CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

(Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ambientadores en spray con fragancias de hierbabuena ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019)

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de

Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera

Tipo del Trabajo de Integración Curricular:

Incubadora Empresarial

AUTOR: MARITZA CECIBEL ROSILLO ROSILLO

TUTOR: Ing. Armando Andrés Analuisa Aguiar

Quito, Enero 2020

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

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.) **ROSILLO ROSILLO MARITZA CECIBEL** 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 Y COMERCIALIZACIÓN DE AMBIENTADORES EN SPRAY CON FRAGANCIA DE HIERBABUENA UBICADA 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.

ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES
Tutor del Trabajo de Integración Curricular de la Carrera

PARRA CONTRERAS JOSE JAVIER
Lector del Trabajo de Integración Curricular de la Carrera

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO ACADÉMICO
Adm. Bancaria y Financiera

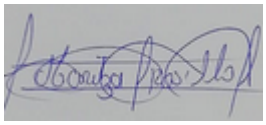
MAYRA ALEXANDRA CHANDI CASTRO
Delegado de la Unidad de Integración Curricular

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Adm. Bancaria y Producción

MARIA FERNANDA BURGA JADAN
Director (a) de Carrera

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

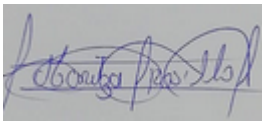
Yo, (**Maritza Cecibel Rosillo Rosillo**), declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Maritza Cecibel Rosillo Rosillo
C.C: 1752302594

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, (**Martiza Cecibel Rosillo Rosillo**) portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. (1752302594) 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 y comercialización de ambientadores en spray con fragancias de hierbabuena ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019**) con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA _____

NOMBRE Martiza Cecibel Rosillo Rosillo

CEDULA 1752302594

Quito, a los …….

AGRADECIMIENTO

Quiero brindar mi agradecimiento a mis padres por el apoyo brindado y por ser mi motivación para seguir adelante.

A todas las personas que me ayudaron en la elaboración de mi proyecto y a los Docentes que me llenaron de sus conocimientos para terminar con éxito mi trabajo.

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a mis padres por su apoyo incondicional, y por ser un pilar fundamental en mi vida y en el transcurro de mi carrera, a mis amigos por sus consejos y por sus enseñanzas.

Índice General

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA..... II
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL III
AGRADECIMIENTO IV
DEDICATORIA V
ÍNDICE GENERAL VI
ÍNDICE DE TABLAS XI
ÍNDICE DE FIGURAS..... XIV
ÍNDICE DE ANEXOS XVI
RESUMEN EJECUTIVO..... XVII
ABSTRACT..... XIX
CAPÍTULO I..... 1
1. Introducción 1
1.01Justificación 1
1.02Antecedentes..... 2
CAPÍTULO II 6
2. Análisis Situacional 6
2.01 Ambiente Externo 6
2.01.01 Factor Económico 6
2.01.01.01 Producto Interno Bruto 6
2.01.01.02 PIB Sectorial 8
2.01.01.03 Inflación 9
2.01.01.04 Inflación por Ciudades..... 10
2.01.01.04 Tasa de Riesgo País 11
2.01.01.05 Tasa de Interés 12
2.01.01.06 Tasa de Interés Pasiva..... 13
2.01.01.07 Tasa de Interés Activa..... 14
2.01.02 Factor Social 15

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA) 16
2.01.02.02 Empleo 17
2.01.02.03 Subempleo 18
2.01.02.04 Desempleo 20
2.01.03 Factor Legal 21
2.01.04 Factor Tecnológico 24
2.02 Entorno Local 24
2.02.01 Clientes 24
2.02.02 Proveedores 25
2.01.03 Competidores 26
2.03. Análisis Foda 26
2.03.01 Matriz de Factores Externos (O – A) 27
2.04 Propuesta Estratégica 28
2.04.01 Misión 28
2.04.02 Visión 28
2.04.03 Objetivos 28
2.04.03.01 Objetivo General 28
2.04.03.02 Objetivo Especifico 29
2.04.04 Principios y Valores 29
2.04.05 Gestión Administrativa 30
2.04.05.01 Organigrama 31
2.04.5.02 Manual de Funciones 31
2.04.06 Gestión Operativa 32
2.04.06.01 Organigrama 32
2.04.06.02 Manual de Funciones 33
2.04.07 Gestión Comercial 33
2.04.07.01 Organigrama 34
2.04.07.02 Manual de Funciones Comerciales 34
2.04.07.03 Marketing Mix 35
CAPÌTULO III 40
3. Estudio de Mercado 40

3.01Análisis de Mercado 40
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra 40
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información 42
3.01.03 Procesamiento de la Información 43
3.02 Demanda 53
3.01Demanda Histórica 53
3.02Demanda Actual 53
3.03Demanda Proyectada 54
3.02. Oferta 55
3.02.01 Oferta Histórica 55
3.02.02 Oferta Actual 55
3.02.02 Oferta Proyectada 56
3.03 Productos Sustitutos 56
3.05 Balance Oferta y Demanda 57
3.05.01 Balance Actual 57
3.05.02 Balance Proyectado 57
CAPÍTULO IV 59
4. Estudio Técnico 59
4.01 Tamaño del Proyecto 59
4.01.01 Capacidad Instalada 59
4.01.02 Capacidad Óptima 59
4.02 Localización 60
4.02.01 Macro Localización 60
4.02.02 Micro Localización 61
4.02.03 Localización Óptima 62
4.03 Ingeniería del Producto 64
4.03.01 Bien 64
4.03.02 Distribución de la Planta 64
4.03.03 Proceso Productivo 67
CAPÍTULO V 68

5. Estudio Financiero 68
5.1 Ingresos 68
5.1.01 Ingresos Operacionales 68
5.1.02 Ingresos No Operacionales 68
5.2 Costos 69
5.2.01 Costo Directo 69
5.2.01.01 Materia Prima 69
5.2.01.02 Mano de Obra 70
5.02.02 Costos Indirectos 71
5.02.03 Gastos Administrativos 72
5.02.04 Gasto Venta 73
5.02.05 Gastos Financieros 74
5.02.06 Costos Fijos 75
5.02.06.01 Costos Variables 75
5.03 Inversiones 76
5.03.01 Inversión Fija 76
5.03.01.01 Activos Fijos 76
5.03.01.02 Activos Nominales 77
5.03.02 Capital de Trabajo 77
5.03.03 Fuentes de Financiamiento 78
5.03.04 Amortización de Financiamiento 79
5.03.05 Depreciaciones 80
5.03.06 Estado de Situación Inicial 81
5.03.07 Estado de Resultados Proyectado. 82
5.03.08 Flujo de Caja 83
5.03.09 Balance General Proyectado 84
5.04 Evaluación 85
5.04.01 Tasa De Descuento 85
5.04.02 Valor Actual Neto 86
5.04.03 Tasa Interna De Retorno 87

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)..... **87**
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)..... **88**
5.04.06 Punto De Equilibrio **89**
5.04.07 Análisis de Índices Financieros **90**
CAPÍTULO VI..... **94**
6. Análisis de Impactos..... **94**
6.01 Impacto Ambiental..... **94**
6.02 Impacto Económico **95**
6.03 Impacto Productivo..... **96**
6.04 Impacto Social **97**
6.05 Matriz General **98**
CAPÍTULO VII **100**
7. Conclusiones y Recomendaciones..... **100**
7.1 Conclusiones..... **100**
7.2 Recomendaciones **101**
Bibliografía **102**
Anexos **107**

Índice de Tablas

Tabla 1 Producto Interno Bruto 7
Tabla 2 PIB Sectorial 8
Tabla 3 Inflación 9
Tabla 4 Inflación por Ciudades 10
Tabla 5 Riesgo País 11
Tabla 6 Tasa de Interés Pasiva 13
Tabla 7 Tasa de Interés Activa 14
Tabla 8 PEA 16
Tabla 9 Empleo 17
Tabla 10 Subempleo 19
Tabla 11 Desempleo 20
Tabla 12 Caracteristicas de los Clientes 25
Tabla 13 Principales Clientes 25
Tabla 14 Proveedores 26
Tabla 15 Competidores 26
Tabla 16 Oportunidades y Amenazas 27
Tabla 17 Funciones Gerente General 31
Tabla 18 Funciones del Operario 33
Tabla 19 Funciones del Vendedor 34
Tabla 20 Población 40
Tabla 21 Utilización 44
Tabla 22 Frecuencia 45
Tabla 23 Gasto Promedio 46
Tabla 24 Satisfacción 47
Tabla 25 Adquirir 48
Tabla 26 Gusto 49
Tabla 27 Tamaño 50
Tabla 28 Publicidad 51

Tabla 29 Aspectos 52
Tabla 30 Demanda Histórica 53
Tabla 31 Demanda Actual 53
Tabla 32 Demanda 54
Tabla 33 Demanda Proyectada 54
Tabla 34 Oferta Histórica 55
Tabla 35 Oferta Actual 55
Tabla 36 Oferta Proyectada 56
Tabla 37 Productos Sustitutos 57
Tabla 38 Balance Actual 57
Tabla 39 Balance Proyectado 58
Tabla 40 Capacidad Instalada 59
Tabla 41 Capacidad Óptima 60
Tabla 42 Segmentación 60
Tabla 43 Tabla de Ponderacíon 63
Tabla 44 Matriz SPS 65
Tabla 45 Matriz SPL 65
Tabla 46 Área de la Planta 66
Tabla 47 Ingresos Operacionales 68
Tabla 48 Materia Prima Pequeño 69
Tabla 49 Materia Prima Mediano 70
Tabla 50 Materia Prima Grande 70
Tabla 51 Mano de Obra 71
Tabla 52 Costos Indirectos 71
Tabla 53 Resumen de Costos 72
Tabla 54 Fijación del Precio 72
Tabla 55 Gastos Administrativos 73
Tabla 56 Gasto Venta 74
Tabla 57 Gastos Financieros 75
Tabla 58 Costos Fijos 75
Tabla 59 Costos Fijos 76

Tabla 60 Activos Fijos **76**
Tabla 61 Activo Nominal **77**
Tabla 62 Capital de Trabajo **77**
Tabla 63 Inversiones **78**
Tabla 64 Fuentes de Financiamiento **78**
Tabla 65 Condiciones de Préstamo **80**
Tabla 66 Método Frances **80**
Tabla 67 Depreciación **80**
Tabla 68 Estado de Situación Inicial **81**
Tabla 69 Estado de Resultados Proyectado **82**
Tabla 70 Flujo de Caja **83**
Tabla 71 Balance General Proyectado **84**
Tabla 72 TMAR **86**
Tabla 73 Flujos de Caja **86**
Tabla 74 Punto de Equilibrio **89**
Tabla 75 Comprobación del Punto de Equilibrio **89**
Tabla 76 Índices Financieros **92**
Tabla 77 Impactos **94**
Tabla 78 Impacto Ambietal **95**
Tabla 79 Impacto Económico **96**
Tabla 80 Impacto Productivo **97**
Tabla 81 Imapcto Social **98**
Tabla 82 Matriz de Impactos General **99**

Índice de Figuras

Figura 1 Producto interno Bruto 7
Figura 2 PIB Sectorial 8
Figura 3 Inflación 9
Figura 4 Inflación por Ciudades 10
Figura 5 Riesgo País 12
Figura 6 Tasa de Interés Pasiva 13
Figura 7 Tasa Interés Activa 15
Figura 8 PEA 16
Figura 9 Empleo 18
Figura 10 Subempleo 19
Figura 11 Desempleo 20
Figura 12 Organigrama Gestión Administrativa 31
Figura 13 Organigrama Gestión Operativa 32
Figura 14 Organigrama Gestión Comercial 34
Figura 15 Logo de la Empresa 36
Figura 16 Slogan de la Empresa 36
Figura 17 Canal Indirecto 38
Figura 18 Canal Directo 38
Figura 19 Utilización 44
Figura 20 Utilizar 45
Figura 21 Gasto Promedio 46
Figura 22 Satisfacción 47
Figura 23 Adquirir 48
Figura 24 Gusto 49
Figura 25 Tamaño 50
Figura 26 Publicidad 51
Figura 27 Aspectos 52
Figura 28 Macro Localización 61

Figura 29: Micro Localización.....**62**
Figura 30 Localización Óptima.....**63**
Figura 31 Matriz SPL.....**65**
Figura 32 Diseño de la Planta **66**
Figura 33 Proceso Productivo **67**
Figura 34 Punto de Equilibrio.....**90**

Índice de Anexos

Anexos 1 Estrategias de comercialización **108**
Anexos 2 Encuesta..... **110**
Anexos 3 Recepción de la material **114**
Anexos 4 Método Alemán..... **116**

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de titulación es un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ambientadores en spray con fragancia de hierbabuena ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2019.

En el capítulo uno se puede evidenciar la investigación acerca de la hierbabuena (materia prima) en los diferentes países de Latinoamérica y los beneficios que tiene en cuanto al uso de la misma.

En el segundo capítulo se presenta el análisis situacional en el cual se desarrolla los factores: económico, social, legal y tecnológico que engloban el ambiente externo y como el mismo afectará a la microempresa; también se da a conocer la filosofía empresarial.

En el tercer capítulo se realiza el estudio de mercado; el cual tiene como objetivo principal conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto, por lo tanto se determina la población y la muestra, lo cual va a permitir determinar si existe una oferta satisfecha, una demanda satisfecha y que la misma permita realizar una mejor proyección.

En el cuarto capítulo se da a conocer la macro y micro localización y la localización óptima, con la cual se da a conocer donde se va a implementar la microempresa y su respectiva distribución de la planta.

En el quinto capítulo se desarrolla el estudio financiero; el cual es de suma importancia ya que se analiza los diferentes ingresos y gastos que va a obtener la microempresa, lo cual va a permitir cubrir el financiamiento. Es necesario tomar en cuenta que también intervienen valor actual neto, periodo de recuperación de la inversión, tasa interna de retorno, la relación costo–beneficio y el punto de equilibrio.

En el sexto capítulo se analizó acerca de los impactos que generó el proyecto a través de sus diferentes matrices, obteniendo una calificación por cada uno de sus indicadores los cuales ayudan a conocer si existirá alguna afectación económica, productiva, social y ambiental.

Finalmente en el séptimo capítulo se establecen las conclusiones y recomendaciones, lo cual es de suma importancia para saber si el estudio de factibilidad de la creación de la microempresa va a ser viable o no.

Abstract

This degree work is a feasibility study for the creation and implementation of a microenterprise dedicated to the elaboration and transformation of sprayed air fresheners with peppermint fragrance located in the Metropolitan District of Quito, year 2019.

In chapter one you can show the research about peppermint (raw material) in the different countries of Latin America and the benefits it has in terms of its use.

In the second chapter the situational analysis is presented in which factors such as: economic, social, legal and technological factors that encompass the external environment and as the same one affected microenterprise are developed; Business philosophy is also disclosed.

In the third chapter the market study is carried out; which has as main objective to know the response of the market to a new product, therefore the population is determined and the sample which will allow to determine if there is a satisfied offer, a satisfied demand and the lack of allowing a better projection.

In the fourth chapter, the macro and micro location and the optimal location are disclosed, which is where the microenterprise and its respective distribution of the plant will be implemented.

In the fifth chapter the financial study is developed; which is very important since it analyzes the different income and expenses that microenterprise will obtain, which will allow financing to be covered. It is necessary to take into account that

the net present value, the period of recovery of the investment, the internal rate of return, the cost-benefit ratio and the breakeven point are also involved.

In the sixth chapter, we will analyze the impacts generated by the project through its different matrices, obtaining a rating for each of its indicators which help to know if there is any economic, productive, social and environmental impact.

Finally, in the seventh chapter the conclusions and recommendations are detailed, which is very important to know if the feasibility study of the creation of the microenterprise is going to be viable or not.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una microempresa, con el propósito de incluir un nuevo producto al mercado específicamente con ambientadores en spray con fragancias de hierbabuena, el cual se orienta a las necesidades de los consumidores, con el mismo objetivo de obtener una mejora continua en los productos que consumen de manera consecutiva, por lo tanto se desea cumplir con las expectativas planteadas, para obtener una acogida positiva por parte de los compradores que van a adquirir dicho bien**.**

Por ello también se busca realizar este emprendimiento para ofertar fuentes de trabajo a diferentes personas, que desean aportar todos sus conocimientos y habilidades en la elaboración de este producto, y con ello reducir el desempleo en el país y aportar a la matriz productiva, ingresar al sector manufacturero, productivo, así también realizar una aportación al PIB por la microempresa que se va a integrar en el mercado.

1.01Justificación

En la actualidad, altos precios en ambientales, la falta de innovación en la oferta actual, la poca oferta de ambientadores naturales ecuatorianos, las enfermedades inherentes a los productos y la baja calidad de la oferta actual son elementos que, relacionados entre sí, han generado decremento de la demanda, insatisfacción del

mercado, preferencia de compra de productos extranjeros, gastos innecesarios de la población y mala percepción de productos nacionales.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca un incremento en la demanda, satisfacción del mercado, preferencia de compra de productos nacionales, eliminación de gastos innecesarios y buena percepción de productos nacionales, el cual esto se refiere a los ambientadores naturales.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector en que se ubicará y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la Implementación de una Microempresa dedicada a la Elaboración y Comercialización de Ambientadores en Spray con Fragancias de Hierbabuena ubicada en el Centro De Quito pretende, ser un negocio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrado.

