38% debido a que el capital propio es de 18% y los intereses del préstamo corresponden al 11% respectivamente, estos porcentajes corresponden a las fuentes de financiamiento del proyecto.

Lo que nos indica que se recuperara el 14,38% de la inversión utilizada para la ejecución del proyecto.

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

“El Valor Actual Neto (VAN) es el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 112)

El VAN permite trasladar los valores futuros a valor actual permitiendo de esta manera evaluar un proyecto, si el VAN es mayor que cero se puede decir que el proyecto es rentable caso contrario se rechazar el proyecto.

$$VAN = -II + \sum_{j=1}^n \frac{FNE_j}{(1+i)^n}$$

VAN= Valor Actual Neto

II = Inversión inicial

n= tiempo de vida útil del proyecto

FNE= FLUJO NETO DE EFECTIVO

i o TMAR = tasa mínima aceptable de rendimiento

$$VAN = -II + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -10.188,60 + \frac{3.669,76}{1,1438} + \frac{4.383,17}{1,30827844} + \frac{5.002,30}{1,49640888} + \frac{5.203,68}{1,711592477} + \frac{6.742,61}{1,957719475}$$

$$VAN = -10.188,60 + 3.208,39 + 3.350,33 + 3.342,87 + 3.040,26 + 3.444,11$$

$$VAN = -10.188,60 + 16.385,97$$

$$VAN = 6.197,37$$

Tabla 73.- Valor actual Neto

AÑOS	FE	14,38%	
		FIVP	VALOR PRESENTE
0	(10.188,60)	1,00	(10.188,60)
1	3.669,76	0,87	3.208,39
2	4.383,17	0,76	3.350,33
3	5.002,30	0,67	3.342,87
4	5.203,68	0,58	3.040,26
5	6.742,61	0,51	3.444,11
Valor Actual Neto			6.197,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

El Van Obtenido en el proyecto es de 6.197,37 calculado mediante el porcentaje de la TMAR de 14,38%, por lo que se determina que es mayor que cero y por lo tanto el proyecto es rentable.

Al obtener un VAN positivo mayor que cero nos indica que el proyecto está agregando un valor económico de 6.197,37 generado a partir del costo de inversión.

Se obtiene un VAN de 6.197,37 dado que la inversión del proyecto es alta, pero que sin embargo nos estará aportando una ganancia significativa para el inversor.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 114)

El TIR es la tasa de interés mínima que un proyecto puede soportar antes de empezar a producir pérdidas.

El TIR debe ser mayor que la TMAR para que le proyecto sea rentable caso contrario será un proyecto que no genere ganancias.

Para calcular el TIR se puede hacer mediante el método de interpolación, que es un método de prueba y error, el cual consiste en determinar valores porcentuales distintos, dentro de las cuales el resultado arrojado debe ser un VAN positivo lo más cercano a cero y un VAN negativo lo más cercano a cero, con estos dos resultados se procede a interpolar para obtener la TIR.

Tabla 74.- Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FE	35,05%		36,00%	
		FIVP	VALOR PRESENTE	FIVP	VALOR PRESENTE
0	(10.188,60)	1,0000	-10.188,60	1,0000	-10.188,60
1	3.669,76	0,7405	2.717,33	0,7353	2.698,35
2	4.383,17	0,5483	2.403,25	0,5407	2.369,79
3	5.002,30	0,4060	2.030,89	0,3975	1.988,63
4	5.203,68	0,3006	1.564,34	0,2923	1.521,09
5	6.742,61	0,2226	1.500,91	0,2149	1.449,22
		VAN	28,13	VAN	-162

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\begin{array}{r}
 \text{TIR} = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{\text{VAN 1}}{(\text{VAN 1} - \text{VAN 2})} \\
 \\
 \text{TIR} = 0,3505 + (0,36000 - 0,35050) \frac{28,13}{(28,13 - (161,52))} \\
 \\
 \text{TIR} = 0,35 + 0,0095 \times 0,148315 \\
 \\
 \text{TIR} = 0,3519 \\
 \\
 \text{TIR} = 35,19\%
 \end{array}$$

A calcular el TIR se obtiene 35,19%, lo que indica que es mayor que la TMAR y por lo tanto el proyecto es viable.

El cálculo del TIR nos muestra que el 35,19% es la tasa de interés más alta que el inversionista podría pagar sin tener pérdidas de efectivo.

Dado que la TMAR es 14,38% y la TIR es 35,19% existe un gran intervalo entre estos dos porcentajes lo que significa que las ganancias para el proyecto representan una gran riqueza para la organización.

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

“Permite calcular el tiempo en el que el inversionista recupera el capital invertido”.

(MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 116)

El PRI es aquel calculo que permite ver en qué periodo se recupera el capital invertido para el desarrollo del proyecto, este se puede evidenciar durante la vida útil del proyecto, si se recupera después de la vida útil se considera que el proyecto no es rentable.

El PRI debe ser recuperado durante los 5 años de la vida útil del proyecto de modo que genere ganancias para sus inversionistas.

Tabla 75.- Periodo de Recuperación

AÑOS	FE	INGRESO ACUMULADO
0	(10.188,60)	
1	3.669,76	3.669,7591
2	4.383,17	8.052,9276
3	5.002,30	13.055,2301
4	5.203,68	18.258,9118
5	6.742,61	25.001,5196

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\text{PRI} = a + \frac{b - c}{d}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{10.188,60 - 8.052,93}{5.002,30}$$

$$\text{PRI} = 2 + 0,43$$

$$\text{PRI} = 2,43 \text{ AÑOS}$$

$$\text{PRI} = 2 \text{ AÑOS } 5 \text{ MESES}$$

La inversión total obtenida para el proyecto se recuperara en 2 años y 5 meses debido a que los flujos de efectivo durante los 5 años de vida útil del proyecto son positivos y dado que el tiempo de recuperación es menor a 5 años, se concluye que el proyecto es viable, aunque por el hecho de no utilizar en este método una tasa de costo de capital no se analiza el comportamiento del dinero en el tiempo de modo que los inversionistas pueden tomar decisiones erróneas.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RCB)

“Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales”. (Duque Navarro, 2017, pág. 1)

La relación costo beneficio es un índice que permite evidenciar si los costos superan al beneficio indica que el proyecto no es rentable, y si los beneficios superan los costos quiere decir que el proyecto es rentable.

La relación costo beneficio muestra las ganancias que obtendrá la microempresa por cada dólar invertido en el proyecto, de tal modo que si un proyecto genera como resultado \$1 con decimales se puede concluir que el proyecto es rentable dado que está generando una utilidad.