1.02 Antecedentes

> Los inicios de la perfumería se remontan a la Edad de Piedra, cuando los hombres incineraban maderas aromáticas para complacer con humo a sus divinidades. No obstante, la fabricación de perfumes para uso humano comenzó con los egipcios, quienes fueron los primeros perfumistas artesanales de que se tiene noticia y que lograron extraer aromas naturales de los más variados tipos. Para que se tenga una idea de cuánto avanzaron en ese sentido alcanza con mencionar que cuando se abrió la tumba del faraón Tutankamon se hallaron más de tres mil potes con fragancias que aún conservan su olor, a pesar de haber permanecido enterrados por más de 30 siglos. Por aquellos tiempos las egipcias colgaban de sus cuellos pequeños recipientes de barro con sustancias aromáticas y llegaron a creer que el buen olor ahuyentaba las enfermedades. Con el tiempo, la perfumería sufrió muchas transformaciones, hasta llegar a la producción industrial. Uno de los

> descubrimientos claves para llegar a esto fue el hallazgo árabe del alcohol, en el siglo VIII. Aceites y resinas olorosas diluidas en el alcohol revelaron toda la plenitud de sus cualidades aromáticas, dando así origen a perfumes mucho más finos. Las fragancias con aromas de flores tienen ingredientes básicos como el jazmín y la rosa, aunque se produce también con gardenias, violetas, narcisos y lilas. (Escala, 2011).

> Un ambientador es tanto la sustancia o compuesto orgánico aromático que perfuma un ambiente como el recipiente que sirve para contener dicho elemento. Si bien, en su origen y durante siglos, las sustancias utilizadas para perfumar un ambiente eran exclusivamente de origen vegetal (resinas, aceites esenciales, flores), muchos de los ambientadores modernos utilizan productos químicos sintéticos que facilitan su dispersión y evaporación mezclados con otros de origen vegetal. Algunos ambientadores pueden ser tóxicos, especialmente aquellos que necesitan calor para difundir el aroma -como aceites de quemar, inciensos y velas perfumadas- que empeoran la calidad del aire ya que emiten niveles excesivos de sustancias tóxicas, alergénicas o contaminantes**.** (López, 2015).

Los ambientadores se dieron en la Edad de Piedra, los humanos en aquel entonces quemaban diversas plantas naturales para con esto elaborar esencias, para así poder fabricar las diferentes perfumerías que ellos hacían, también como transcurrió el tiempo los egipcios fueron elaborando perfumes con aromas a flores, los cuales eran mucho más finos por su olor a distintas esencias que ellos fabricaban.

> Su inventor fue Julius Sämann, un químico de origen alemán que tuvo que huir de la Alemania nazi debido a su ascendencia judía. El ambientador creado por Julius Sämann triunfó entre todos los repartidores que llevaban mercancías olorosas, pero se dio cuenta que la vida útil de cada uno era relativamente corto, debido a que el celofán que lo recubría se caía rápidamente y con mucha facilidad, por lo que trabajó en crear un sistema que alargase el producto y no dejase desprenderse el celofán que debía mantener la fragancia más tiempo, encontrándolo en un nuevo diseño: un ambientador en forma de pino. (López, 2014).

"Algunos ambientadores pueden ser tóxicos, especialmente aquellos que necesitan calor para difundir el aroma -como aceites de quemar, inciensos y

velas perfumadas- que empeoran la calidad del aire ya que emiten niveles excesivos de sustancias tóxicas, alergénicas o contaminantes.” (García, 2015).

La mayoría de ambientadores químicos son tóxicos los cuales producen varias enfermedades, y también contaminan el medio ambiente, por lo tanto Julius Samann elaboró el ambientador de Pino para reducir los malos olores, este producto que él lo realizo fue la iniciativa de que perdure el olor en el ambientador.

> El uso de perfumes es tan antiguo como la humanidad. Algo tan sencillo como inundar una estancia con el aroma de unas flores frescas podría considerarse una forma arcaica del actual ambientador. El incienso, junto con los aceites perfumados -para uso corporal-, es probablemente el ambientador más antiguo elaborado por el hombre. Con la llegada de los árabes a España la perfumería se extendió por el resto de Europa. Los países mediterráneos contaban con el clima adecuado para el cultivo de flores y plantas aromáticas, principalmente el jazmín, la lavanda y el limón, por lo que las costas de España, Francia e Italia se vieron de repente rodeadas de plantaciones. (Merino, 2015).
>
> El incienso, junto con los aceites perfumados para uso corporal, es probablemente el ambientador más antiguo elaborado por el hombre. Su uso está documentado varios siglos antes de Cristo, aparece en jeroglíficos egipcios y se menciona en repetidas ocasiones en la Biblia. (López, 2016).

“Los antiguos egipcios eran conocidos por utilizar almizcles y otros materiales naturales para perfumar sus tumbas. Con la llegada de los árabes a España la perfumería se extendió por el resto de Europa.” (López, 2016).

Los egipcios al ambientador lo conocían como un aceite perfumado, lo ocupaban para aromatizar sus tumbas, con la llegada de los Árabes este perfume se expandió poco a poco por Europa, también fabricaban ambientales con frutos naturales estos

los hacían secar para poder elaborar este producto lo cual era la principal producción para poder adquirir un buen comercio.

En el Ecuador la mayoría de personas adquieren ambientadores químicos los cuales ocupan para diferentes lugares de sus hogares, se toma en cuenta que este ambientador esta hecho de sustancias químicas las cuales producen diferentes enfermedades inherentes; por lo tanto se debería disminuir el uso de químicos para evitar afección con el tiempo y poder rebajar la adquisición de los mismos. Es necesario recomendar aquellos productos naturales que tengan mayor duración y que no contaminen el ambiente ni produzcan alergias al ser percibidos.

Se pudo investigar que en comparación al tema realizado del trabajo de titulación se encontró una tarea similar el cual se encuentra en la Universidad Católica de Guayaquil, con su tema que es: Plan de negocios para incrementar las ventas de Aromas y Esencias por medio de la comercialización del ambientador para autos Zart en lavadoras y autoservicios en la ciudad de Guayaquil para el año 2017. Por lo tanto obtuvo una viabilidad y una acogida positiva por parte del mercado.

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. 2016)

El análisis situacional establece información clara y concisa del entorno interno y externo de la empresa el cual afecta de manera positiva y negativa a la sociedad por ello se logra identificar diferentes factores como las y fortalezas del mismo.

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Factor Económico

"Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas" (Ortiz, 2014).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

> El producto interior bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país. También se conoce como producto bruto interno (PBI). (Sevilla, 2014).

Tabla 1
Producto Interno Bruto (constantes 2007)

Fecha	PIB
2015	70.105,40
2016	70.174,70
2017	69.314,10
2018	70.955,70
2019	71.705,20

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

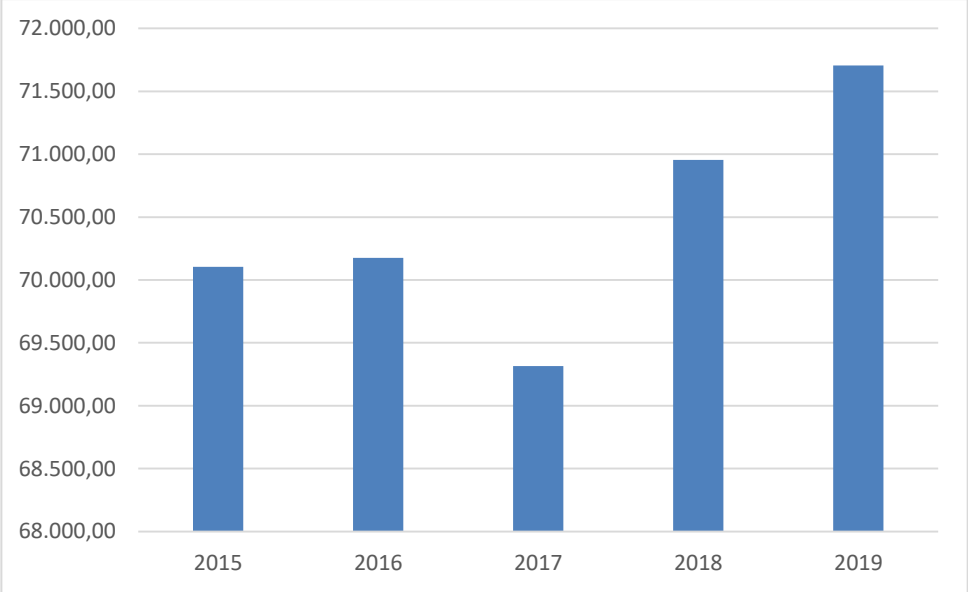


Figura 1 Producto interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se puede dar a conocer que la tendencia del producto interno bruto es creciente desde el año 2015 al 2019, se muestra un resultado positivo para el presente proyecto. Esto significa que será de gran ayuda para cubrir una necesidad insatisfecha en el mercado demandante, lo cual va a permitir un mejor crecimiento a micro emprendimientos y empresarios que estén dispuesto a invertir en nuevos proyectos. Un PIB positivo es favorable para los sectores productivos, ya que permite reactivar la economía del país.

2.01.01.02 PIB Sectorial

El Producto Interior Bruto es un informe estadístico que elabora el INE de formas periódicas, que nos ayuda a conocer el volumen de la economía de nuestro país y es muy útil para elaborar informes y para conocer posibles situaciones futuras. El PIB tiene varios apartados y se puede dividir por sectores. (Pérez, 2014).

Tabla 2
PIB Sectorial (constantes 2007)

Fecha	PIB Sectorial
2013	7.972,20
2014	8.266,60
2015	8.230,40
2016	8.016,30
2017	8.264,80

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

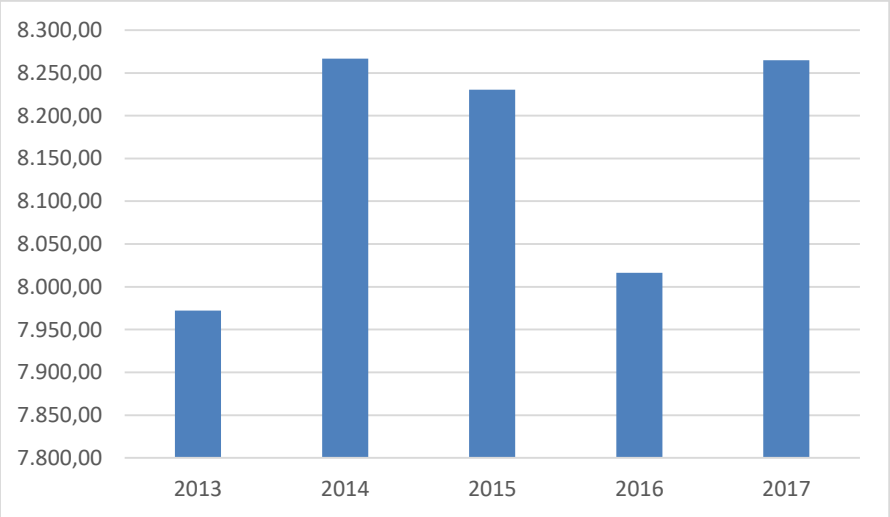


Figura 2 PIB Sectorial
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se puede evidenciar que el producto interno bruto por sectores tiene como tendencia creciente desde el año 2013 en adelante, de esta manera el sector manufacturero se ve beneficiado; lo que quiere decir que las empresas obtendrán un crecimiento favorable en el sector productivo y de esta forma aportaran para la

economía del país, con ello obtención de más impuestos, generación de actividad económica.

2.01.01.03 Inflación

"La inflación es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo". (Sevilla, 2015).

Tabla 3
Inflación

Fecha	Porcentaje
jun-15	2,99%
jun-16	1,20%
jun-17	0,18%
jun-18	-0,19%
jun-19	0,25%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

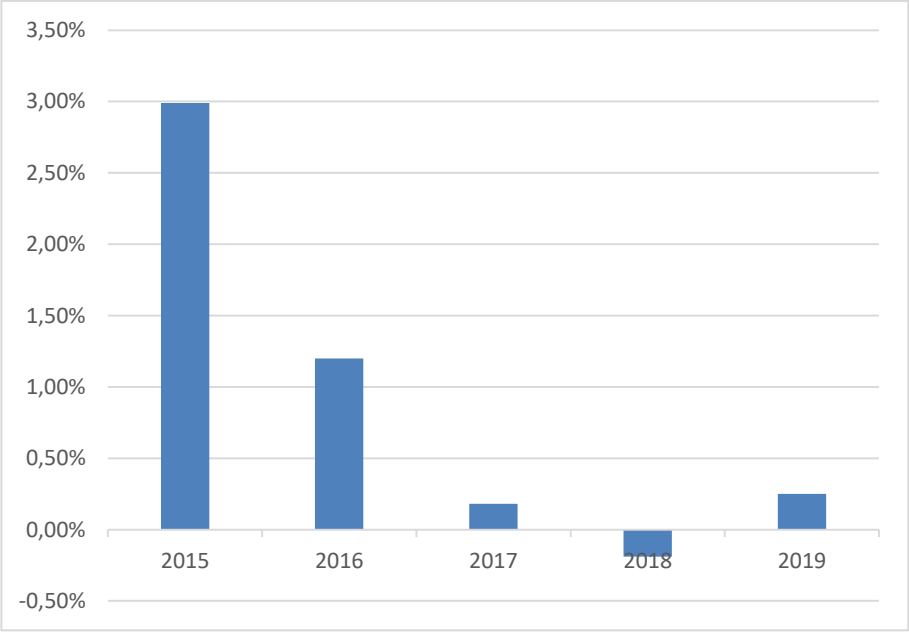


Figura 3 Inflación
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se evidencia que la inflación tiene una tendencia decreciente, y afectaría de forma negativa al proyecto, es decir, sus precios tienden a la baja desconsideradamente por ello no es favorable para los emprendedores y la economía en general. Por lo tanto se deben buscar estrategias para aumentar la demanda del producto que aquí se presenta.

2.01.01.04 Inflación por ciudades

Es la variación de los precios el cual se va evalúan anualmente o mensualmente de los bienes o servicios de las distintas ciudades.

Tabla
Inflación por ciudades

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca	Esmeraldas
2015	2,50%	3,29%	3,09%	3,49%
2016	1,14%	1,37%	0,51%	2,07%
2017	0,26%	0,60%	0,37%	-0,52%
2018	0,31%	-0,35%	0,00%	-0,60%
2019	0,45%	0,15%	0,28%	0,26%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

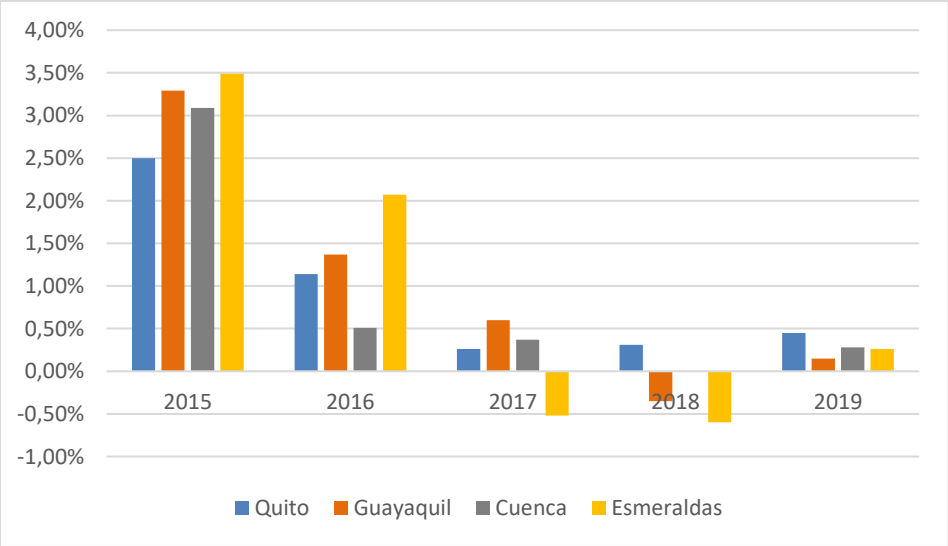


Figura 4 Inflación por ciudades
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para el análisis de la inflación se tomará en cuenta los datos de la ciudad de Quito debido que el proyecto está en esta ciudad. Se da a conocer que la tendencia de la inflación en la ciudad de Quito es decreciente, con ello para el presente proyecto esto afectaría de forma negativa debido a que al ingresar al mercado con precios muy bajos, es un impedimento para el proyecto ya que no genera una utilidad esperada para poder obtener unas ventas favorables para los años siguientes, positivo por lo que se puede encontrar proveedores que nos entreguen materia prima a bajos costos lo que generaría una oportunidad de rentabilidad para el proyecto.

2.01.01.04 Tasa de Riesgo País

"El riesgo país es el riesgo que tiene un país frente a las operaciones financieras internacionales. Afecta sobre la inversión extranjera directa y se suele medir a través de su prima de riesgo.". (Peiro, 2015).

Tabla 4
Riesgo País

Fecha	Puntos
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826
ene-19	690
feb-19	589
mar-19	592
abr-19	560
may-19	619
jun-19	580
jul-19	603

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

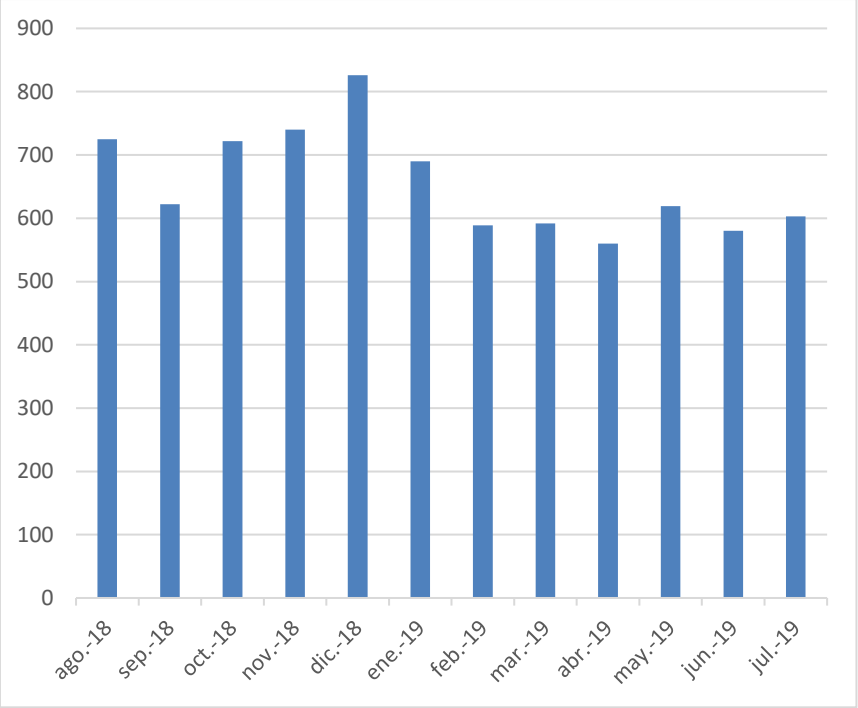


Figura 5 Riesgo País
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se puede evidenciar que la tasa de riesgo país tiene una tendencia decreciente, para el presente proyecto va a afectar de forma positiva, ya que ayuda al crecimiento del PIB y a la inversión extranjera; es decir, si un inversionista del extranjero o nacional desea invertir en un proyecto que es rentable no dudaría en invertir en el mismo, de esta manera al empresa puede expandirse. Tomando en cuenta que si el resultado es negativo afectaría al proyecto porque al restringir la competitividad extranjera no podrán invertir negociantes del extranjero, con ello se asegurará que el PIB nacional no crezca.

2.01.01.05 Tasa de Interés

> En el ámbito de la l y las finanzas, el concepto de interés hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho, utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad. (Pérez, 2016).

2.01.01.06 Tasa de Interés Pasiva

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos. (Nunes, 2015).

Tabla 5
Tasa Interés Pasiva

Tasa Pasiva	
Lazo Mayor a 1 Año	
Fecha	**Tasa**
2015	7.74%
2016	7.88%
2017	7.15%
2018	7.43%
2019	7.99%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

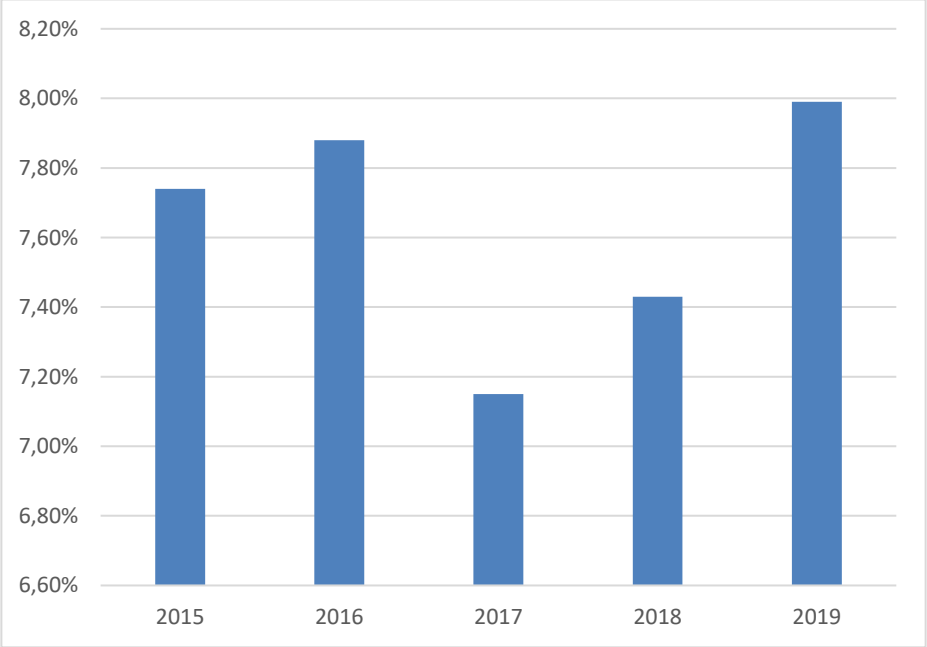


Figura 6 Tasa de Interés Pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se entiende que la tasa de interés pasiva tiene una tendencia creciente, lo que significa que es un resultado positivo para el proyecto; de esta manera ayudará a la microempresa a generar utilidades las cuales se podrá invertir en una Institución Financiera con ello hacer trabajar el dinero y ganar su respectiva tasa de interés; por lo tanto se puede evidenciar un aumentando en la rentabilidad para la organización; por otro lado al ser negativo afectaría al costo de oportunidad del país porque se reducirían los micro emprendimientos y optarían por invertir su dinero en las diferentes instituciones financieras cobrando sus respectivas tasas de interés.

2.01.01.07 Tasa de Interés Activa

> La tasa de interés activa se refiere a la tasa de interés que cobran los bancos por el dinero que prestan a sus clientes. Se conoce por activa porque se centra en los bancos de las cuentas de activos (desde la perspectiva de los bancos, los préstamos son un activo). Cuanto mayor es la diferencia entre este tipo y el tipo de interés pagado por su propio financiamiento (tasa de interés pasiva), mayor es la ganancia para el banco en su actividad de intermediación financiera. (Nunes, 2015).

Tabla 6
Tasa Interés Activa

Tasa Activa	
Segmento Micro	
Fecha	**Tasa**
2015	24.98%
2016	23.80%
2017	24.83%
2018	23.90%
2019	23.58%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

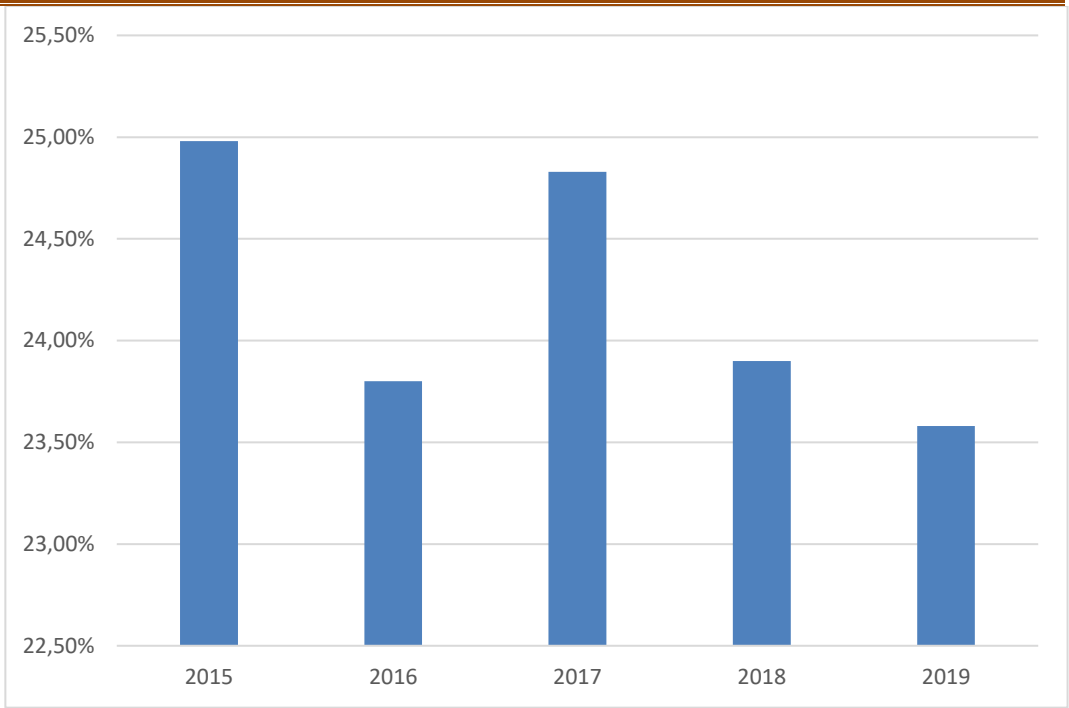


Figura 7 Tasa Interés Activa
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

La tasa de interés activa es decreciente, lo que quiere decir que para el presente proyecto es positivo: por lo tanto si se opta por hacer un financiamiento para la implementación de la microempresa ayudará a tener una relación de confianza y compromiso con la Institución Financiera. Las Entidades Financieras ayudan al microempendedor a cumplir con la expectativa de la realización del emprendimiento, dándoles la oportunidad del otorgamiento de un préstamo con la tasa de interés más baja, y por ello cumplir con todas las normas que como Entidades ponen a disposición del beneficiario.

2.01.02 Factor Social

"Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad". (Menéndez, 2015).

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

"La Población Económicamente Activa (PEA) está formada por aquellas personas que en determinado periodo de tiempo trabajaron o buscaron trabajo activamente. Es la fuerza de trabajo o fuerza laboral". (Caído, 2014).

Tabla 7
PEA

Fecha	Nº de personas
2015	7.430,701
2016	7.831,981
2017	8.147.564
2018	7.978.870
2019	8.231.949

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

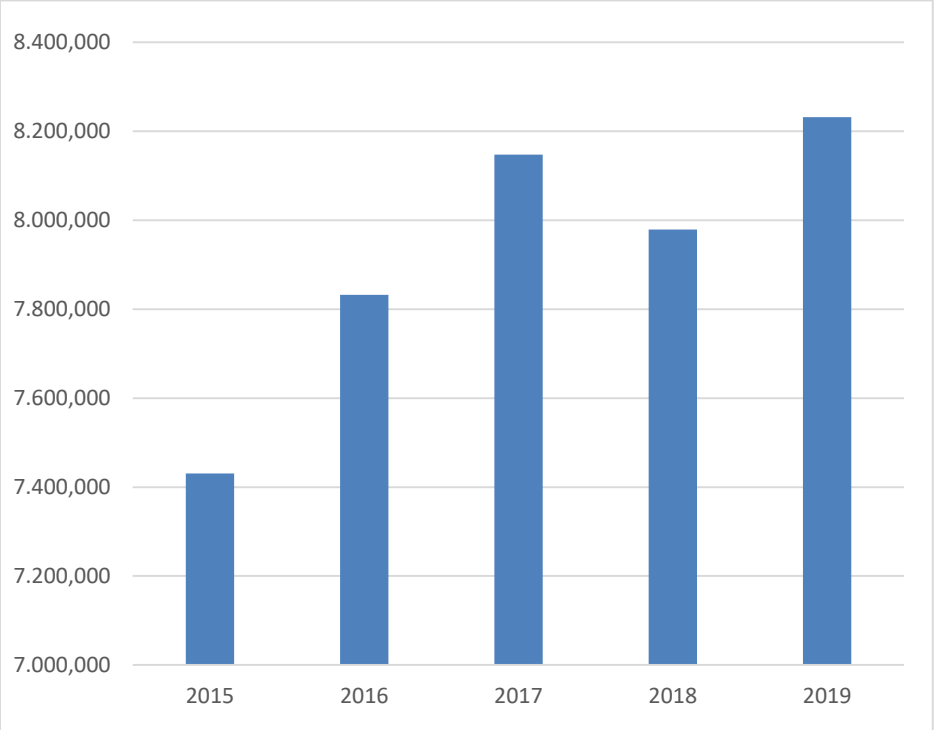


Figura 8 PEA
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

La Población Económicamente Activa tiene tendencia creciente, lo que quiere decir que, se encuentran varias personas en edad de trabajar, lo cual es un aporte positivo para el proyecto, por lo que se obtendrán distintas fuentes de empleo y con ello cambiaría el estilo de vida de las diferentes personas que ingresen a ocupar un puesto de trabajo dentro de las diferentes organizaciones; y de esta forma fomentar un aporte más al país compartiendo sus conocimientos y habilidades a la microempresa. Además se esperaría más incorporaciones al mercado laboral, lo cual es positivo para el proyecto, más personas tendrían ingresos y pudiesen incidir en la demanda del producto que se presente en este proyecto.

2.01.02.02 Empleo

> Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario. (Gil, 2016).

Tabla 8
Empleo

Fecha	Cantidad	Empleo
2015	7.098,584	62,90%
2016	7.415,099	64,20%
2017	7.781,560	65,60%
2018	7.648,773	63,60%
2019	7.865,786	63,90%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

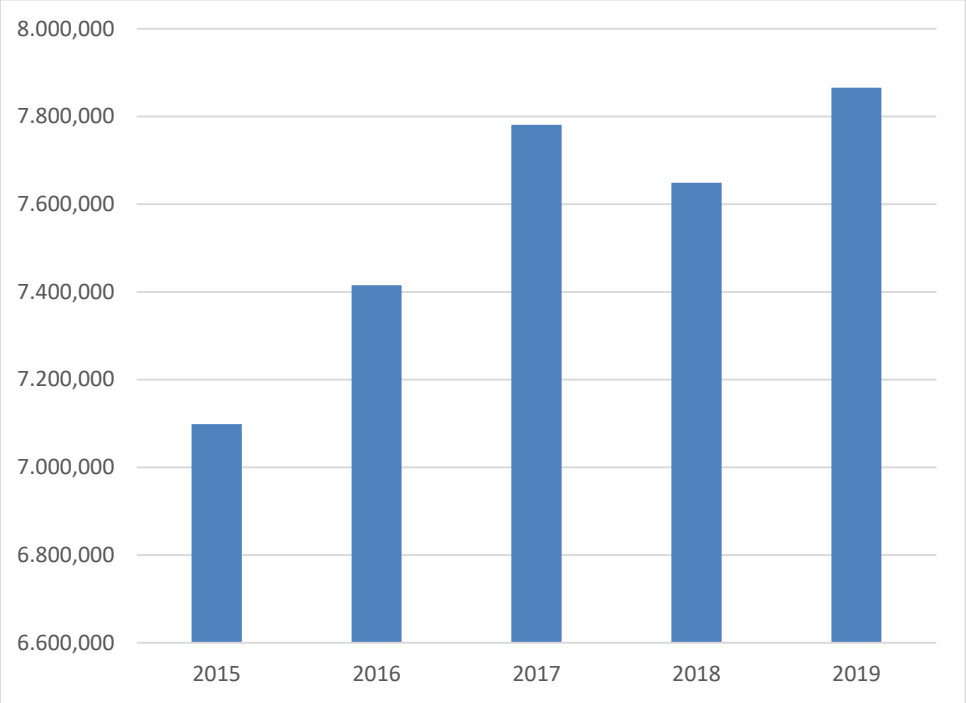


Figura 9 Empleo
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se muestra una tendencia creciente, lo cual es positivo para el proyecto, lo que significa que la mayoría de personas prestan sus servicios y conocimientos para la microempresa y con ello obtienen un salario; de esta manera estarían dispuestos a comprar productos nuevos ofertados en el mercado; por lo tanto se reducirá el desempleo. A nivel general, a mayor empleo, mayor demanda de productos.

2.01.02.03 Subempleo

"Se conoce como el subempleo, que denomina a aquella situación en la cual un trabajador es empleado en un puesto inferior al que estaría capacitado en ocupar". (Ucha, 2014).

Tabla 9
Subempleo

Fecha	Cantidad	Subempleo
2015	977,785	13,20%
2016	1.277,717	16,30%
2017	1.668,577	20,50%
2018	1.544,373	19,40%
2019	1.667,278	20,30%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

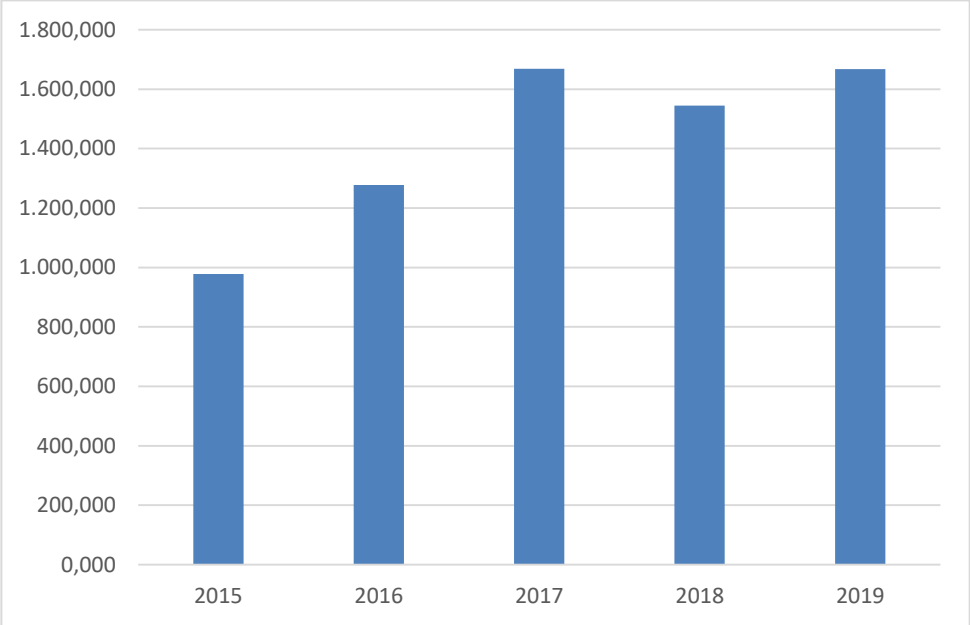


Figura 10 Subempleo
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

El subempleo hace referencia al puesto de trabajo que ocupa una persona pero no accesible a su cargo; se evidencia una tendencia creciente, por lo tanto es un impacto de manera negativa para el proyecto; porque la mayoría de personas percibe su remuneración menos del básico, lo que quiere decir que afecta a costos y gastos los cuales priorizan el consumo, lo cual tienen como prioridad productos de primera necesidad, lo que quiere decir que no invertirían en nuevos bienes que ingresen al

mercado por lo que no tienen suficientes recursos para poder adquirirlos y por ello es una amenaza, porque existen demasiadas personas que ingresan en el subempleo.