Relación Costo
Beneficio =

	Ingresos				
	Costos				
Ingresos	\$ 33.744,00	\$ 34.756,32	\$ 35.799,01	\$ 36.872,98	\$ 37.979,17
Costos	\$ 15.617,32	\$ 15.632,94	\$ 15.648,57	\$ 15.664,22	\$ 15.679,89
R.C.B	2,16	2,22	2,29	2,35	2,42
R.C.B	2,29				

Después de los cálculos realizados en cuanto a los ingresos y gastos del proyecto se puede determinar que la relación costo beneficio es de \$2,29 lo que nos indica que por cada dólar invertido se ganara \$1,29.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (MALDONADO ZAMBRANO & SUAREZ ROSERO, 2016, pág. 97)

Se entiende como punto de equilibrio cuando los ingresos son iguales a los gastos y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa, si supera el punto de equilibrio es una utilidad y si se encuentra bajo el punto de equilibrio es una pérdida.

El punto de equilibrio sirve como punto base para que la microempresa tome alternativas de solución en cuanto a sus ventas de modo que si las ventas aumentan la microempresa estará obteniendo una rentabilidad.

PUNTO DE EQUILIBRIO Jabón a Base de Glicerina

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{\text{p} - \text{Cvu}}$$

PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN 100,00%

Costos Fijos:

Gastos	
Administrativos	6.830,43
Gastos de Ventas	7.007,22
Gasto Financiero	480,87
TOTAL COSTO FIJO	14.318,51

Precio de Venta unitario	\$ 3,80
--------------------------	-------------------

$$\text{Costo Variable Unitario} = \$ 1,76$$

$$\text{P.E (Q)} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}} = \frac{14.318,51}{2,04} = 7.014 \text{ Unidades}$$

$$\text{P.E (\$)} = 7.014 \times 3,80 = 26.654,85 \text{ Ventas}$$

ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	26.654,85
Costo de Producción	<u>12.336,34</u>
Margen de Contribución	14.318,51
Costos Fijos	<u>14.318,51</u>
Utilidad / Pérdida	<u><u>-</u></u>

Tabla 76.- Punto de Equilibrio

CANTIDAD	Cvu	CVT	CFT	CT	P	IT
0	0,00	0	14.319	14.318,51	3,80	0
3.507	1,76	6.168	14.319	20.486,68	3,80	13.327
7.014	1,76	12.336	14.319	26.654,85	3,80	26.655
10.522	1,76	18.505	14.319	32.823,02	3,80	39.982
14.029	1,76	24.673	14.319	38.991,19	3,80	53.310

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

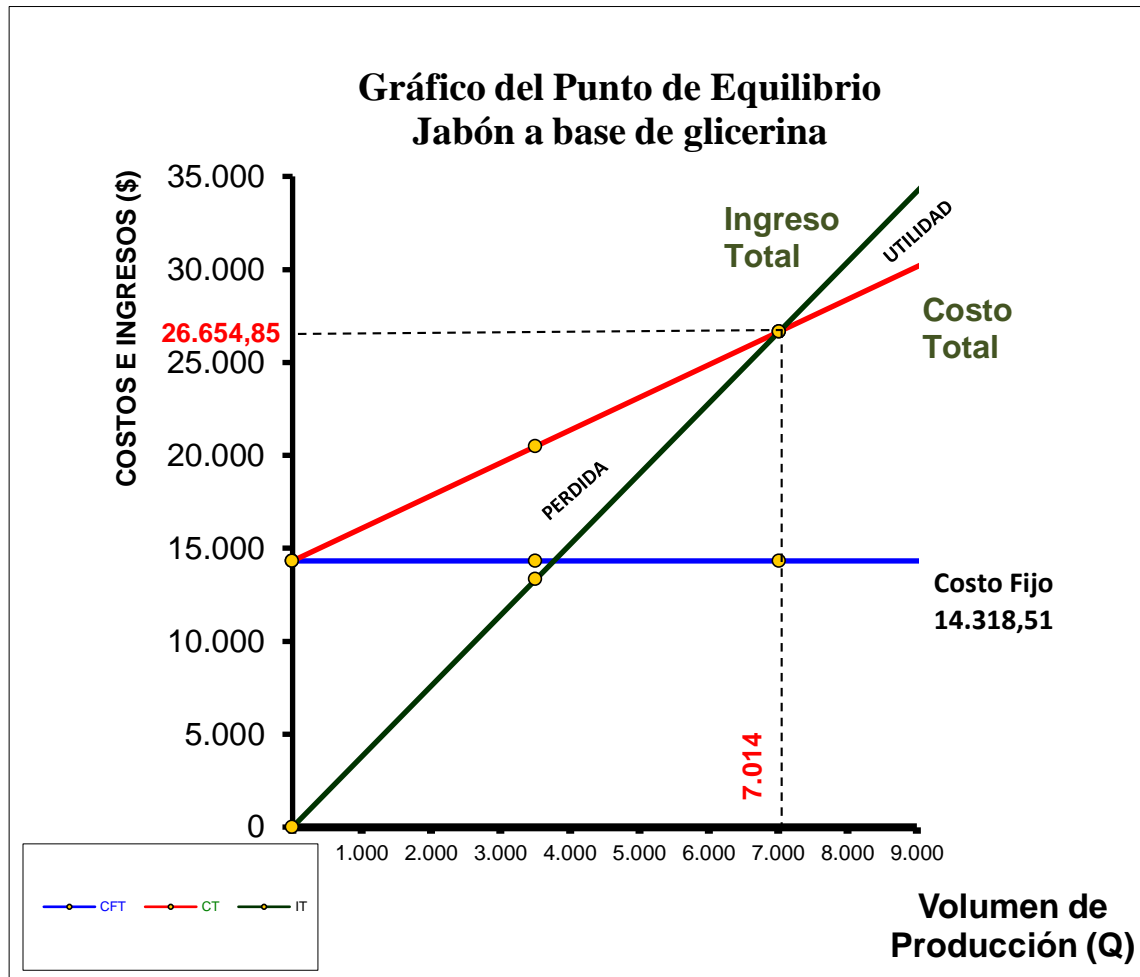


Figura 42.- Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

Mediante el análisis del punto de equilibrio se llega a la conclusión de que la microempresa deberá producir 7.014 unidades para cubrir sus gastos y no obtener ni pérdidas ni ganancias obteniendo un valor en dólares de 26.654,85.

Al producir una cantidad superior a las 7.014 unidades la microempresa estará obteniendo una utilidad que será beneficio para la organización.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

5.04.07.01 ROE

El ROE (“Return on Equity”) o rentabilidad financiera es un indicador que mide el rendimiento del capital invertido por los accionistas. (Banca y Negocios , 2017, pág. 1)

Es un ratio financiero que sirve para medir el rendimiento de los fondos propios de los accionistas durante un periodo determinado del ejercicio económico.