2.01.02.04 Desempleo

> El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona. (Pérez, 2009).

Tabla 10
Desempleo

Fecha	Cantidad	Desempleo
2015	332,117	4,50%
2016	416,883	5,30%
2017	366,004	4,50%
2018	330,097	4,10%
2019	366,163	4,40%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

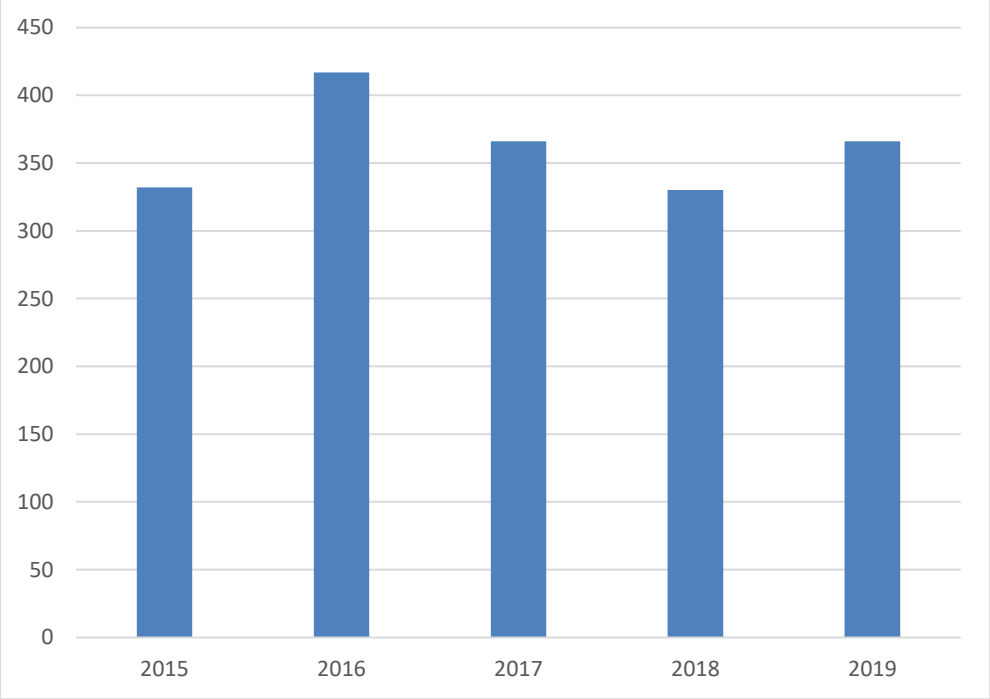


Figura 11 Desempleo
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se puede notar que el desempleo tiene una tendencia creciente, por ello para el presente proyecto es negativo; lo que significaría que la economía de las personas se verá afectada por la falta de empleo. De esta manera se puede determinar que la mayoría de consumidores no tendrán como prioridad adquirir nuevos productos, y por ende simultáneamente al crecimiento y a la economía del país, al sector productivo manufacturero por la menor adquisición de productos nuevos en el mercado.

2.01.03 Factor Legal

> Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa. (Merino, 2016).

Este proyecto se va identificar como una Persona Natural no obligada a llevar Contabilidad obteniendo los siguientes parámetros:

- Capital propio superior a USD 180.000
- Ingresos brutos anuales superiores USD 300.000
- Costos y gastos anuales superiores a USD 240.000”

Con esto, los permisos a obtener son los siguientes:

❖ **Registro Único Contribuyentes (RUC)**

- Original y copia del documento de identidad. En el caso de extranjeros no residentes, deben presentar original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Documento migratorio para trámites en la Región Insular – Galápagos.

- Indicar la actividad comercial que se va a realizar
- Certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de un documento que certifique la dirección del domicilio (en donde se pretenda realizar la actividad económica).

Al realizar la apertura del RUC se establece la razón social y el nombre comercial de la microempresa es:

Razón Social: Maritza Cecibel Rosillo Rosillo

Nombre Comercial: Naturens Doft

❖ **Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)**

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación vigente

❖ **Patente Municipal**

- Formulario de inscripción de patente.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.

- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas.

❖ **Registro Sanitario**

- Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva.
- Descripción general del proceso de elaboración del producto.
- Diseño de la etiqueta o rótulo del producto.
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase.
- Declaración del tiempo de vida útil del producto.
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase.
- Descripción del código del lote.

❖ **Permisos de los Bomberos**

- Formulario Declarativo de Ocupación firmado por el Propietario del Proyecto en el siguiente 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 la Resistencia al fuego de 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 y pruebas de Presurización de Escaleras.
- Certificado de Instalación de Pararrayos.

2.01.04 Factor Tecnológico

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

En el país existen muchas empresas que usan tecnología de punta dentro de sus procesos, ya que es una manera de ser prioridad en el mercado; pero en este caso la microempresa realizará sus productos de forma manual sin necesidad de hacer uso de una máquina industrial.

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes

> Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thompson, 2009)

A continuación se muestra las características de los clientes:

Tabla 11
Características de los clientes

Variable	Respuesta
Edad	20 en adelante
Géneros	Ambos
Clase Social	Medio/Medio-Bajo/Medio-Alto/Alto
Ubicación	Distrito Metropolitano de Quito
Frecuencia de consumo	Semanal, Diario, Mensual
Nivel de Ingresos	Diferentes
Satisfacción del cliente	Excelente, Bueno, Regular
Motivo de compra	Novedoso, Curiosidad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 12
Principales Clientes

Clientes	Dirección
Bazar y Librería Amina	Mariano Calvache E17-145
Abarrotes Mary	Los Rosales de Guamani Lote 59
Bodega Hernández	Camilo Cazares E13-27
Minimarket María José	El Inca
Lubricadora Joel	Comité del Pueblo
Almacén de Repuestos de Autos Rosita	El Condado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.02.02 Proveedores

"Se denomina proveedor a aquella persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación". (Sánchez, 2018).

A continuación se da a conocer los Proveedores:

Tabla 13
Proveedores

Nombre	Insumo	Factor de Compra
Resiking S.A	Alcohol Potable Agua Filtrada	Calidad/Precios
Shenania	Envases	Precio/ Descuentos
Provequin S.A	Olores, Conservador	Calidad/Precios
TecniAroms S.A	Floro síntesis	Precio
AromColor	Esencias	Descuento/Precio/Calidad

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.01.03 Competidores

"Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa". (Arias, 2010).

A continuación se presentan los Competidores

Tabla 14
Competidores

Nombre	Dirección
Quimiavil	Guayaquil
Perfumagic	Juan Pablo Barrezueta N76-59
Aromalab	Los Shyris y Gaspar de Villaroel.
Familia	El Condado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.03. Análisis FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinoza, 2013).

La microempresa no identificará los factores internos, ya que se va a integrar recientemente en el mercado según como vaya estableciendo su producto se podrá identificar los factores internos que va a adquirir.

2.03.01 Matriz de Factores Externos (O – A)

Tabla 15
Oportunidades y Amenazas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Alta posibilidad de expansión de la microempresa	Baja economía en el país
Aceptación del producto en el mercado	Desconocimiento de nuestro producto en el mercado
Clientes satisfecho por el producto	Alta competencia en el mercado
Adquirir un punto de venta en un sitio comercial	Pagos de impuestos muy elevados
Nuevas tecnologías	Nuevos productos sustitutos que utilicen diferente materia prima

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

La microempresa Naturens Doft desea tener una alta expansión a nivel nacional y así obtener una aceptación positiva en el mercado, por lo tanto, lograr que los clientes se sientan satisfechos haciendo uso del producto; y de esta manera poder internacionalizarse.

La microempresa se va a enfrentar a una gran competencia ya que existirá desconocimiento del producto en el mercado, sin embargo, no es una mala idea el colocar el producto en diferentes lugares de la ciudad para que de esta manera la acogida sea más rápida.

2.04 Propuesta Estratégica

2.04.01 Misión

> La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2006).

Ser una microempresa dedica a la elaboración y comercialización de Ambientadores Naturales a base de Hierbabuena, ofreciendo a los clientes productos de alta calidad y así satisfaciendo la necesidad de los consumidores y generando una posición económica en el mercado.

2.04.02 Visión

> La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Thompson, 2006).

Llegar a ser para el año 2024 una microempresa reconocida a nivel nacional en la elaboración y comercialización de ambientadores naturales, así obteniendo la satisfacción de los clientes y consumidores.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

"EL objetivo general, en este marco, refiere a aquello que se pretende alcanzar con el desarrollo de un. Se trata de lo más importante o de lo que guía las acciones". (Pérez, 2019).

Ser una microempresa muy exitosa, en la elaboración del producto a base de hierbabuena con ello poder ingresar al mercado productivo, y con el mismo poder generar fuentes de empleo y obtener una rentabilidad deseada.

2.04.03.02 Objetivo Especifico

Los objetivos específicos suelen ser los pasos previos al cumplimiento del objetivo general, aunque también pueden ser las metas particulares de las distintas áreas de una entidad que trabajan de manera coordinada para la consecución del objetivo general (global). (Pérez, 2019).

- Evaluar a través de un análisis situacional el contexto externo donde se desenvolverá la microempresa.
- Desarrollar un estudio de mercado que ayudará a la determinación de la aceptación del proyecto.
- Realizar un estudio técnico y financiero para conocer la viabilidad del producto.
- Determinar que los proveedores entreguen materia prima de calidad.

2.04.04 Principios y Valores

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos. (Sánchez, 2015).

❖ **Principios**

✓ **Trabajo en equipo:** Unión de un grupo de personas para la realización de diferentes actividades en equipo y así logrando un ambiente laboral agradable.

✓ **Cumplimiento:** Cumplir con los procesos de la elaboración del producto y la comercialización del mismo.

- ✓ **Orden:** Mantener los puesto de trabajo y documentación bien organizados para así cumplir con los requisitos de la empresa.

❖ **Valores**

- ✓ **Respeto:** Atender a los clientes de manera muy educada y así tener mucho respeto con ellos.
- ✓ **Puntualidad:** Todos los colaboradores deben cumplir con los horarios establecidos por la empresa de entrada y salida.
- ✓ **Responsabilidad:** Ser responsable con las diferentes funciones y actividades que realiza cada funcionario de la microempresa.
- ✓ **Excelencia:** Realizar el producto de una excelente calidad y poder satisfacer la necesidad del cliente.
- ✓ **Calidad:** Ofrecer al cliente un producto de muy buena calidad y correctamente elaborado.

2.04.05 Gestión Administrativa

"Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar" (Mía, 2011).

La gestión administrativa indica que se debe cumplir con los objetivos deseados por parte de la microempresa y con ello tener una buena planificación y así lograr buenos resultados anhelados para la organización.

2.04.05.01 Organigrama

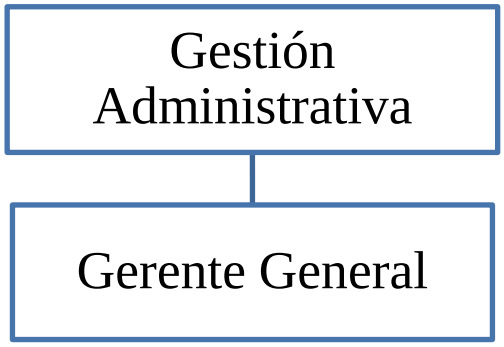


Figura 12 Organigrama Gestión Administrativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.5.02 Manual de funciones

Tabla 16
Funciones Gerente General

NATURENS DOFT
AMBIENTAL DE EXTRACTO DE HIERBABUENA

"Dejemos que la naturaleza brinde su aroma"

Cargo: Gerente General

Departamento: Administrativo

Requisitos

- Título Universitario
- Disponibilidad de tiempo
- Experiencia en el cargo de 2 años

Funciones

- Controla el departamento de producción y ventas
- Llevar la nómina de los colaboradores
- Recopilar información de todas las actividades realizadas
- Se encarga de dirigir la microempresa y supervisar
- Controla los diferentes departamentos de la microempresa

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.06 Gestión Operativa

> Se entiende por gestión operativa o "gestión hacia abajo" la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto, 2015).

La gestión operativa da a conocer que se debe cumplir con los diferentes procesos para poder obtener una mejora continua en la microempresa, y de esta manera poder cumplir con los objetivos deseados, y por ende obtener un crecimiento productivo.

2.04.06.01 Organigrama

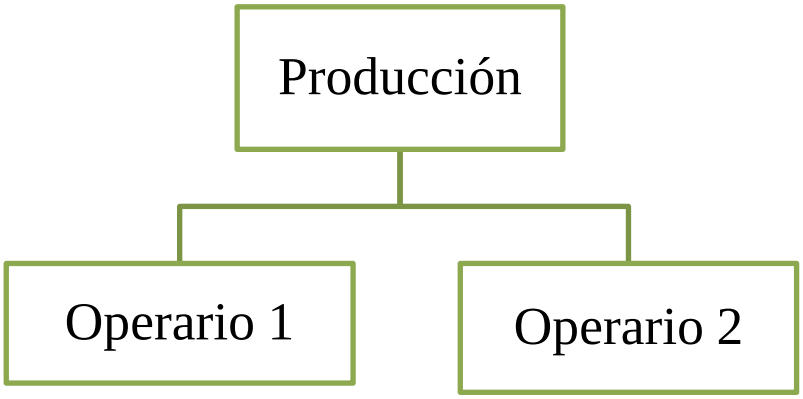


Figura 13 Organigrama Gestión Operativa
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.06.02 Manual de funciones

Tabla 17
Funciones del Operario

Cargo: Operario
Departamento: Producción
Jefe Inmediato: Maritza Rosillo
Requisitos
❖ Título de Bachiller ❖ Sexo Masculino ❖ Disponibilidad de tiempo ❖ Trabajar bajo presión ❖ Beneficios de ley ❖ Experiencia mínima de 1 año
Funciones
❖ Informar cualquier novedad acerca de la materia prima ❖ Realizar sus diferentes inventarios ❖ Controlar que la materia prima llegue en buen estado ❖ Dar apoyo a la elaboración del producto ❖ Realizar su respectiva limpieza del lugar ocupado

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.07 Gestión Comercial

> La gestión comercial de una empresa es la puerta al exterior de la organización. Es la que se encarga de conseguir que nuestros productos se vendan a nuestros clientes. El área comercial de cualquier compañía debe centrarse en dos aspectos clave: el mercado y la satisfacción del cliente**.** Por ello, debemos siempre pensar en crecer y mejorar nuestros resultados, pero sin dejar de lado a nuestros clientes. De ahí la importancia que posee la preocupación por la calidad y un servicio al cliente adecuado. (Caurin, 2018).

La gestión comercial es la función encargada de establecer técnicas y recursos que lleva a cabo cada empresa para dar a conocer su propuesta comercial. En este caso el producto que la microempresa va a establecer en el mercado; por lo tanto es necesario tomar en cuenta dos puntos fundamentales, la satisfacción del cliente y el aumento de su mercado.

2.04.07.01 Organigrama

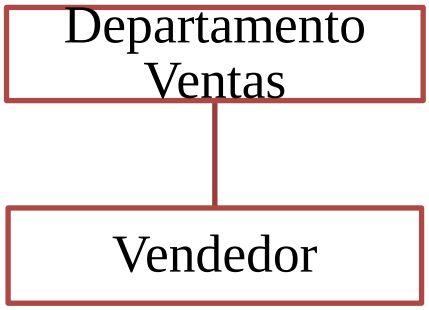


Figura 14 Organigrama Gestión Comercial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.07.02 Manual de funciones comerciales

Tabla 18
Funciones del Vendedor

NATURENS DOFT
AMBIENTAL DE EXTRACTO DE HIERBABUENA

"Dejemos que la naturaleza brinde su aroma"

Cargo: **Vendedor**

Departamento: **Ventas**

Jefe Inmediato: **Maritza Rosillo**

Requisitos

- Título de Bachiller o Tecnología en Marketing
- Experiencia mínima de 1 año
- Disponibilidad de suficiente tiempo
- Trabajar bajo presión
- Beneficios de Ley

Funciones

- Buscar nuevos clientes
- Ofrecer el producto
- Cobro de facturas pendientes
- Aplicar descuentos
- Tener un manejo medio en Excel
- Informar cualquier sugerencia al Cliente
- Informar al clientes de todas nuestra promociones

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

2.04.07.03 MARKETING MIX

> **Producto**: Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisiacas para vacacionar). (Thompson, 2009).

La microempresa Naturens Doft va a realizar ambientadores en Spray con fragancias de hierbabuena este producto es 100% natural de muy buena calidad lo cual logrará satisfacer las necesidades y deseos del comprador.

Características del producto

- ✓ Producto de muy buena calidad.
- ✓ Duración de la fragancia.
- ✓ Precios accesibles.
- ✓ Presentación en envases de diferentes tamaños.
- ✓ Producto 100% Natural.
- ✓ Se le colocará en el producto la fecha de caducidad y la de elaboración.
- ✓ Se le pondrá el logo y su slogan.
- ✓ Tendrá colores que atraiga al cliente.

Logo



Figura 15 Logo de la empresa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Significado de los colores

- ✓ **Verde:** Este color estimula la energía, la relajación y frescura en su ambiente de hogar y trabajo**.**
- ✓ **Amarillo:** este color despierta la alegría y estimula la actividad mental**.**
- ✓ **Naranja:** este color considerado como el color de la amistad y de la familia
- ✓ **Azul:** con este color se interpreta la confianza, seguridad en las actividades financieras.

Slogan



Figura 16 Slogan de la Empresa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

“**Precio:** El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria”. (Vásquez, 2008).

- ✓ **Precio sombra.-**Es el valor que se asigna a un bien, por no poseer un precio de mercado.
- ✓ **Precio con costeo.-** Es el precio que se le analiza a todos los costos de la materia prima, la mano de obra directa e indirecta, por lo tanto, ayudará a obtener los precios diferentes de la competencia necesarios y aceptados por el comprador**.**

El proyecto se enfocará en utilizar las dos metodologías la cual ayuda a calcular los diferentes costos con ello poder establecer distintos precios de la competencia, y a su vez poder ingresar al mercado, obteniendo una utilidad esperada.

> **Plaza:** Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013).
>
> **Canal de distribución:** el proceso que comprende un producto desde su punto de partida hasta su punto final. Es decir, desde que es enviado por su productor hasta que es recibido por el consumidor, no sin olvidarnos de los intermediarios por los que transcurre. Por este motivo, el canal de distribución de una empresa debe ser lo más rápido posible y al mismo tiempo eficaz. (Banda, 2016).

Se utilizarán los canales de distribución directo e indirecto para la entrega de los productos mediante estos canales y así poder hacer llegar lo más rápido posible el producto hacia el consumidor final (cliente).

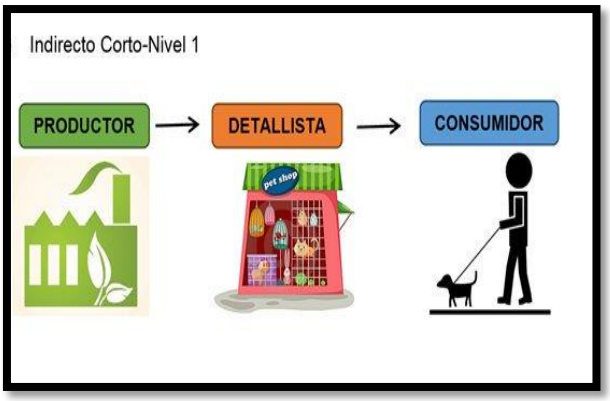


Figura 17 Canal Indirecto
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

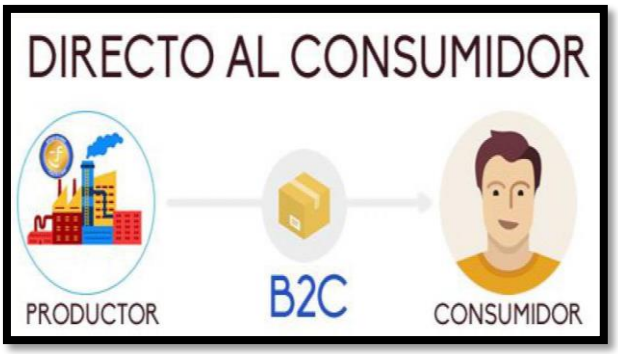


Figura 18 Canal Directo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Promoción: "las estrategias que la empresa tiene realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga". (Acuña, 2013).

- ✓ **Volantes:** Se utilizarán volantes para poder repartir por diferentes partes de la ciudad para hacer conocer la información de la existencia de la microempresa y hacer conocer el producto,
- ✓ **Redes Sociales:** Las estrategias de comercialización que se van a utilizar son Facebook, Instagram, WhatsApp por medio de redes sociales podrán conocer

acerca del producto que se va a realizar y la comercialización del mismo con ello saber de las diferentes promociones que va a adquirir.

- ✓ **Gigantografias:** Esta estrategia es muy necesaria, ya que se publicará toda la información acerca del producto ofertado y la nueva microempresa que va a ingresar a la competencia.

Todo lo relacionado a las estrategias de comercialización se presenta en el ANEXO 1.

CAPÌTULO III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis de Mercado

"Aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios" (Arrellano, 2015, pag.74).

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Población

"Población proviene del término latino populatĭo. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general". (Merino, 2014).

Para el presente proyecto la población objetivo se indica a continuación:

Tabla 19
Población

Sector	Habitantes
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Centro Histórico	48.196
Segmento	29.014

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Maritza Rosillo

Muestra

"Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos". (López, 2019).

La siguiente fórmula se utilizó para conocer la muestra de la población:

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

n= tamaño de la muestra

Z= 95% nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

e= margen de error

n= 29014

Z=1.96

P=0.50

Q=0.50

e= 0.05

$$n = \frac{29014 * 1{,}96^2 * 0{,}50 * 0{,}50}{(29013) * 0{,}05^2\ 1{,}96^2 * 0{,}50 * 0{,}50}$$

$$n = \frac{27853{,}44}{73{,}49}$$

$$n = 379$$

3.01.02 Técnicas de obtención de información

Aunque existen varias técnicas para la obtención de la información, las más utilizadas son:

- ✓ **Encuesta**

"La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica". (Thompson, 2015).

- ✓ **Entrevista**

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. El objetivo de las entrevistas es obtener determinada información, ya sea de tipo personal o no. (Raffino, 2019).

- ✓ **Observación**

La observación es la acción y efecto de observar (examinar con atención, mirar con recato, advertir). Se trata de una actividad realizada por los seres vivos para detectar y asimilar información. El término también hace referencia al registro de ciertos hechos mediante la utilización de instrumentos. (Gardey, 2015).

Naturens Doft utilizará la técnica de obtención de información que va a ser la encuesta indicando el número de personas que se les realizó la presente encuesta para obtener los porcentajes de las preguntas encuestadas y con ello realizar los datos estadísticos.

El modelo de la encuesta se presenta en el ANEXO 2.

3.01.03 Procesamiento de la información

Para la tabulación de los datos de la presente encuesta se utilizó el Programa de Microsoft Excel la cual se realizó el respectivo conteo de cada pregunta planteada y después se realizó las diferentes tablas por cada pregunta se tabuló y se realizó su respectivo gráfico para conocer cuál de las respuestas tenía más relevancia.

1. **¿Usted utiliza ambientadores?**

Tabla 20
Utilización

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	334	88%
NO	45	12%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

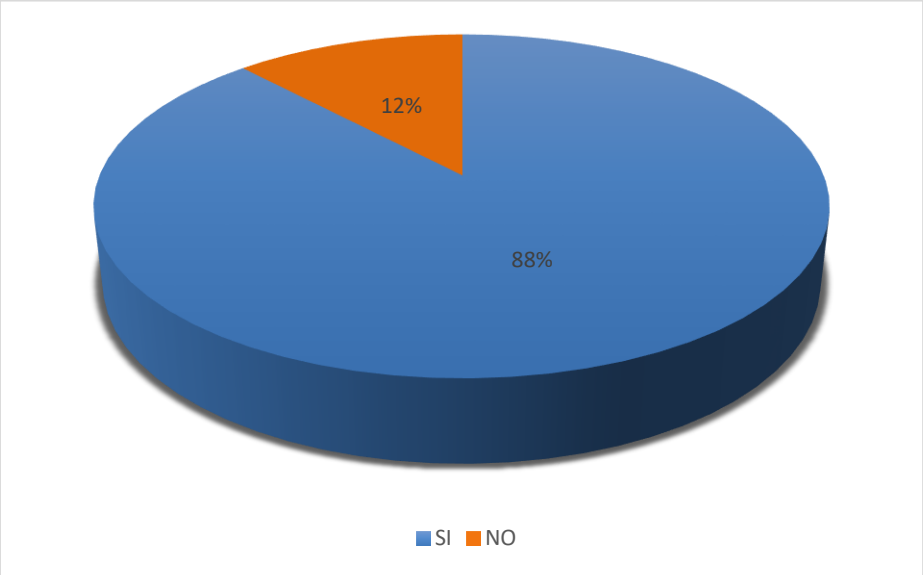


Figura 19 Utilización
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 1, se da a conocer que el 88% de las personas si utilizan ambientadores, sin embargo un 12% de los encuestados no usan este producto, por lo tanto se establece que la mayoría de los consumidores si utilicen este bien, el cual es una oportunidad positiva para ingresar al mercado, y obtener una acogida esperada.

2. ¿Con que frecuencia utiliza ambientadores?

Tabla 21
Frecuencia

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Diarias	89	27%
Semanal	134	40%
Quincenal	45	13%
Mensual	66	20%
Total	334	100%
N/A	45	-
Total	**379**	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

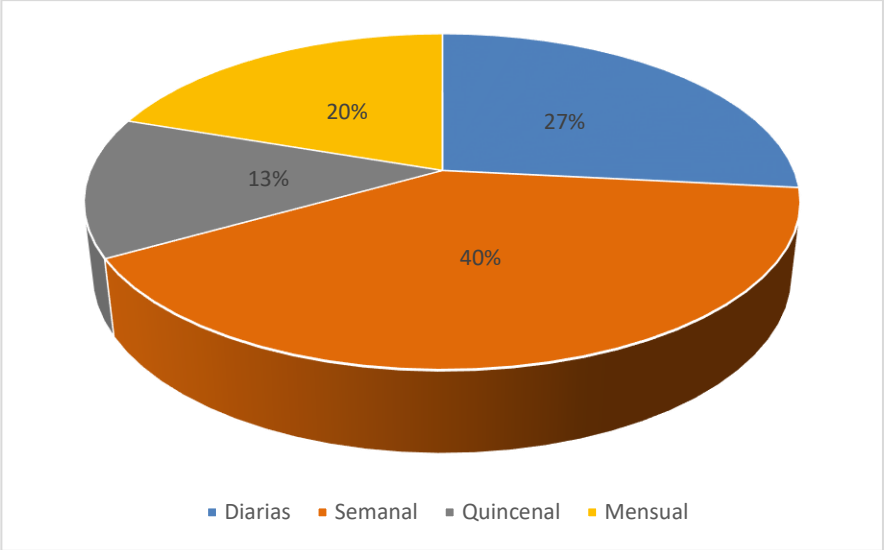


Figura 20 Utilizar
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 2 da a conocer que la mayoría de los encuestados utilizan ambientadores semanalmente con un 40%, seguido del 27% que son los de diariamente, a continuación con un 20% son los de mensualmente, y finalmente con un 13% son los que utilizan quincenalmente.

Afecta de manera positiva al proyecto por lo que los consumidores utilizarán este producto semanalmente, incrementando así las posibles ventas.

3. Cuánto dinero está dispuesto a invertir en la compra de un ambientador?

Tabla 22
Gasto Promedio

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
$1,00 a $3,00	178	53%
$3,00 a $5,00	111	33%
$5,00 a $8,00	45	14%
Total	334	100%
N/A	45	-
Total	**379**	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

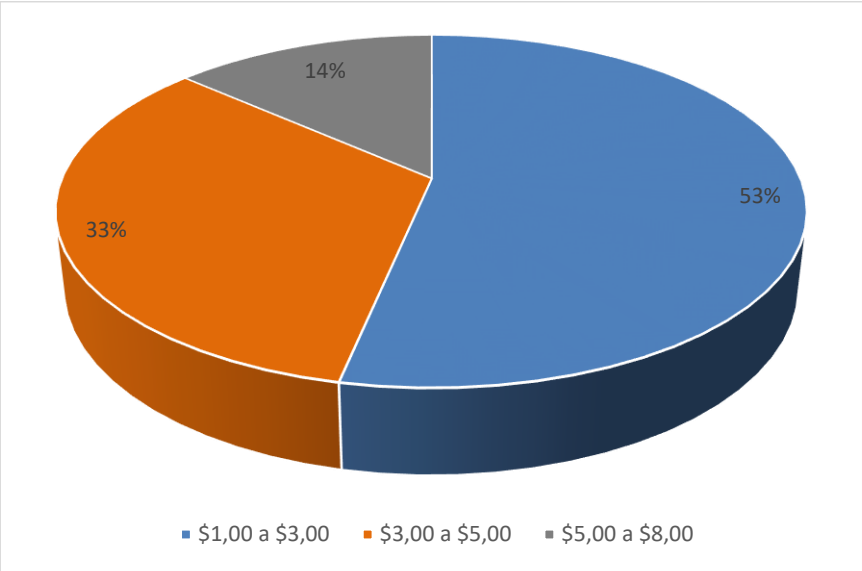


Figura 21 Gasto promedio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 3 da a conocer que la mayoría de los encuestados tienen un gasto promedio entre $1 a 3dólares en ambientadores con un 53%, a continuación es de $3 a 5 dólares con un 33%, y finalmente entre $5 a 8 dólares con un 14%.

Para lo que, el presente proyecto, se deben analizar muy bien los gastos, para poder así conseguir ganancias y la factibilidad del proyecto.

4. ¿Se siente satisfecho con los ambientadores que existen en el mercado?

Tabla 23
Satisfacción

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	200	60%
NO	133	40%
Total	333	100%
N/A	46	-
Total	379	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

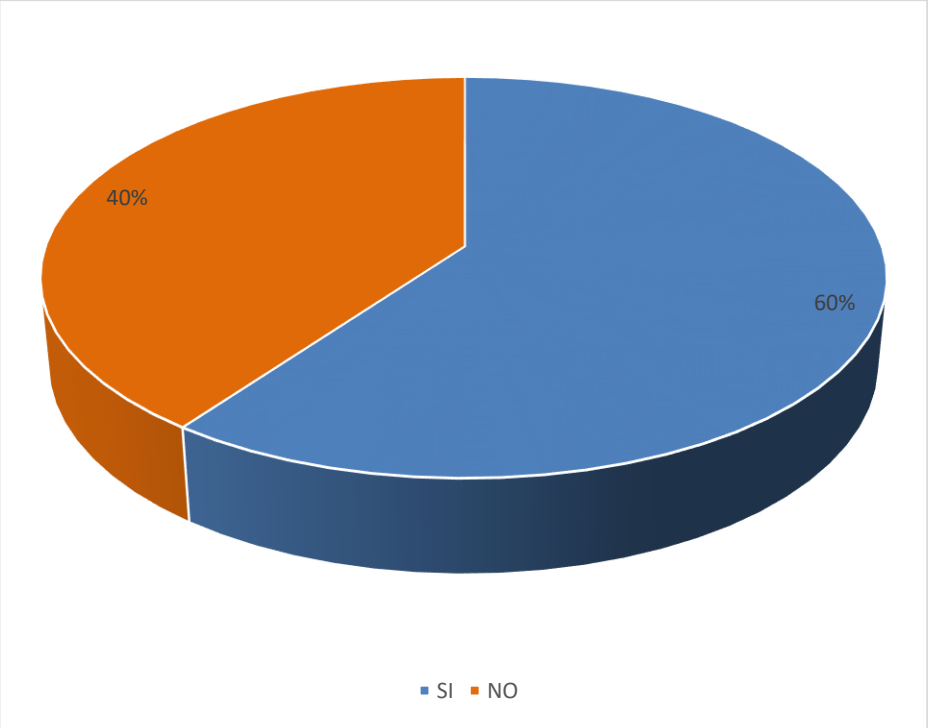


Figura 22 Satisfacción
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 4 da a conocer que la mayoría de los encuestados tienen una satisfacción del producto que existe el mercado que es del 60% esto indica que se tiene un 40% para poder entrar al mercado con el producto.

5. **¿Le gustaría adquirir un ambientador para su hogar con un nuevo aroma que no se encuentre en el mercado?**

Tabla 24
Adquirir

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
SI	379	100%
NO	-	-
Total	379	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

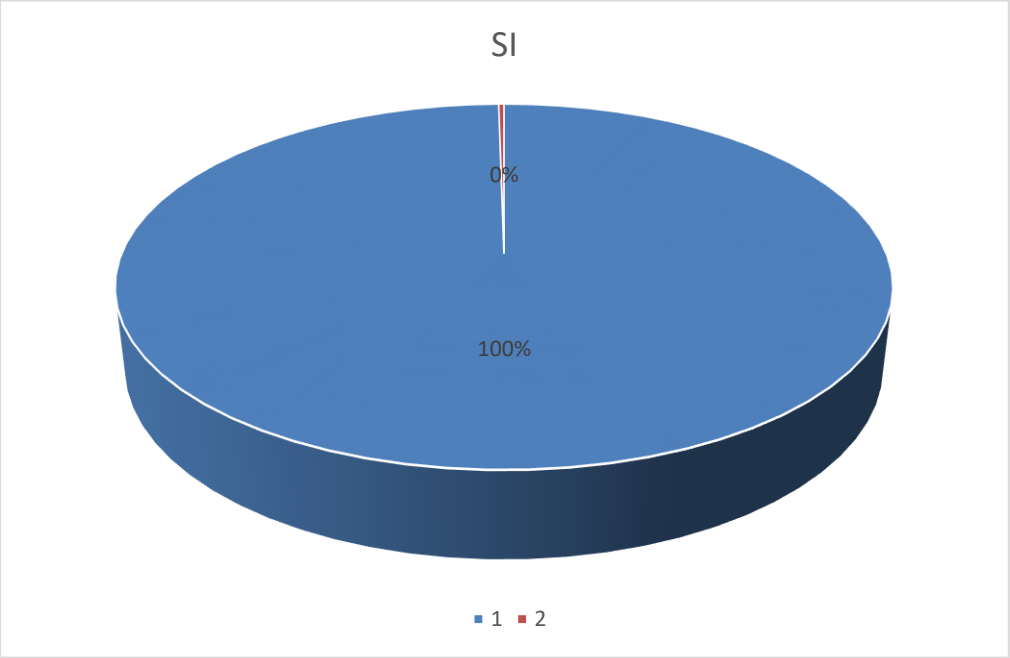


Figura 23 Adquirir
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 5 da a conocer que la mayoría de los encuestados tienen la frecuencia de adquirir el producto de un 100% esto indica que el producto va a tener una acogida positiva por el mercado con la nueva estrategia que se va a implementar.

6. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tabla 25
Gusto

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Tiendas	156	41%
Minimarkets	89	23%
Supermercados	134	35%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

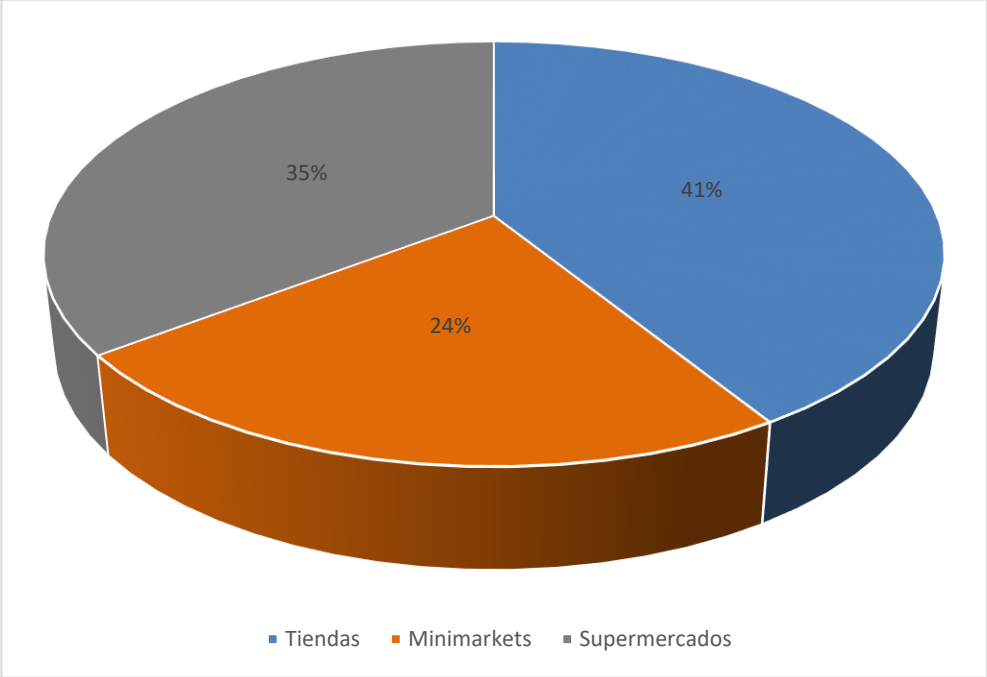


Figura 24 Gusto
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 6 da a conocer que la mayoría de los encuestados les gustaría adquirir el producto en tiendas con un 41%, seguido de los supermercados con un 35% y finalmente con los Minimarket es con un 23% lo cual para la comodidad de las personas desearían que el producto se oferte en la mayoría de tiendas que estén ubicados en sus diferentes barrios.

7. En qué tamaño le gustaría adquirir el producto?

Tabla 26
Tamaño

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Pequeño	112	30%
Mediano	89	23%
Grande	178	47%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

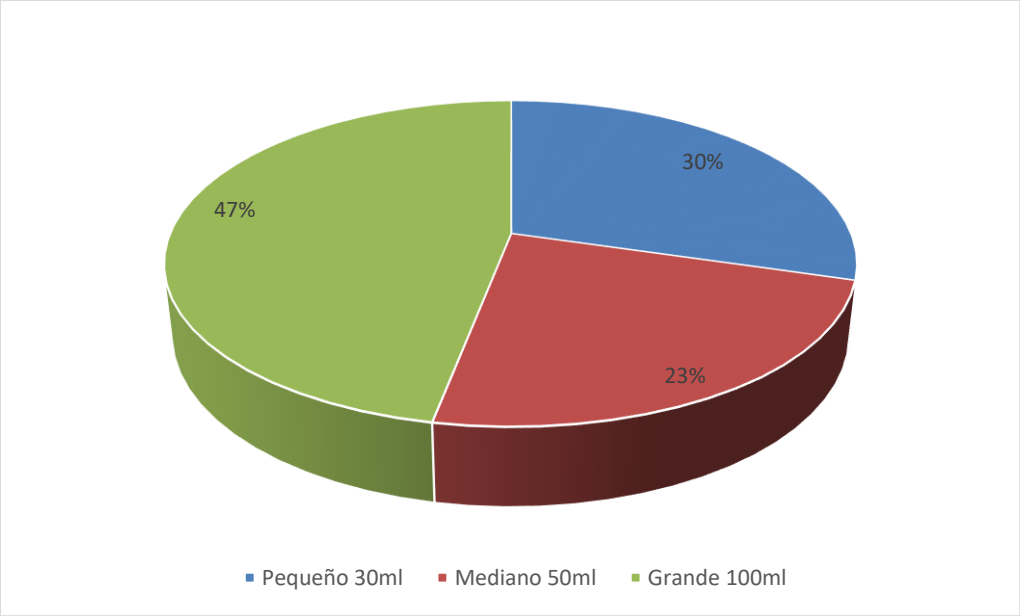


Figura 25 Tamaño
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 7 da a conocer que la mayoría de los encuestados les gustaría adquirir el producto en tamaño pequeño de 30ml con un 30%, seguido del mediano con un 23%, y finalmente con el grande con un 47% dando a conocer que la mayoría de consumidores van a adquirir el producto en el envase de 100ml con el cual podrán satisfacer su necesidad. Respecto al proyecto, esta respuesta da la proporción de producción parea cada tamaño.

8. ¿A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto?

Tabla 27
Publicidad

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Redes Sociales	290	77%
Volantes	89	23%
Flayers	-	-
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

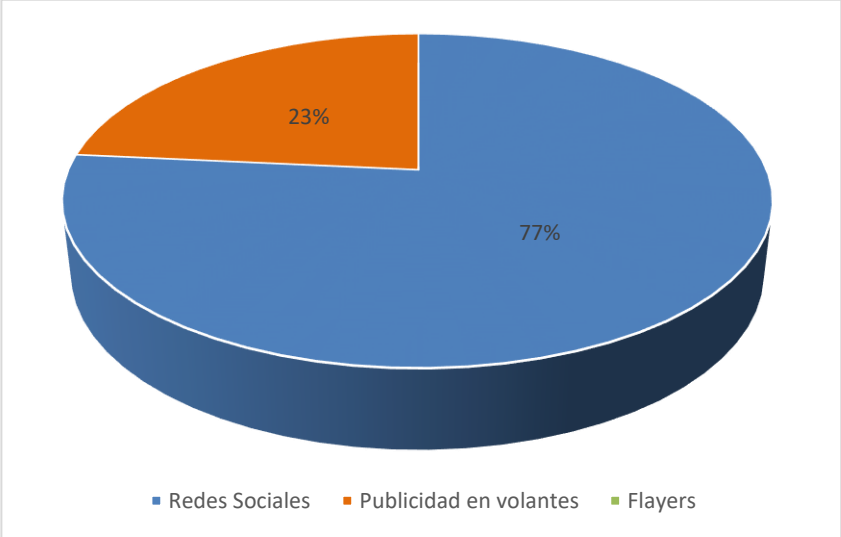


Figura 26 Publicidad
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 8 da a conocer que la mayoría de los encuestados desea que la publicidad se la realice por medio de las Redes Sociales con un 77% seguido de la publicidad en volantes con un 23%, ya que con la publicidad en las redes sociales es un muy importante, con esta estrategia es como podrán conocer acerca del producto que se está ofertando. Estas respuestas inciden directamente en el marketing para este proyecto, el cual se debe enfocar en medios electrónicos, específicamente en redes sociales.

9. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le importan para su producto?

Tabla 28
Aspectos

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Buena Presentación	134	35%
Precios Bajos	45	12%
Calidad	200	53%
Total	379	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

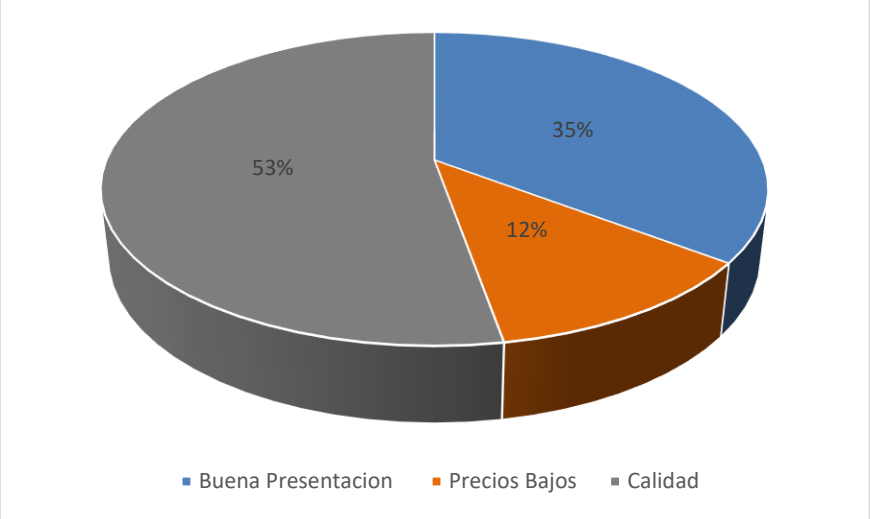


Figura 27 Aspectos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al analizar la tabulación de la pregunta 9 da a conocer que la mayoría de los encuestados que la frecuencia del producto va a ser reconocido por su buena calidad con un 53%, seguido de la buena presentación con un 35%, y finalmente por el precio con un 12%, el cual indica la calidad del producto que arrojó con mayoría de porcentaje, esto indica que el bien deberá tener un calidad excelente para la acogida por parte del mercado y por otra parte por la de los consumidores. Afecta de manera positiva al proyecto, porque el producto es fabricado de muy buena calidad y tiene una presentación atractiva para el cliente.

3.02 Demanda

"La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda de es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir". (Ucha, 2015).

3.01 Demanda Histórica

> Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. *(*Thompson, 2015).

Tabla 29
Demanda Histórica

Periodo	Demanda Actual	Tasa de crecimiento	Demanda
2018	3541889	1,85%	3476365
2017	3476365	1,85%	3412052
2016	3348929	1,85%	3348929
2015	3286974	1,85%	3286974
2014	3226165	1,85%	3226165

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.02 Demanda Actual

> La demanda, en economía, refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios trasporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes. (Raffino, 2019).

Tabla 30
Demanda Actual

Ítem	Valor
Población Segmentada	29.014
% Aceptación del Producto	100%
Total	29014

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 31
Demanda

Alternativa	Frecuencia	Personas	Cantidad anual
Diarias	26,57%	7709,0198	2775247,128
Semanal	40%	11605,6	603491,2
Quincenal	13,43%	3896,5802	93517,9248
Mensual	20%	5802,8	69633,6
TOTAL			**3541889,853**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.03 Demanda proyectada

"La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio". (Chambi, 2012).

Se realizó obteniendo la población segmentada anual, y obteniendo la tasa de crecimiento:

Tabla 32
Demanda Proyectada

Periodo	Demanda Actual	% Tasa de Crecimiento	Demanda
2020	3541889	1,85%	3607415
2021	3607415	1,85%	3674152
2022	3674152	1,85%	3742124
2023	3742124	1,85%	3811353
2024	3811353	1,85%	3881863

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.02. Oferta

"En economía definimos oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos"**.** (Pedrosa, 2015).

3.02.01 Oferta Histórica

Es la cantidad de bienes o servicios que los diferentes ofertantes están dispuestos a poner a disposición de nuestro mercado.

Tabla 33
Oferta Histórica

Periodo	Demanda Histórica	% Consumo	Oferta
2018	3476365	60,06%	2087905
2017	3412052	60,06%	2049279
2016	3348929	60,06%	2011367
2015	3286974	60,06%	1974157
2014	3226165	60,06%	1937635

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.02.02 Oferta Actual

"La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos." (Thompson, 2015)

Tabla 34
Oferta Actual

Ítem	Valor
Demanda Actual	3541889,85
% Satisfacción	60,06%
Oferta Actual	2127259

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.02.02 Oferta proyectada

"La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio". (Chambi, 2012).

Se realizó obteniendo la demanda proyectada del año correspondiente y el porcentaje de la satisfacción:

Tabla 35
Oferta Proyectada

Periodo	Demanda Proyectada	% Consumo	Oferta
2020	3607415	60,06%	2166613
2021	3674152	60,06%	2206696
2022	3742124	60,06%	2247520
2023	3811353	60,06%	2289099
2024	3881863	60,06%	2331447

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.03 Productos Sustitutos

> Un bien sustitutivo (o sustituto) es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro. De esta forma, a ojos del consumidor, el bien sustituto puede reemplazar la función de otro, sean o no similares en cuanto a sus características o precio. Los servicios sustitutivos se comportan de igual manera, por lo que para simplificar vamos a obviar la diferencia entre bienes y servicios. (Roldán, 2016).

- ✓ Perfumes
- ✓ Fijador de Cabello
- ✓ Protector Solar
- ✓ Desodorantes
- ✓ Jabones Líquidos
- ✓ Gel Antibacterial

Tabla 36
Productos Sustitutos

Ítem	Valor
Oferta de perfumes al año 2018	7200000
Tasa del PIB	0,94%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.05 Balance Oferta y Demanda

"El conocimiento de la demanda y oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto"**.** (Dolande, 2014).

3.05.01 Balance Actual

> Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad. (León, 2016).

Tabla 37
Balance Actual

Periodo	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2019	3541889,85	2127259	1414631

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

3.05.02 Balance Proyectado

"El Balance Proyectado, es el último tramo del sistema presupuestario y representa la situación patrimonial al final del período presupuestado de los recursos asignados al plan". (Dolande, 2014).

Tabla 38
Balance Proyectado

Periodo	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2020	3607415	2166613	1440801
2021	3674152	2206696	1467456
2022	3742124	2247520	1494604
2023	3811353	2289099	1522254
2024	3881863	2331447	1550416

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Naturens Doft en el balance proyectado muestra que la demanda de los años proyectados es mayor a sus ofertas de los períodos asignados; por lo tanto se obtuvo una demanda insatisfecha de los años consecutivos con ellos representa la situación de la microempresa, al final de cada periodo proyectado.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del proyecto

Incide sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. La decisión que se tome al respecto determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (Zúñiga, 2015).

4.01.01 Capacidad Instalada

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

Tabla 39
Capacidad Instalada

Capacidad	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Diaria	36	15	16	67
Semanal	180	75	80	335
Mensual	720	300	320	1340
Anual	8640	3600	3840	16080

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.01.02 Capacidad Óptima

"Alcanzar la dimensión más conveniente para la empresa en el sentido de ser la más eficaz del sector correspondiente, produciendo, por tanto, con costes más reducidos y obteniendo beneficios superiores a las demás empresas." (Acero, 2013).

Tabla 40
Capacidad óptima

Capacidad	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Diaria	29	12	13	54
Semanal	145	60	65	270
Mensual	580	240	260	1080
Anual	3686	1696	2166	7548

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.02 Localización

4.02.01 Macro localización

> La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Garduño, 2014).

La microempresa se establecerá en el sector del Centro Histórico ubicado en la parroquia con el mismo nombre, en la ciudad de Quito la cual es una zona muy comercial por la gran afluencia de personas, es por esta razón que se la ubicó en este sitio y por qué obtendrá una aceptación positiva del producto.

Tabla 41
Segmentación

Sector
Ecuador
Sierra
Pichincha
Quito
Centro Histórico

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

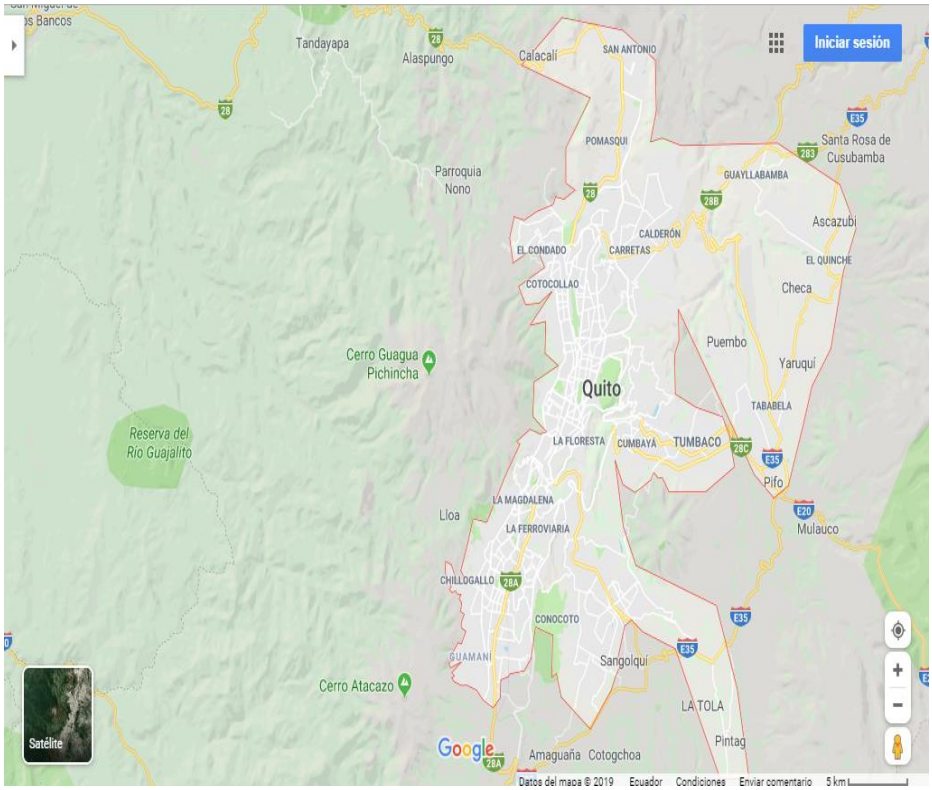


Figura 28 Macro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.02.02 Micro localización

> Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Garduño, 2014).

La microempresa Naturens Doft va estar situada en la Parroquia de Centro histórico en el barrio con el mismo nombre el cual tendrá la oportunidad que el producto tenga una acogida favorable por el sitio turístico y por lo que obtiene mayor afluencia de habitantes.