El ROE nos permitirá observar cual será el porcentaje que será remunerado al inversionista de la microempresa al cabo de un periodo contable.

$$ROE = \frac{UTILIDAD NETA}{PATRIMONIO}$$

$$ROE = \frac{3236,94}{4749,60}$$

$$ROE = 0,68 \times 100$$

$$ROE = 68\%$$

Al determinar el ROE se puede concluir que el 68% de la utilidad de la organización corresponderá a la ganancia del propietario.

Al determinar este porcentaje se observa que el trabajo de la gerencia está en un nivel económico estable ya que el objetivo de obtener ganancias para el inversor está dando resultados positivos, logrando de esta manera aumentar el dividendo del accionista.

5.04.07.02 ROA

ROA (“Return on Assets”) o rentabilidad económica es un indicador que mide la rentabilidad del total de activos de la empresa. (Banca y Negocios , 2017, pág. 1)

Este indicador económico es uno de los más utilizados por las organizaciones ya que ayuda a medir la rentabilidad de los bienes tangibles e intangibles de la empresa conocidos como los activos.

Para que una empresa sea considerada rentable debe superar el 5% del ROA caso contrario se considerara una empresa que genera pérdidas.

$$ROA = \frac{UTILIDAD NETA}{ACTIVO TOTAL}$$

$$ROA = \frac{3236,94}{10188,60}$$

$$ROA = 0,32 \times 100$$

$$ROA = 32\%$$

El ROA determinado para el proyecto es de 32% lo que indica que la rentabilidad sobre los activos es menos del 50% por lo que se deberá tomar medidas sustitutivas para no comprometer en gran porcentaje los activos de la empresa.

El resultado encontrado nos indica que por cada dólar invertido en los activos se obtendrá una rentabilidad de 0,32 ctvs.

ROI

“El ROI nos indica de una manera sencilla y directa que valor económico hemos obtenido como resultado de invertir un presupuesto concreto en la realización de unas acciones concretas”. (Jose Manuel, 2019, pág. 1)

EL Return on Investment (ROI) es aquel ratio financiero que permite medir la utilidad de una empresa sobre la inversión de la misma, permitiendo medir e crecimiento de la empresa en cuanto a su rentabilidad.

$$ROI = \frac{UTILIDAD\ NETA}{INVERSION}$$

$$ROI = \frac{3236,94}{10188,60}$$

$$ROI = 0,32 \times 100$$

$$ROI = 32\%$$

Al calcular el ROI se puede determinar que se obtendrá una ganancias del 32% por la inversión realizada de 10.188,60; al ser este un valor mayor que cero se puede concluir

que el proyecto a ejecutarse es rentable y por ende este porcentaje indica que la rentabilidad de esta inversión es financieramente firme.

Al obtener un ROI de 32% estamos confirmando que las estrategias de marketing propuestas en el proyecto están siendo viables.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

“Un completo análisis de impactos se puede desarrollar implementando metodologías que incorporen el análisis de efectos e impactos de las actividades que desarrolla el ser humano”. (Gestión en Recursos Naturales , 2016, pág. 1)

Se trata de un análisis que permite determinar el impacto que un proyecto causara sobre el medio ambiente y sobre el ser humano.

El análisis de impacto consiste en evaluar en una escala numérica siendo el -1 el más bajo, el 0 nulo y el 3 el más alto.

En este sentido se analizara los 4 impactos más importantes como el impacto ambiental, económico, productivo y social.

Tabla 77.- Valoración de Impactos

CÓDIGO	SIGNIFICADO
-3	- alto
-2	- medio
-1	- bajo
0	Nulo
+1	+ bajo
+2	+ medio
+3	+ alto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental son aquellos factores que perjudican o benefician de algún modo al medio ambiente ya sea por residuos, gases emitidos, etc.

El impacto ambiental negativo se produce cuando un proyecto no toma en cuenta que el giro de su negocio puede afectar de manera desfavorable al medio ambiente.

En el presente proyecto se considera que la elaboración de jabones por el hecho de ser artesanal no perjudica al medio ambiente ya que no se ocupará materiales tóxicos que perjudiquen la aniquilación de la capa de ozono.

Tabla 78.- Impactos Ambientales

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación Visual						x		2
Contaminación Por Ruido			x					-1
Contaminación Por Emisión De Gases			x					-1
Generación De Residuos					x			1
Manejo De Residuos						x		2
TOTAL								3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{3}{5}$$

$$\text{Promedio} = 0.6$$

$$\text{Promedio} = 1$$

Al analizar la matriz de impactos ambientales se puede concluir que se obtuvo un promedio de 1 que significa positivo en una escala baja, ya que en cuanto a contaminación visual tenemos un puntaje de +2 por el hecho de emitir publicidad en lugares públicos, en cuanto a contaminación por ruido obtuvimos un -1 ya que la microempresa no posee maquinaria que emita ruidos que perjudiquen la salud auditiva, y por el hecho de ser un producto elaborado de manera artesanal no emite gases contaminantes. Sin embargo por el hecho de control de calidad, sí el producto se encuentra en mal estado se desecha todo el producto, produciendo de esta manera

generación de residuos, que se venderán a otras empresas que utilizan este producto no como jabón sino más bien como un adorno de ducha, permitiendo de esta manera contribuir con el medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico es el análisis que se hace al factor económico principalmente de la inversión y su recuperación en un tiempo determinado, de tal modo que el proyecto empieza a arrojar utilidades para sus inversionistas.

El impacto económico permite evidenciar en valores cuantitativos las ganancias que generara el proyecto durante su ejecución permitiendo de esta manera justificar las decisiones de inversión tomadas por la microempresa.

Tabla 79.- Impactos Económicos

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Productividad						x		2
Innovación							x	3
Beneficios para el inversionista					x			1
Liquidez Empresarial					x			1
Costos de Producción					x			1
TOTAL								8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{8}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1.6$$

$$\text{Promedio} = 2$$

Al analizar los impactos económicos se puede concluir que el promedio de 2 obtenido indica que los beneficios económicos obtenidos por el proyecto son positivos en una escala media.

En cuanto a productividad tenemos un 2 ya que al ser una microempresa no se contara con tecnología para producir en grandes cantidades, sin embargo es una empresa que trabaja con eficiencia y eficacia. En cuanto a innovación obtenemos un 3 debido a que la microempresa tiene el compromiso de estar innovando periódicamente el producto, en cuanto a beneficios para el inversionista obtuvimos un 1 puesto que al ser una empresa que recién empieza con su labor comercial no tiene tantos ingresos, y es por ello que la liquidez empresarial no es tan alta, en cuanto a costos de producción obtenemos un 1 porque la materia prima actualmente se encuentra con precios estables pues actualmente el país se ubica en un punto de deflación.

6.03 Impacto Social

El impacto social son aquellos beneficios positivos o negativos que influyen dentro de una sociedad gracias a un proyecto o actividad establecida dentro de una comunidad donde los beneficiados sean grupos de personas que gocen de los indicios dejados por una empresa.

El impacto social tiene que ver mucho con la calidad de vida de la sociedad, y con el compromiso laboral de parte de una organización.

Tabla 80.- Impactos Sociales

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Empleo						x		2
Pago de tributos							x	3
Compromiso Laboral							x	3
Despidos Intempestivos		x						-2
Sueldos Estables						x		2
TOTAL								8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{8}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1.6$$

$$\text{Promedio} = 2$$

De acuerdo al análisis establecido en la matriz de impactos sociales se puede observar un promedio de 2 es decir positivo en una escala media, debido a que en generación de empleo se obtuvo una calificación de 2 ya que por el hecho de ser una microempresa no se puede abrir muchas plazas laborales, en cuanto al pago de tributos se obtuvo un 3 puesto que al estar constituida legalmente se acepta pagar cualquier tipo de tributos e impuestos acordes al giro del negocio. En compromiso laboral se obtiene un 3 pues la microempresa siempre velara por el bienestar de sus empleados, en despidos intempestivos se obtiene una calificación de -2 porque la microempresa no despedirá gente injustamente, por último los sueldos estables tienen un puntaje de 2 debido a que la microempresa se compromete a pagar a sus colaboradores de acuerdo a lo que dicte el ministerio de trabajo.

6.04 Impacto Productivo

Se entiende como impacto productivo aquel análisis que se realizara a un proyecto de inversión buscando obtener beneficios positivos o negativos en cuanto a su cadena de producción, y sus proceso de calidad utilizados para la elaboración de un bien que satisface las necesidades humanas.

Tabla 81.- Impactos Productivos

INDICADORES	CALIFICACIONES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Uso De Materia Prima Local							x	3
Uso De Materia Prima Extranjera				x				0
Aporte Al Pib					x			1
Aporte A La Matriz Productiva					x			1
Uso De Tecnología				x				0
Total								5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayci Chulca

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1$$

De acuerdo al análisis realizado mediante la matriz de impactos productivos se ha obtenido un promedio de 1 es decir positivo en una escala baja ya que la microempresa no utilizara materia prima del extranjero únicamente utilizara productos ecuatorianos, favoreciendo de esta manera la matriz productiva del país. También se aportara al PIB en un valor de 1 ya que por el hecho de ser una microempresa nueva estará aportando con nuevos productos para el consumidor, sin embargo se pretende en un futuro un crecimiento empresarial de modo que se empleara maquinaria y tecnología que ayuden a

producir en grandes cantidades y aumentar de esta manera la productividad y utilidades de la organización.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Se puede concluir que de acuerdo a las necesidades del inversionista se implementara una microempresa que ayude a fortalecer la matriz productiva del país y a su vez mejorar la calidad de vida de su propietario.
- De acuerdo a la situación económica que el país atraviesa se considera que los emprendimientos es una manera de ayudar al crecimiento de la matriz productiva, proporcionando fuentes de trabajo que ayuden a la sociedad, y a la vez ayudar al fortalecimiento de los factores económicos externos.
- De acuerdo a la muestra extraída de la parroquia de Chilibulo se obtuvo un total de 379 encuestas realizadas en este sector, las preguntas establecidas en el cuestionario son la base para la determinación de la oferta y demanda del

producto a ofrecerse, concluyendo así que la microempresa que se pretende implementar tendrá un gran porcentaje de aceptación.

- Mediante el estudio técnico se puede concluir que la ubicación de la microempresa de acuerdo a los factores de la matriz de localización óptima será en la parroquia de Chilibulo calle Chilibulo y Fabián Alarcón referencia parada corredor R2, por motivos de que el lugar es un espacio comercial, con un gran acogimiento.
- A partir del cálculo de los costos de producción se llega a la conclusión de que el precio del jabón será de 1,80 por el hecho de ser un jabón artesanal que cuenta con beneficios para el cuidado de la piel.
- En cuanto a los indicadores financieros podemos determinar que el proyecto es rentable dado que el VAN es mayor que el cero y el TIR es mayor que la TMAR
- En cuanto al uso de fondos se determina que la microempresa necesitara un préstamo de \$5.439,00 que se obtendrá de la cooperativa “Cooprogreso”.

3.01 Recomendaciones

- Se recomienda obtener todos los permisos legales pertinentes para evitar posibles sanciones que afecten las operaciones y actividades que realiza la microempresa, permitiendo de esta manera ser una microempresa constituida legalmente y por ende aceptar que se debe contribuir con los impuestos que ayuden de cierta manera a la sociedad.

- Conocer los derechos y deberes que tienen los empleados, para de esta manera evitar conflictos laborales y sanciones con el ministerio de trabajo, comprometiendo a la microempresa a pagar todos los beneficios que por ley debe recibir cada trabajador.
- Tener la fidelidad de los proveedores permitirá a la microempresa crear alianzas que le permitirán jugar con los precios de la materia prima obteniendo mejores costos de producción y a su vez un precio de venta accesible para el consumidor.
- Se recomienda que para determinar la entidad financiera en la que se obtendrá un crédito se debe analizar las tasas activas y demás factores que permitan obtener un mejor rendimiento.
- Se recomienda que cuando una microempresa recién comienza sus actividades económicas los sueldos deben ser mínimos para que el precio del producto no sea elevado.
- Los gastos de materia prima se deben obtener a los precios más bajos del mercado y mediante ello ayudar a que los costos de producción sean considerables y de esta manera obtener un Precio de Venta al Público accesible.

ANEXOS

FABRICACIÓN DEL JABÓN

1. diluir la glicerina a baño maría hasta que quede una composición homogénea.



2. Poner en la glicerina desleída, el Colorante, el aromay el aceite suavizante para la piel y mezclar antes de que enfríe



3. Poner la sábila o avena dependiendo del jabón a realizarse.



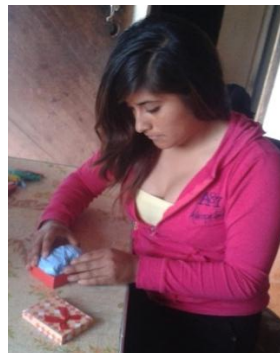
4. Poner la mezcla en los moldes y tratar de que no se haga burbujas



5. Dejar secar por 1 día



6. Colocar dentro de la caja para ser vendido



MOLDES DE JABÓN



Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

GLICERINA EN BARRA



COLORANTES



AROMAS



Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

ACEITES SUAVIZANTES PARA LA PIEL



AVENA



SÀBILA



Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

BIBLIOGRAFIA

Pérez Porto , J., & Merino, M. (2013). *definicion.de*. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://definicion.de/maquina/>

Thompson, I. (Junio de 2010). *MarketingIntensivo.com*. Recuperado el 12 de julio de 2019, de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

cultura erasto weebly. (14 de junio de 2019). Obtenido de <https://culturaerasto.weebly.com/32-tecnologiacutea-del-producto-o-servicio.html>

Acosta, A. (2005). EL “RIESGO-PAÍS” CONVENCIONAL, UN RIESGO PARA EL DESARROLLO. *EL OTRO RIESGO PAIS*, 1-23.