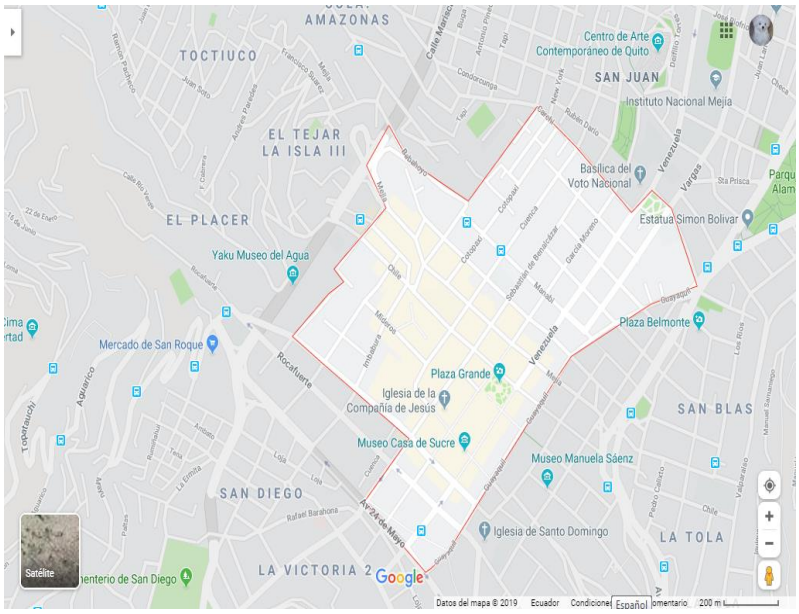


Figura 29: Micro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.02.03 Localización Óptima

> La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario (criterio social). El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta. (Pabón, 2014).

Para el presente proyecto se han determinado tres posibles ubicaciones para el proyecto:

Alternativa 1: Mideros y Cuenca

Alternativa 2: Sebastián de Benalcázar y Simón Bolívar

Alternativa 3: García Moreno y Mejía

Para elegir el lugar óptimo se utilizará el cuadro de ponderación de factores:

Tabla 42
Tabla de Ponderación

Factor	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación
Afluencia	15%	3	0,45	5	0,75	2	0,3
Competencia	5%	3	0,15	5	0,25	2	0,1
Costos	20%	4	0,8	4	0,80	4	0,8
Servicios Básicos	20%	3	0,6	5	1,00	5	1
Infraestructura	10%	2	0,2	3	0,30	4	0,4
Garantía	10%	2	0,2	4	0,40	3	0,3
Cercanía	10%	2	0,2	5	0,50	2	0,2
Seguridad	10%	5	0,5	5	0,50	4	0,4
TOTAL	**100%**		**3,1**		**4,5**		**3,5**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

La alternativa que por su calificación, fue la más aceptada por sus diferentes consumidores es:

La alternativa 2: calle Sebastián de Benalcázar y Simón Bolívar.

La ubicación óptima obtendrá un área de 100 metros cuadrados.

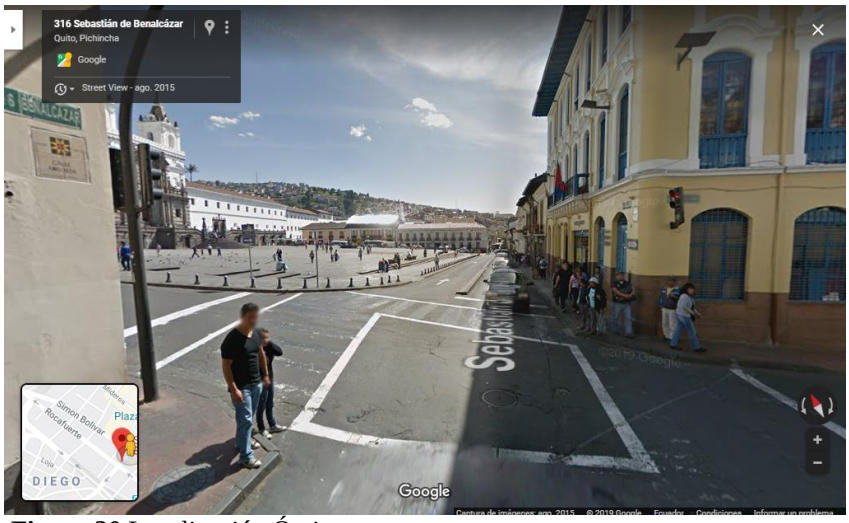


Figura 30 Localización Óptima
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.03 Ingeniería del Producto

4.03.01 Bien

> En términos económicos, un bien es un elemento tangible o material destinado a satisfacer necesidades de clientes o grupos de consumidores que lo demandan. En ese sentido, pueden adquirirse en el mercado mediante transacciones u operaciones económicas con un precio asignado. (Sánchez, 2015).

La empresa Naturens Doft va a realizar ambientadores en Spray con fragancias de hierbabuena este producto es 100% Natural de muy buena calidad lo cual logrará satisfacer las necesidades y deseos del comprador.

- **Características del producto**

- ✓ Producto de muy buena calidad
- ✓ Duración de la fragancias
- ✓ Precios accesibles
- ✓ Presentación en envases de diferentes tamaños
- ✓ Producto 100% Natural
- ✓ Se le colocará en el producto la fecha de caducidad y la de elaboración
- ✓ Se le pondrá el logo y su slogan
- ✓ Tendrá colores que atraiga al cliente

4.03.02 Distribución de la planta

> La distribución de planta es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. La finalidad fundamental de la distribución en planta consiste en organizar estos elementos de manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo, materiales, personas e información a través del sistema productivo. (Rodríguez, 2014).

Para la distribución de la planta se utilizará la matriz SPL con el objetivo de ubicar correctamente sus diferentes departamentos y obtener una distribución aceptable de acuerdo a los criterios técnicos

Para crear la Matriz SPL se utilizarán los siguientes criterios:

Tabla 43
Matriz SPS

Código	Intercesión
A	Muy necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinario
U	Innecesario
X	Prudente

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 44
Matriz SPL

Código	Intercesión
1	Proceso
2	Higiene
3	Información
4	Ruido
5	seguridad

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

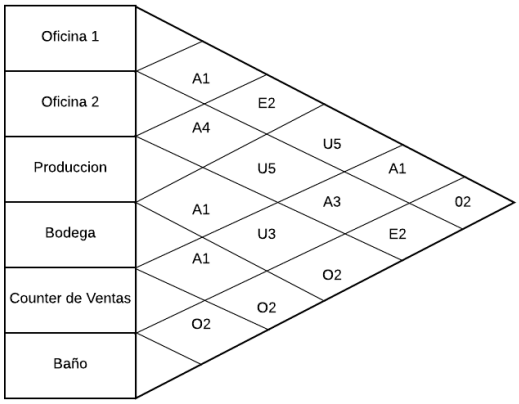


Figura 31 Matriz SPL
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Una vez realizada la matriz SPL se da a conocer el plano general de la microempresa

La Distribución de la planta está conformada de la siguiente manera:

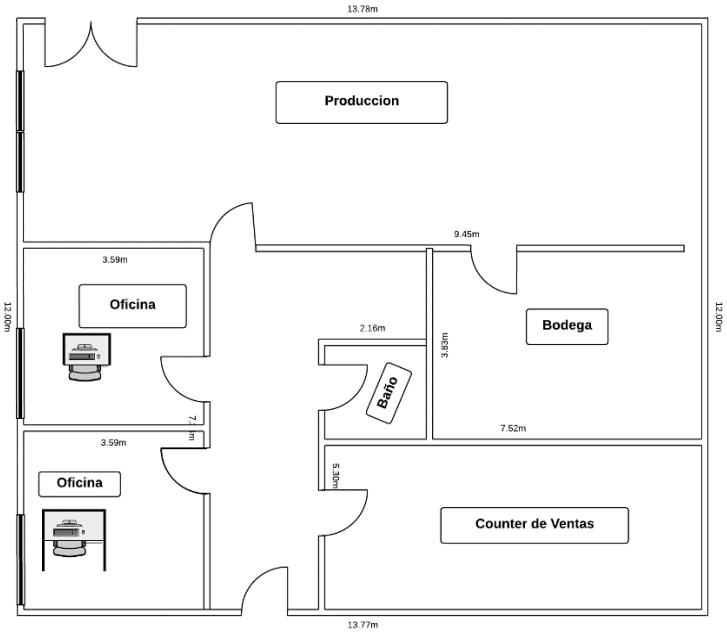


Figura 32 Diseño de la planta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Las medidas de cada área se detallan a continuación:

Tabla 45
Área de la Planta

Área	Medida
Oficina 1	10 m^2
Oficina 2	10 m^2
Counter de Ventas	20 m^2
Baños	10 m^2
Producción	30 m^2
Bodega	20 m^2
Total	100 m^2

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

4.03.03 Proceso Productivo

"El proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio". (Ucha, 2014).

El proceso productivo se llevará de la siguiente manera:

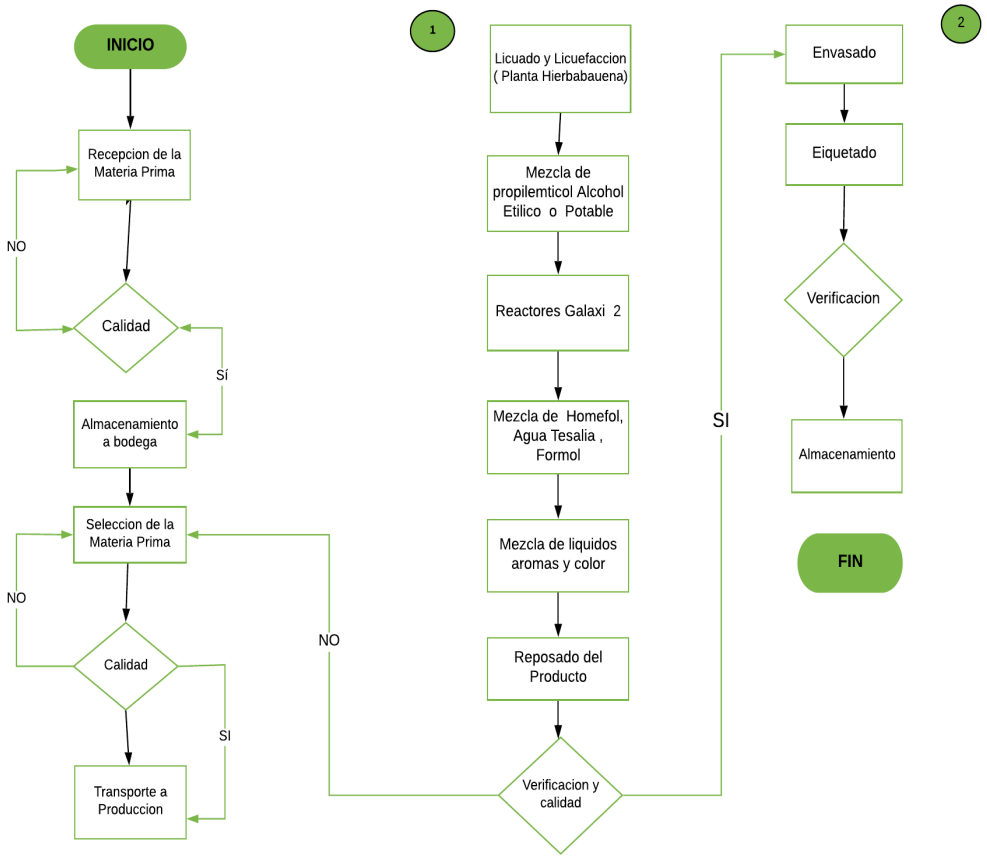


Figura 33 Proceso Productivo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para asegurar la calidad del producto final se han diseñado fichas y lineamientos de control que se presentan en el ANEXO 3.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

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

El estudio financiero da a conocer si la empresa va a obtener una ganancia o pérdida en sus años futuros y la rentabilidad que generará en sus próximos periodos y también nos da a saber los ingresos y gastos e inversiones que se realizá.

5.1 Ingresos

5.1.01 Ingresos Operacional

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales. (Mora, 2014).

Tabla 46
Ingresos Operacionales

Producto	Pequeño	Mediano	Grande
Cantidad	3686,4	1695,744	2165,76
Precio	8,00	14,00	18,00
Ingresos Operacionales	29476,15	23746,05	38978,76
Ingreso Total 1er Año		92200,96	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.1.02 Ingresos No Operacionales

"Son gastos que aparecen en una empresa por motivos que no implican la operación normal del negocio". (Valderrama, 2015).

5.2 Costos

> El costo, también llamado coste, es el gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio. Este concepto incluye la compra de insumos, el pago de la mano de trabajo, los gastos en la producción y administrativos entre otras actividades. (Raffino, 2019).

5.2.01 Costo Directo

"Los costes directos son un tipo de costes que intervienen de manera directa en la realización y producción de los bienes o servicios de una empresa". (Nuño, 2017).

5.2.01.01 Materia Prima

"Una materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo"**.** (Caballero, 2016).

Tabla 47
Materia Prima Pequeña

Material	Unidad Medida	Costo Unitario
Aroma(Planta)	LBS	3
Fijador Galaxy 5	ML	0,01
Propilemtycol	ML	0,11
Alcohol Etílico	ML	0,20
Homefemol	ML	0,09
Agua Tesalia	ML	0,25
Formol	ML	0,07
TOTAL		**3,72**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 48
Materia Prima Mediano

Material	Unidad Medida	Costo Unitario
Aroma(Planta)	LBS	6
Fijador Galaxy 5	ML	0,01
Propilemtycol	ML	0,12
Alcohol Etílico	ML	0,20
Homefemol	ML	0,09
Agua Tesalia	ML	0,26
Formol	ML	0,07
TOTAL		**6,74**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 49
Materia Prima Grande

Material	Unidad Medida	Costo Unitario
Aroma(Planta)	LBS	9
Fijador Galaxy 5	ML	0,02
Propilemtycol	ML	0,23
Alcohol Etílico	ML	0,41
Homefemol	ML	0,18
Agua Tesalia	ML	0,51
Formol	ML	0,14
TOTAL		**10,49**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.2.01.02 Mano de Obra

"La mano de obra es el esfuerzo físico o mental que realizan los colaboradores para elaborar un producto o prestar un servicio". (Duque, 2018).

Tabla 50
Mano de Obra

Producto	Valor x hora	Tiempo Fabricación	Proporción	Costo x Empaque.
Pequeño	2,20	15	0,25	0,55
Mediano	2,20	25	0,42	0,92
Grande	2,20	40	0,67	1,47

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.02.02 Costos Indirectos

"Se entiende por costes indirectos aquellos que no son directamente imputables a la producción de un determinado producto o servicio"**.** (González, 2018).

Tabla 51
Costos Indirectos

Material	Unid. Medid	Costo UM.	Cantidad Anual
Suministro de limpieza	KIT	50,00	600
Suministro de Producción.	KIT	40,00	480
Suministro Mantenimiento.	KIT	60,00	720
Envases	KIT	5,00	60
Etiquetas	Rollo	22,00	22,00
Total Anual			1800
Producción Anual			7548
CIF Unitario			0,24

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Con lo presentado anteriormente, se procede a generar una tabla de resumen de costos:

Tabla 52
Resumen de Costos

Elemento	Pequeño	Mediano	Grande
Materia Prima	3,72	6,74	10,49
Mano de Obra	1,10	1,83	2,93
CIF	1,33	1,83	2,83
Costo Total Unitario	**6,15**	**10,40**	**13,42**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Con estos costos se procede a fijar el precio de venta:

Tabla 53
Fijación del Precio

Elemento	Pequeño	Mediano	Grande
Materia Prima	3,72	6,74	10,49
Mano de Obra	1,10	1,83	2,93
CIF	1,33	1,83	2,83
Costo Unitario Total	**6,15**	**10,40**	**13,42**
Margen Utilidad	30%	35%	34%
Factor Fijación	130%	1,35	134%
Precio Venta Unitario	8,00	14,00	18,00
Precio Referencial Mercado	15	25	30

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.02.03 Gastos Administrativos

"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, 2019).

Tabla 54
Gastos Administrativos

Año	Gasto Anual
2020	11554,90
2021	12115,31
2022	12219,16
2023	12323,93
2024	12429,63

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para el cálculo de los Gastos Administrativos se consideró lo siguiente:

- Sueldo Gerente: se procede con la cancelación del sueldo del Gerente, los décimos tercero y cuarto, las vacaciones, el aporte patronal mensualmente y los fondos de reserva a partir del segundo año, de igual manera se cancelan mensualmente.
- Gasto arriendo: se procede a la cancelación del arriendo del inmueble donde está funcionando la microempresa el cual se paga mensualmente.
- Gastos servicios básicos: están compuestos por agua, luz, teléfono, internet el cual es cancelado mensualmente.
- Gastos suministros de oficina: aquí se realizará la compra de diferentes útiles o artículos que se utilicen por parte de los empleadores los cuales estos suministros serán entregados en los diferentes departamentos.

5.02.04 Gasto Venta

Son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por

estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Nunes, 2016).

Tabla 55
Gasto Venta

Año	Gasto anual
2020	6569
2021	7027
2022	7086
2023	7145
2024	7205

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para realizar el cálculo de los Gasto Venta se consideró lo siguiente:

- Sueldo vendedor: se procederá con la cancelación del sueldo del Vendedor, los décimos tercero y cuarto, las vacaciones, el aporte patronal mensualmente y los fondos de reserva a partir del segundo año, de igual manera se cancelan mensualmente.
- Gasto publicidad: se incurrir en el gasto en flayers, gigantografias lo cual esto servirá para el conocimiento de la microempresa y el producto que va a ingresar al mercado.

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. Toda empresa que acuda a la financiación ajena, tanto si es prestada por entidades bancarias como por personas físicas u otras empresas, tendrá estas partidas en sus resultados. (Fernández, 2014).