Acosta, N. (29 de diciembre de 2018). *www.cuidatudinero.com*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13139259/es-el-margen-operativo-lo-mismo-que-el-margen-bruto>

admin. (22 de abril de 2010). *www.emprendepyme.net*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/balance-general.html>

Admin. (12 de febrero de 2019). *Ecuador Legal Online*. Obtenido de

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/afiliacion-al-iess/>

Alvarino, A. (19 de diciembre de 2016). *Jardín del Zen* . Obtenido de

<https://www.jardindelzen.com/la-historia-del-jabon/>

Anonimo. (22 de abril de 2015). *www.contapyme.com*. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de

https://www.contapyme.com/capitacionvirtual/ManualAgroWin/4_%20Plan_d_e_cuentas.pdf

Anonimo. (14 de enero de 2019). *labcalidad.files.wordpress.com*. Obtenido de

<https://labcalidad.files.wordpress.com/2011/03/focus-groups1.pdf>

Arenas Ruiz, Á. M., & Durán, F. S. (julio de 2019). *repository.javeriana.edu.co*.

Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5348/tesis330.pdf?sequence=1>

AVENECER CANO , Y. (marzo de 2015). Obtenido de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Cano-Yeiny.pdf>

Aznar, A., & Cabanelas, J. (12 de diciembre de 2012). *ocw.uc3m.es*. Recuperado el 16

de agosto de 2019, de <http://ocw.uc3m.es/ingenieria-quimica/quimica-ii/material-de-clase-1/MC-F-005.pdf>

Banca y Negocios . (7 de agosto de 2017). *www.bancaynegocios.com*. Obtenido de <http://www.bancaynegocios.com/el-roa-y-el-roe-su-significado-y-como-calcularlo/>

Bautista Hernández, I. (28 de noviembre de 2011). *www.uaeh.edu.mx*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf

BEDOYA VELÁSQUEZ, L. N., & ZULUAGA GONZÁLEZ, J. P. (2015). *Repositorio utp*. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5687/658406B412.pdf?sequence=1>

Bernal, M. (09 de marzo de 2012). Obtenido de <https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>

BROCA LÓPEZ, S. M. (15 de abril de 2019). Obtenido de https://iscseleny.webcindario.com/arch_pdf/tarjeta_pr.pdf

BURBANO RUIZ, J. (22 de julio de 2016). *repositorio.espe.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>

CAISAGUANO CHIQUITO, M. D. (marzo de 2010). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4994/1/UPS-QT02002.pdf>

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

Callen, T. (20018). Que es el producto interno bruto. *Finanzas y Desarrollo*, 48-49.

Cárdenas , S. (19 de Enero de 2015). *BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR EN*

TIEMPOS DE DOLARIZACIÓN. Obtenido de

<http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>

Chiner, E. (25 de mayo de 2016). *rua.ua.es*. Obtenido de

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

cibercrazy5000 . (15 de junio de 2019). *monografias.com*. Obtenido de

<https://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml>

CORDOVA ALBAN , M. G. (2005). *Repositorio iaen*. Obtenido de

<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/144/3/Tesis-Milton%20Cordova.pdf>

Corrillo Machicado , F., & Gutiérrez Quiroga , M. (31 de agosto de 2016).

www.revistasbolivianas.org.bo. Recuperado el 19 de julio de 2019, de

http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf

Corvo , T. (14 de junio de 2019). *Lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>

Corvo, H. S. (16 de agosto de 2019). *www.lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/gastos-de-venta/>

CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. (30 de julio de 2018). Obtenido de

<https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/pocupacion.pdf>

D'Angelo, S. B. (16 de abril de 2019). *med.unne.edu.ar*. Obtenido de

[https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20D'Angelo\).pdf](https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20D'Angelo).pdf)

Duque Navarro, J. (18 de abril de 2017). *www.abcfinanzas.com*. Obtenido de

<https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>

Durango Gutiérrez, M. P. (2014). *Gestión Operativa y Táctica*. Medellín: Esumer.

Enriquez, P. (17 de julio de 2014). *repositorio.utn.edu.ec*. Recuperado el 12 de julio de 2019, de

http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1207/3/PG%20175_CAPÍTULO%20II.pdf

Espinosa, R. (14 de octubre de 2012). *New Marketing*. Obtenido de

<https://robertoepinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

FACULTAD DE ECONOMÍA UNAM. (4 de diciembre de 2003).

www.economia.unam.mx. Obtenido de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

- Fernández, E. (6 de septiembre de 2019). *anfix.com*. Obtenido de <https://anfix.com/blog/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Fuentes Chávez, M. (1994). *biblioteca*. Obtenido de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/BibVirUDEP/libro/pdf/1_48_204_13_360.pdf
- Gestión en Recursos Naturales . (2016). *www.grn.cl*. Obtenido de <https://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental/analisis-de-impactos-ambientales.html>
- Gómez Pellón, E. (20017). Obtenido de https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf
- González López, K. A., & Cortez Castillo, C. d. (diciembre de 2007). *Repositorio UNA* . Obtenido de <http://repositorio.una.edu.ni/799/1/tne14g643.pdf>
- Grupo Copesa. (diciembre de 2009). *ICARITO*. Obtenido de <http://www.icarito.cl/2009/12/73-3312-9-el-proceso-tecnologico.shtml/>
- Gutierrez, O., & Zurita, A. (2006). Sobre la inflación. *PERSPECTIVAS*, 81-115.
- Hernández, A. (14 de agosto de 2019). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/cuentas-contables-clasificacion-concepto-y-descripcion/>

Ies La Asunción Elche. (26 de octubre de 2018). *www.ieslaasuncion.org*. Recuperado el

12 de julio de 2019, de

<http://www.ieslaasuncion.org/departamento/documentos/apuntes/169.pdf>

INEC. (Marzo de 2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf)

INSTITUTO DE INGENIERÍA UNAM . (junio de JUNIO de 2019). Obtenido de

<http://www.iingen.unam.mx/es->

[mx/Investigacion/Areas/Paginas/TecnologiasdeLaInformacion.aspx](http://www.iingen.unam.mx/es-mx/Investigacion/Areas/Paginas/TecnologiasdeLaInformacion.aspx)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *GESTIÓN*

EMPRESARIAL ESTRATÉGICA EL ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO. Costa

Rica .

Jauregui, A. (6 de septiembre de 2019). *www.lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/evaluacion-financiera-proyectos/>

Jose Manuel. (6 de septiembre de 2019). *laculturadelmarketing.com*. Obtenido de

<https://laculturadelmarketing.com/roi/>

JUAN HERRERO , C. (25 de marzo de 2018). Obtenido de

https://cvc.cervantes.es/Lengua/paremia/pdf/006/052_herrero.pdf

Labarca C, A. (14 de diciembre de 2014). *eoepsabi.educa.aragon.es*. Obtenido de http://eoepsabi.educa.aragon.es/descargas/G_Recursos_orientacion/g_1_atencion_diversidad/g_1_2.recursos_varios/1.3.Tecnica_observac_en_el_aula.pdf

MALDONADO ZAMBRANO, C. V., & SUAREZ ROSERO, C. B. (2016). *www.dspace.uce.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9808/1/T-UCE-0005-106-2016.pdf>

Marcillo Morla, F. (4 de abril de 2018). *www.dspace.espol.edu.ec*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8924/1/Clase01.pdf>

Marco Sanjuán, F. J. (16 de agosto de 2019). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ratio-razon-endeudamiento-del-activo-total.html>

Martínez, M. (16 de abril de 2018). *hablemosdeempresas.com*. Obtenido de <https://hablemosdeempresas.com/pymes/ratios-financieros-clave-la-empresa/>

Moreno, G. (2 de diciembre de 2017). *retos-directivos.eae.es*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>

-
- NACIONES UNIDAS. (2012). *GUÍA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO*. Obtenido de <http://tfig.unece.org/SP/contents/defining-goals.html>
- Nubox. (7 de marzo de 2018). *blog.nubox.com*. Obtenido de <https://blog.nubox.com/interpretar-el-margen-bruto>
- Nuño , P. (4 de septiembre de 2017). *www.emprendepyme.net*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/costes-financieros.html>
- Orjuela Córdova , S., & Sandoval Medina, P. (diciembre de 2002). *Universidad de Chile*. Recuperado el 12 de julio de 2019, de https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- PASTOR PAREDES, J. L. (16 de junio de 2015). *www.usmp.edu.pe*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://www.usmp.edu.pe/recursoshumanos/pdf/Costos.pdf>
- Peña Estrada, C. (junio de 2015). *Repositorio Comillas.edu*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2014). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/proveedor/>

QUESADA SANCHEZ, F. J. (2009). *previa.uclm.es*. Recuperado el 15 de agosto de

2019, de

https://previa.uclm.es/area/aef_TO/pdf/publicaciones/FranciscoJavierQuesada_gastosIngresos.pdf

QUITO ALCALDÍA. (10 de noviembre de 2018). *quito.gob.ec*.

Raffino, M. (8 de enero de 2019). *Concepto.de*. Recuperado el 12 de julio de 2019, de

<https://concepto.de/triptico/>

Regla, I., Vazquez, E., Cuervo, D., & Neri, A. (2014). LA QUÍMICA DEL JABÓN Y ALGUNAS APLICACIONES. *revista digital universitaria*, 15.

Retos en Supply Chain . (19 de junio de 2018). *EAE Business School*. Recuperado el 10

de junio de 2019, de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/factores-economicos-de-una-empresa-que-deben-tenerse-en-cuenta/>

Riquelme, M. (10 de abril de 2019). Obtenido de WEB y Empresas:

<https://www.webyempresas.com/objetivos-especificos/>

Riquelme, M. (1 de abril de 2019). *WEB y Empresas*. Obtenido de

<https://www.webyempresas.com/objetivos-generales/>

Riquelme, M. (22 de julio de 2019). *www.webyempresas.com*. Recuperado el 16 de

agosto de 2019, de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>

Sáez Vacas, F., García, O., Palao, J., & Rojo, P. (11 de septiembre de 2003). *dit.upm.es*.

Recuperado el 23 de julio de 2019, de

<http://dit.upm.es/~fsaez/intl/CAPÍTULOS/2%20->

[Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf](http://dit.upm.es/~fsaez/intl/CAPÍTULOS/2%20-Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf)

Sáez Vacas, F., García, O., Palao, J., & Rojo, P. (2019). Teoría General del Entorno.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS, 25.

SALGADO, J. G. (2007). ANÁLISIS SITUACIONAL . 74.

Sánchez Asparrín, Y. S. (1 de julio de 2008). *sisbib.unmsm.edu.pe*. Recuperado el 19 de

julio de 2019, de

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/sanchez_ay/cap3.pdf

Simão, V. L. (8 de septiembre de 2014). *diposit.ub.edu*. Recuperado el 12 de julio de

2019, de

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/41493/6/05.VLS_ANALISIS_Y_TR

[ATAMIEN TO_INFORMACION.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/41493/6/05.VLS_ANALISIS_Y_TR-ATAMIEN TO_INFORMACION.pdf)

SOLORZANO COTUA, H. (6 de septiembre de 2019). *www.monografias.com*.

Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos32/cuentas->

[contables/cuentas-contables.shtml](https://www.monografias.com/trabajos32/cuentas-contables/cuentas-contables.shtml)

SRI. (14 de junio de 2019). Obtenido de

<file:///C:/Users/USER/Downloads/Guia%20basica%20RUC%20final.pdf>

SUBSECRETARIA DE INNOVACIÓN Y CALIDAD. (15 de MAYO de 2008).

www.cca.org.mx. Recuperado el 01 de AGOSTO de 2019, de

<http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/analisis.pdf>

Superintendencia del Sistema Financiero. (Marzo de 2013). Obtenido de

https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf

Thompson, I. (14 de junio de 2019). *Marketing free.com*. Obtenido de

<https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

Thompson, I. (14 de junio de 2019). *Marketing free.com*. Obtenido de

<https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

UNION EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO . (31 de julio de 2008). *madrid.org*.

Obtenido de

http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. (24 de agosto de 2012). *soda.ustadistancia.edu.co*.

Recuperado el 19 de JULIO de 2019, de

http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html

Velásquez Vargas , G. (19 de septiembre de 2015). *Marketing Puro*. Obtenido de

<https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales con diferentes diseños, olores, aromas y extractos suavizantes para la piel en la parroquia de Chilibulo en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

Westreicher, G. (16 de agosto de 2019). *economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/margen-neto.html>

yuri , e. (15 de junio de 2019). *Monografias.com*. Obtenido de

<https://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml>

Urkund Analysis Result

Analysed Document: DAYCI LIZBETH CHULCA CASAGALLO.docx (D56524546)
Submitted: 10/4/2019 11:50:00 PM
Submitted By: daycilokita04@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

Tesis Jazmin Urkund.docx (D56193480)
PROYECTO MAQ. YAJAYRA AIMACAÑA APA 2.pdf (D43312266)
Changoluisa Tipan Luis David.pdf (D51444666)
Tesis Hidrofusion Urkund.docx (D51097311)
Bryan Marcelo Freire Torres TESIS COMPLETA.pdf (D37088841)
3ff25d04-6490-4526-af3e-1707419c5130

Instances where selected sources appear:

10



ING. FREDDY RODRIGO URIBE PAZOS

Tutor

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CUBIQUERA									
OFICINA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
ESTADO FINAL OBSERVACIÓN:									
INCLUYENDO EMPRESARIAL									
PERIODO:									
ABR 2019 - SEP 2019									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASIGNATURA	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC		
1	187791	2019-06-08	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-08 09:30:00	1.00	INDICACIONES GENERALES, EXPLICACION SOBRE LA INTRODUCCION Y JUSTIFICACION	PROCESADO		
2	187792	2019-06-08	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-08 20:30:00	4.00	REALIZA LA INTRODUCCION Y JUSTIFICACION	PROCESADO		
3	187793	2019-06-15	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-15 09:30:00	1.00	PRESENTA INFORMACION SOBRE INTRODUCCION Y JUSTIFICACION, PEDIENDO CAMBIO EN LA INTRODUCCION Y JUSTIFICACION, EXPLICACION SOBRE ANTECEDENTES.	PROCESADO		
4	187794	2019-06-15	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-15 20:30:00	4.00	REALIZA CAMBIOS EN LA INTRODUCCION Y JUSTIFICACION, EMPIEZA A REALIZAR ANTECEDENTES.	PROCESADO		
5	187795	2019-06-17	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-17 20:30:00	4.00	REALIZA LOS ANTECEDENTES	PROCESADO		
6	188838	2019-06-22	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-06-22 09:30:00	1.00	PRESENTA INFORMACION SOBRE EL AMBIENTE EXTERNO PIDIENDO CAMBIO EN LOS ANTECEDENTES	PROCESADO		
7	188839	2019-06-24	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-06-24 20:00:00	6.00	CORRIGE ANTECEDENTES, PIDIENDO CAMBIO EN AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO		
8	188830	2019-06-25	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-06-25 18:00:00	4.00	CORRIGE AMBIENTE EXTERNO PIDIENDO CAMBIO EN FORJAS Y GRAFICOS DE LOS FACTORES TECNOLOGICOS.	PROCESADO		
9	188891	2019-06-26	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-06-26 18:00:00	2.00	CORRIGE FACTORES TECNOLOGICOS, REALIZA EL ENTORNO LOCAL	PROCESADO		
10	188893	2019-06-27	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-06-27 20:30:00	6.00	PIDIENDO CAMBIO DEL ENTORNO LOCAL, REALIZA CONCEPTOS SOBRE CLIENTES.	PROCESADO		
11	188892	2019-06-27	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-06-27 20:30:00	6.00	PIDIENDO CAMBIO DEL ENTORNO LOCAL, REALIZA CONCEPTOS SOBRE CLIENTES, PROPIETARIOS Y COMERCENLA.	PROCESADO		
12	188894	2019-07-06	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-07-06 09:30:00	1.00	CORRIGE ENTORNO LOCAL, REALIZA ANALISIS INTERNO.	PROCESADO		
13	188895	2019-07-08	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-07-08 19:30:00	5.00	PIDIENDO CAMBIO EN ANALISIS INTERNO, REALIZA LA MISION, VISION Y OBJETIVOS.	PROCESADO		
14	188950	2019-07-09	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-07-09 20:30:00	6.00	CORRIGE EL ANALISIS INTERNO, REALIZA ANALISIS FODA CON FACTORES EXTERNOS.	PROCESADO		
15	188951	2019-07-10	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-07-10 20:00:00	5.00	PRESENTA ANALISIS INTERNO, CORRIGE ANALISIS FODA EN CUANTO A OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.	PROCESADO		
16	188952	2019-07-13	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-07-13 09:30:00	1.00	PRESENTA CORREGIDO ANALISIS FODA, REALIZA ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO		
17	188956	2019-07-14	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-07-14 19:30:00	9.00	CORRIGE ANALISIS DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LA POBLACION Y MUESTRA, TAMBIEN EN CUANTO A LAS TECNICAS DE OBTENCION DE INFORMACION.	PROCESADO		
18	188958	2019-07-15	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-07-15 22:00:00	5.00	PRESENTA CORREGIDO POBLACION Y MUESTRA, CORRIGE ANALISIS DE INFORMACION.	PROCESADO		
19	188959	2019-07-16	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-07-16 22:30:00	6.00	PRESENTA CORREGIDO ANALISIS DE INFORMACION, REALIZA OFERTA HISTORICA.	PROCESADO		
20	188960	2019-07-18	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-07-18 21:00:00	5.00	CORRIGE OFERTA HISTORICA, REALIZA OFERTA ACTUAL Y PROYECTADA.	PROCESADO		
21	188961	2019-07-20	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-20 09:30:00	1.00	PRESENTA CORREGIDA OFERTA ACTUAL Y PROYECTADA, REALIZA PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO		
22	188962	2019-07-21	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-21 17:00:00	8.00	PRESENTA CORREGIDO PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO		
23	188963	2019-07-22	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-07-22 21:00:00	5.00	REALIZA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA.	PROCESADO		
24	188964	2019-07-24	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-07-24 18:00:00	2.00	CORRIGE TABLAS DE LA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA.	PROCESADO		

25	188965	2019-07-25	AUTONOMA	2019-07-25 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-25 23:00:00	6.00	PRESENTA CORREGIDO LAS TABLAS DE LA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA. REALIZA BALANCE ACTUAL DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA	PROCESADO
26	188966	2019-07-26	AUTONOMA	2019-07-26 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-26 22:00:00	8.00	PRESENTA CORREGIDO BALANCE ACTUAL DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA. REALIZA BALANCE OFERTA-DEMANDA. REALIZA BALANCE PROYECTADO DEL MISMO BALANCE OFERTA-DEMANDA	PROCESADO
27	188967	2019-07-27	INSITU	2019-07-27 06:30:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-27 09:30:00	1.00	PRESENTA CORREGIDO BALANCE PROYECTADO DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA. PRESENTA CAPACIDAD ÓPTIMA E INSTALADA DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
28	188969	2019-07-28	AUTONOMA	2019-07-28 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-28 18:00:00	8.00	PRESENTA CORREGIDO CAPACIDAD ÓPTIMA E INSTALADA. PRESENTA MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN	PROCESADO
29	188970	2019-07-29	AUTONOMA	2019-07-29 14:30:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION DEL PRODUCTO	2019-07-29 21:30:00	7.00	PRESENTA CORREGIDO MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN	PROCESADO
30	188971	2019-07-30	AUTONOMA	2019-07-30 15:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-30 21:00:00	6.00	PRESENTA EN INGENIERIA DEL PRODUCTO INSTALACIONES DEL PROYECTO Y CORRIJE INSTALACIONES DEL PROYECTO Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA. PRESENTA INFORMACION SOBRE BIEN O SERVICIO Y PROCESO PRODUCTIVO	PROCESADO
31	188972	2019-07-31	INSITU	2019-07-31 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-31 18:00:00	2.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE BIEN O SERVICIO Y FLUJOGRAMA DE PROCESOS. PRESENTA INFORMACION SOBRE MAQUINARIA Y EQUIPOS	PROCESADO
32	188991	2019-08-01	AUTONOMA	2019-08-01 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-08-01 20:00:00	6.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE MAQUINARIA Y EQUIPOS. PRESENTA INFORMACION SOBRE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	PROCESADO
33	188992	2019-08-02	AUTONOMA	2019-08-02 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-02 20:00:00	5.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE MAQUINARIA Y EQUIPOS. PRESENTA INFORMACION SOBRE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	PROCESADO
34	189033	2019-08-03	INSITU	2019-08-03 08:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-03 09:30:00	1.00	CORRIJE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y NO INFORMACION SOBRE COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	PROCESADO
35	189034	2019-08-04	AUTONOMA	2019-08-04 09:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-04 16:30:00	7.00	CORRIJE COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS. PRESENTA INFORMACION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	PROCESADO
36	189035	2019-08-05	AUTONOMA	2019-08-05 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-05 22:00:00	7.00	CORRIJE INFORMACION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS. PRESENTA INFORMACION DE GASTOS FINANCIEROS Y COSTOS FIJOS Y VARIABLES	PROCESADO
37	189036	2019-08-07	INSITU	2019-08-07 08:03:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-07 09:03:00	1.00	CORRIJE INFORMACION DE GASTOS FINANCIEROS Y COSTOS FIJOS Y VARIABLES. PRESENTA INFORMACION SOBRE MPD, MOD, CIP	PROCESADO
38	189037	2019-08-08	AUTONOMA	2019-08-08 16:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-08 19:30:00	3.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE MPD, MOD, CIP. PRESENTA INFORMACION SOBRE INVERSION FINANCIERA Y DE BIENES MUEBLES	PROCESADO
39	189038	2019-08-09	AUTONOMA	2019-08-09 14:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-09 19:30:00	5.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE INVERSION FINANCIERA Y DE BIENES MUEBLES. PRESENTA INFORMACION SOBRE INVERSIONES	PROCESADO
40	189039	2019-08-10	INSITU	2019-08-10 08:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-10 09:30:00	1.00	PRESENTA INFORMACION SOBRE EVALUACION DE FIDATARIOS Y NOMINALES. PRESENTA INFORMACION SOBRE CAPITAL DE TRABAJO, FUENTES DE FINANCIAMIENTO, AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	PROCESADO
41	189040	2019-08-11	AUTONOMA	2019-08-11 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-11 16:00:00	5.00	CORRIJE CAPITAL DE TRABAJO Y LA TABLA DE AMORTIZACIÓN. PRESENTA EL ESTADO DE SITUACION INICIAL Y ESTADO DE RESULTADOS	PROCESADO
42	189041	2019-08-12	AUTONOMA	2019-08-12 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-12 19:00:00	4.00	CORRIJE ESTADO DE RESULTADOS. PRESENTA INFORMACION SOBRE FLUJO DE CAJA, FINANCIERA, TASA DE DESCUENTO	PROCESADO
43	189042	2019-08-13	AUTONOMA	2019-08-13 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-13 22:00:00	6.00	CORRIJE TASA DE DESCUENTO. PRESENTA INFORMACION SOBRE PUNTO DE EQUILIBRIO	PROCESADO
44	189043	2019-08-14	INSITU	2019-08-14 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-14 18:00:00	2.00	CORRIJE PUNTO DE EQUILIBRIO. PRESENTA INDICES FINANCIEROS, ROA, ROI, ROE	PROCESADO
45	189044	2019-08-15	AUTONOMA	2019-08-15 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-15 22:00:00	7.00	CORRIJE ROI. PRESENTA INFORMACION SOBRE IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
46	189045	2019-08-16	AUTONOMA	2019-08-16 14:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-16 23:00:00	9.00	CORRIJE IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
47	189046	2019-08-17	INSITU	2019-08-17 08:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-08-17 09:30:00	1.00	PRESENTA INFORMACION SOBRE IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
48	189047	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-08-18 18:00:00	7.00	CORRIJE INFORMACION SOBRE IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO

49	18948	2019-06-21	INSTU	2019-06-21 14:00:00	2019-06-21 16:00:00	4.00	PRESENTA INFORMACION SOBRE IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO	
50	18949	2019-06-21	INSTU	2019-06-21 15:00:00	2019-06-21 16:00:00	3.00	CORRIGE IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO	
51	18950	2019-06-24	INSTU	2019-06-24 09:30:00	2019-06-24 09:30:00	1.00	PRESENTA INFORMACION DE IMPACTO SOCIAL	PROCESADO	
52	18951	2019-06-24	INSTU	2019-06-24 15:00:00	2019-06-24 16:00:00	3.00	CORRIGE INFORMACION DE IMPACTO SOCIAL	PROCESADO	
53	18952	2019-06-24	ALFUNDMA	2019-06-24 15:00:00	2019-06-24 21:00:00	10.00	CORRIGE FALTAS, AUMENTA DE TODO EL PROYECTO DE TESIS, REALIZA CONCLUSIONES	PROCESADO	
54	18953	2019-06-26	ALFUNDMA	2019-06-26 15:00:00	2019-06-26 16:00:00	6.00	REALIZA RECOMENDACIONES,	PROCESADO	
55	18954	2019-06-21	INSTU	2019-06-21 09:30:00	2019-06-21 09:30:00	1.00	REALIZA CAMBIOS EN ALGUNAS TABLAS DEL ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO, TERMINA LA TESIS	PROCESADO	
TOTAL HORAS:							241		
		URIBE PAZON FREDY RODOLFO TUTOR CI: 17067730		CHULLA CASACALLO DANY LIZBETH ALUMNO CI: 17973501		INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CHAMPICASTRO MAYRA ALEXANDRA DELEGADO CI: 17187593		CONSEJO DIRECTIVO CI: 17187593	

Adm. Bancaria y Financiera

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

Administración Bancaria y Financiera

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) Dayci Lizbeth Chulca Casagallo, portador de la cédula de identidad N° 172673360-1 , previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 21 de noviembre de 2019
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
02 DIC 2019
VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balsaca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Ing. Mayra Alexandra Chandi Castro
DELEGADO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ing. William Parra López
BIBLIOTECA

02
9,26 JBS
CORDILLERA

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

Mg. María Fernanda Burgo Jadan
DIRECTOR DE CARRERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
Ing. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA
Luis Hernández Buarvidez