Para seleccionar la mejor opción se realiza una comparativa entre instituciones y se tiene:

Tabla 56
Gastos Financieros

Institución	Tasa
Banco Pichincha	25,49%
Banco Guayaquil	23,58%
Cooperativa Cooprogreso	28,50%
Cooperativa Andalucía	26,75%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Se ha tomado en cuenta realizar un crédito con el Banco Guayaquil, ya que presenta su tasa de interés la más baja a comparación de las diferentes instituciones financieras que se indica en la respectiva tabla.

5.02.06 Costos Fijos

"Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Puedes tener meses que no produzcas o vendas, pero en los que de todas formas deberás pagar". (Paz, 2017).

Tabla 57
Costos Fijos

Ítem	Gasto
Gasto Administrativo	11554,90
Gasto Venta (Parte Fija)	6569
Total	18124,10

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.02.06.01 Costos Variables

"Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar". (Paz, 2017).

Tabla 58
Costos Fijos

Tamaño	Costo
Pequeño	6,15
Mediano	10,40
Grande	13,42

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversión Fija

"Es aquel flujo monetario que conlleva la creación o producción de un nuevo equipo de capital y que generalmente se traduce en un incremento del stock del capital existente en la economía en un momento dado". (Sánchez, 2015).

Se necesita para la creación de la microempresa un monto de $17.789,49

5.03.01.01 Activos Fijos

> Son aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido**.** (Ucha, 2016).

Tabla 59
Activos Fijos

Activos	Valor
Equipo de Computación	1200
Muebles y Enseres	1905
Total	**3105**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para constituirse la microempresa se va a necesitar un total de $3.105 en Activos Fijos y con vaya trascurriendo el tiempo se van depreciando estos activos.

5.03.01.02 Activos Nominales

"Los Activos Nominales (AN) corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto". (Sánchez, 2015).

Tabla 60
Activo Nominal

Activo Nominal	Valor
Gasto constitución	100

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

En los activos nominales el rubro que se cancelará por la constitución de la microempresa la cual esta se amortizará durante un periodo de cinco años.

5.03.02 Capital de Trabajo

"El capital de trabajo es un elemento que permite conocer el balance empresarial, entre las obligaciones que la misma posee y sus activos". (Riquelme, 2018).

Tabla 61
Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Valor
Costo producción	69382,84
Gasto administrativo	11554,90
Gasto ventas	6569,20
Total	87506,94
Días año	360,00
Capital trabajo diario	243,07
Días desfase	60,00
Capital de trabajo	14584,49

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para realizar el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método de los días de desfase el cual da conocer la inversión del capital de trabajo, ya que se deberá

adquirir todos los insumos y a su vez poder recuperar la inversión del capital con la venta del producto.

Se presenta entonces una tabla resumen de las inversiones:

Tabla 62
Inversiones

Ítem	Valor
Activo Fijo	3105
Capital Trabajo	14584,49
Activo Nominal	100
Total	**17789,49**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.03.03 Fuentes de Financiamiento

"Las fuentes de financiación de la empresa son las vías que utiliza la empresa para obtener los recursos financieros necesarios que sufraguen su actividad". (López, 2016).

Tabla 63
Fuentes de Financiación

Recurso	Valor	Porcentaje
Recursos propios	7789,49	44%
Recursos de terceros	10000	56%
Total	17789,49	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al obtener un préstamo en cualquier institución financiera es un aporte más al emprendimiento y a la entidad ya que ayuda a poder implementar la microempresa y

a realizar el producto que se está ofertando, también es un beneficio para que el país siga creciendo con sus emprendimientos, por lo tanto que siga creciendo la matriz y el sector productivo.

Se puede dar a conocer que la mayor parte de la inversión es con recursos de terceros, por lo tanto, este recurso ayudará a implementar la microempresa.

5.03.04 Amortización de Financiamiento

> La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez. (Pedrosa, 2015).

Para amortizar un préstamo se pueden usar las siguientes metodologías:

- **Método Francés**

"El sistema de amortización francés, es uno de los principales sistemas que se emplean a la hora de amortizar hipotecas. El sistema de amortización francés es aquel que s**e** caracteriza por ser un sistema de amortización de cuotas constantes". (Alarcón, 2014).

- **Método Alemán**

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

Para seleccionar la metodología que sea va a utilizar se presenta las siguientes condiciones del préstamo:

Tabla 64
Condiciones de Préstamo

INDICADOR	VALORES
Capital	10000
Tasa	23,58%
Plazo	5 AÑOS

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

La metodología que se escogerá es el método francés, puesto a que su cuota es baja en comparación del método alemán.

Tabla 65
Método Francés

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
0					10000
1	10000	2235,02	3422,96	1187,94	8812,06
2	8812,06	1922,56	3422,96	1500,41	7311,65
3	7311,65	1527,91	3422,96	1895,06	5416,59
4	5416,59	1029,45	3422,96	2393,51	3023,08
5	3023,08	399,89	3422,96	3023,08	0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para obtener una comparativa entre metodologías se presenta el método alemán en el ANEXO 4.

5.03.05 Depreciaciones

"La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo" (Vásquez, 2014)

Tabla 66
Depreciación

Activos	Valor	2020	2021	2022	2023	2024	Valor libros
Equipo de Computación	1200	400	400	400			0
Muebles y Enseres	1905	190,50	190,50	190,50	190,50	190,50	952,5
Total	3105	590,50	590,50	590,50	190,50	190,50	952,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para realizar las siguientes depreciaciones de los activos de la microempresa se utilizó el método de línea recta.

5.03.06 Estado de Situación Inicial

"El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado" (Freire, 2015).

Tabla 67
Estado de Situación Inicial

Naturens Doft
Balance General
De Enero a Diciembre 2019

DESCRIPCION	**2019**
ACTIVO	
Caja	14584,49
Total Activos Corrientes	**14584,49**
Equipo de Computación	1200
Depreciación Acumulada Equipo Computación	0
Muebles y Enseres	1905
Depreciación Acumulada Muebles Enseres	0
Total Activos Fijos	**3105**
Activos nominales	100
Amortización Acumulada Activos Nominales	0
Total Activos Diferidos	**100,00**
Total Activos	**17789,49**
PASIVO	
Deuda Bancaria	10000
Total Pasivo	**10000**
Capital	7789,49
Utilidad Retenida	0
Total Patrimonio	**7789,49**
Total Pasivo+ Total Patrimonio	**17789,49**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

La microempresa Naturens Doft presentará los activos que va adquirir y sus pasivos es la deuda bancaria la cual realizará un préstamo para poder invertir en la compañía y con ello se determinó que el patrimonio que posee la microempresa es de 17789,49.

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado.

"El estado de resultados es un documento o informe financiero que muestra los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha obtenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado". (Pacheco, 2014).

Tabla 68
Estado de Resultados Proyectado

Naturens Doft
Estado de Resultados Proyectado
De Enero a Diciembre 2019

Año	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Ventas	92200,96	93883,06	95595,84	97339,88	99115,73
Costo ventas	69382,84	70648,64	71937,55	73249,96	74586,32
Utilidad Bruta	22818,12	23234,41	23658,30	24089,92	24529,41
Gasto Administrativo	11554,90	12115,31	12219,16	12323,93	12429,63
Gasto Ventas	6569,20	7027,29	7086,07	7145,36	7205,17
Gasto Depreciación	590,50	590,50	590,50	190,50	190,50
Gasto Amortización	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Utilidad Operacional	4083,52	3481,31	3742,57	4410,12	4684,10
Gasto Financiero	2235,02	1922,56	1527,91	1029,45	399,89
Utilidad Antes Participación Trabajadores	1848,50	1558,75	2214,66	3380,67	4284,22
15% Participación Trabajadores	277,28	233,81	332,20	507,10	642,63
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	1571,23	1324,94	1882,46	2873,57	3641,58
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta	1571,23	1324,94	1882,46	2873,57	3641,58

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

El estado de resultados refleja todos los ingresos y gastos que se han incurrido en la microempresa para determinar si se ha obtenido una utilidad o una pérdida en los años consecutivos.

Con estos resultados se puede concluir brevemente, que el proyecto es factible porque genera utilidad.

5.03.08 Flujo de Caja

"El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos **y** egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado". (Moreno, 2015).

Tabla 69
Flujo de Caja

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad Operacional		**4083,52**	**3481,31**	**3742,57**	**4410,12**	**4684,10**
15% Participación Trabajadores		277,28	233,81	332,20	507,10	642,63
Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones y Amortizaciones		610,50	610,50	610,50	210,50	210,50
Flujo del Efectivo Operacional		**4416,75**	**3857,99**	**4020,87**	**4113,52**	**4251,97**
Inversión Activo Fijos	-3105					
Valor de Salvamento						992,875
Inversión Capital de Trabajo	-14584,49					
Recuperación del capital de trabajo						14584,49
Inversión Activo Nominal	-100					
Flujo Caja Proyectado	**-17789,49**	**4416,75**	**3857,99**	**4020,87**	**4113,52**	**19829,33**
Préstamo	10000					
Gasto Interés		2235,02	1922,56	1527,91	1029,45	399,89
Devolución de Capital		1187,94	1500,41	1895,06	2393,51	3023,08
Flujo de Caja del Inversionista	**-7789,49**	**993,78**	**435,03**	**597,91**	**690,56**	**16406,37**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Naturens Doft da a conocer que en su flujo de caja proyectado representa el 44% de los recursos propios y el 56% de recursos de terceros; el cual significa que se invirtió en sus respectivos ingresos y egresos.

La microempresa considera que el flujo de caja del inversionista es uso de una deuda que se adquirió para poder solventar la inversión de la microempresa con lo

que se hará la realización del funcionamiento de la misma, por lo tanto, la deuda bancaria se financiará para los años respectivos.

5.03.09 Balance General Proyectado

> Es un estado financiero el cual muestra una estimación de lo que se espera obtener en un año comercial a base de años anteriores. Se obtiene analizando los balances y Estados de resultados de años anteriores y con esto poder sacar un promedio a criterio del contador. (Freire, 2015).

Tabla 70
Balance General Proyectado

Naturens Doft
Balance General Proyectado
De Enero a Diciembre 2019

DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVO						
Caja	14584,49	15578,27	16013,30	16611,21	17301,77	33708,14
Total Activos Corrientes	**14584,49**	**15578,27**	**16013,30**	**16611,21**	**17301,77**	**33708,14**
Equipo de Computación	1200	1200	1200	0	0	0
Depreciación Acumulada Equipo. Computación	0	400	800	0		
Muebles y Enseres	1905	1905	1905	1905	1905	0
Depreciación. Acumulada Muebles Enseres	0	190,50	381,00	571,50	762,00	0,00
Total Activos Fijos	**3105**	**2514,5**	**1924**	**1333,5**	**1143**	**0**
activos nominales	100	100	100	100	100	100
Amortización Acumulada. Activos nominales	0	20	40	60	80	100
Total Activos Diferidos	**100,00**	**80,00**	**60,00**	**40,00**	**20,00**	**0,00**
Total Activos	**17789,49**	**18172,77**	**17997,30**	**17984,71**	**18464,77**	**33708,14**
Pasivo						
Deuda Bancaria	10000	8812,06	7311,65	5416,59	3023,08	0,00
Total Pasivo	**10000**	**8812,06**	**7311,65**	**5416,59**	**3023,08**	**0,00**
Capital	7789,49	7789,49	7789,49	7789,49	7789,49	7789,49
Utilidad Retenida	0	1571,23	2896,17	4778,63	7652,20	25918,65
Total Patrimonio	**7789,49**	**9360,72**	**10685,65**	**12568,12**	**15441,69**	**33708,14**
Total Pasivo+ Total Patrimonio	**17789,49**	**18172,77**	**17997,30**	**17984,71**	**18464,77**	**33708,14**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Naturens Doft muestra en su Balance General Proyectado la situación patrimonial en comparación del año 2019 por lo tanto se establece que en los periodos consecutivos la microempresa obtiene una ganancia en asimilación de los ciclos anteriores por ello en el 2024 se tiende a tener una utilidad de 33708,14

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de Descuento

"La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro". (Vásquez, 2014).

Para calcular la tasa de descuento se pueden utilizar las siguientes metodologías:

- **TMAR:**

  Es la tasa de referencia para los inversionistas, ya que la tasa de rendimiento que dan los bancos, no se puede tomar como tasa de referencia, pues esta es menor a la inflación, por lo tanto no se tendría una ganancia. Pudiendo expresar al TMAR de la siguiente manera se puede expresar. (Macías, 2014).

- **WACC:**

  El coste medio ponderado del capital, también conocido por sus siglas en inglés, WACC (Weitghted Average Cost of Capital), es el coste de los dos recursos de capital que tiene una empresa; la deuda financiera y los fondos propios, teniendo en cuenta su tamaño relativo. (Peiro, 2016).

El método de evaluación que se va a utilizar para el siguiente proyecto es la tasa de descuento llamada TMAR la cual se presenta a continuación:

Tabla 71
TMAR

Ítem	Valor
Inflación Promedio	0,89%
Tasa de Riesgo País	6,03%
Prima de Riesgo	5%
Total	**11,92%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Para calcular los indicadores de aceptación de proyectos se presenta la tabla de los flujos a evaluar:

Tabla 72
Flujos de Caja

Periodo	Flujo	Flujo Descontado	Flujo acumulado
2019	-17789,49	-17789,49	-17789,49
2020	4416,75	3946,49	-13843,00
2021	3857,99	3080,19	-10762,82
2022	4020,87	2868,43	-7894,39
2023	4113,52	2622,08	-5272,31
2024	19829,33	11293,98	6021,67

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

5.04.02 Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Velayos, 2017).

$$\text{VAN}=\sum \frac{FF_1}{(1+tmar)^1}+\frac{FF_2}{(1+tmar)^2}+\frac{FF_3}{(1+tmar)^3}+\frac{FF_4}{(1+tmar)^4}+\frac{FF_5}{(1+tmar)^5}+(\text{inversión})$$

$$VAN=\sum \frac{4416.75_1}{(1+0.1192)^1}+\frac{3857.99_2}{(1+0.1192)^2}+\frac{4020.87_3}{(1+0.1192)^3}+\frac{4113.52_4}{(1+0.1192)^4}+\frac{19829.33_5}{(1+0.1192)^5}+(-17789.49)$$

VAN= 6021.67

Como se puede terminar el VAN dio como resultado un valor positivo esto indica que el proyecto es viable.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno

> La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto**.** (Sevilla, 2017).

TIR=VAN = 0

$$0=\sum +\frac{FF_1}{(1+tir)^1}+\frac{FF_2}{(1+tir)^2}+\frac{FF_3}{(1+tir)^3}+\frac{FF_4}{(1+tir)^4}+\frac{FF_5}{(1+tir)^5}+(\text{inversión})$$

$$0=\sum +\frac{4416.75_1}{(1+tir)^1}+\frac{3857.99_2}{(1+tir)^2}+\frac{4020.87_3}{(1+tir)^3}+\frac{4113.52_4}{(1+tir)^4}+\frac{19829.33_5}{(1+tir)^5}+(-17789.49)$$

TIR=22%

Al calcular la Tasa Interna Retorno dio un valor del 22% por lo tanto, indica que la TIR es mayor al TMAR indicando que la inversión es rentable.

5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

"El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto". (Montero, 2017).

$$PRI=\text{Año del flujo acumulado (-)} + \frac{\text{Ultimo flujo acumulado } (-)}{\text{Siguiente flujo descontado}}$$

$$PRI= 4 + \frac{5272.31}{11293.98}$$

PRI=4,46

El periodo de recuperación en el cual se va a recuperar la inversión de es de cuatro años, 6 meses y 18 días es aceptable.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

> Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. (Sevilla, 2017).

$$IR=\sum \frac{FF_1}{(1+tir)^1}+\frac{FF_2}{(1+tir)^2}+\frac{FF_3}{(1+tir)^3}+\frac{FF_4}{(1+tir)^4}+\frac{FF_5}{(1+tir)^5} \div \text{(inversión)}$$

$$IR=\sum \frac{4416.75_1}{(1+0.1192)^1}+\frac{3857.99_2}{(1+0.1192)^2}+\frac{4020.87_3}{(1+0.1192)^3}+\frac{4113.52_4}{(1+0.1192)^4}+\frac{19829.33_5}{(1+0.1192)^5} \div (17789.49)$$

IR=1,34

Como se puede analizar la relación el costo beneficio es por cada dólar que se invierte en el proyecto se recuperará 0,34 centavos**.**

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibro o punto muerto es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad. (Montero, 2017).

Tabla 73
Punto de Equilibrio

Producto/Servicio	Pequeño	Mediano	Grande	Total
Cantidad	3686	1696	2166	7548
%	49%	22%	29%	100%
Precio u	8,00	14,00	18,00	
Costo u	6,15	10,40	13,42	
Margen de Contribución	1,85	3,60	4,58	
% Margen de contribución	0,90	0,81	1,31	3,02
Costos fijos		18124,10		
Punto de Equilibrio		5995		
Punto Equilibrio Especifico	2928	1347	1720	5995

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Tabla 74
Comprobación del Punto de Equilibrio

Cantidad	Ingreso Total	Costo Valor Total	Costo Fijo	Costo Total	Utilidad/Pérdida
400	4886,17557	3676,932617	18124,10	21801,03	-16914,86
1200	14658,5267	11030,79785	18124,10	29154,90	-14496,37
3000	36646,3168	27576,99463	18124,10	45701,09	-9054,78
5995	**73233,8645**	**55109,76454**	**18124,10**	**73233,86**	**0,00**
6500	79400,353	59750,15503	18124,10	77874,26	1526,10
9000	109938,95	82730,98389	18124,10	100855,08	9083,87
11000	134369,828	101115,647	18124,10	119239,75	15130,08

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

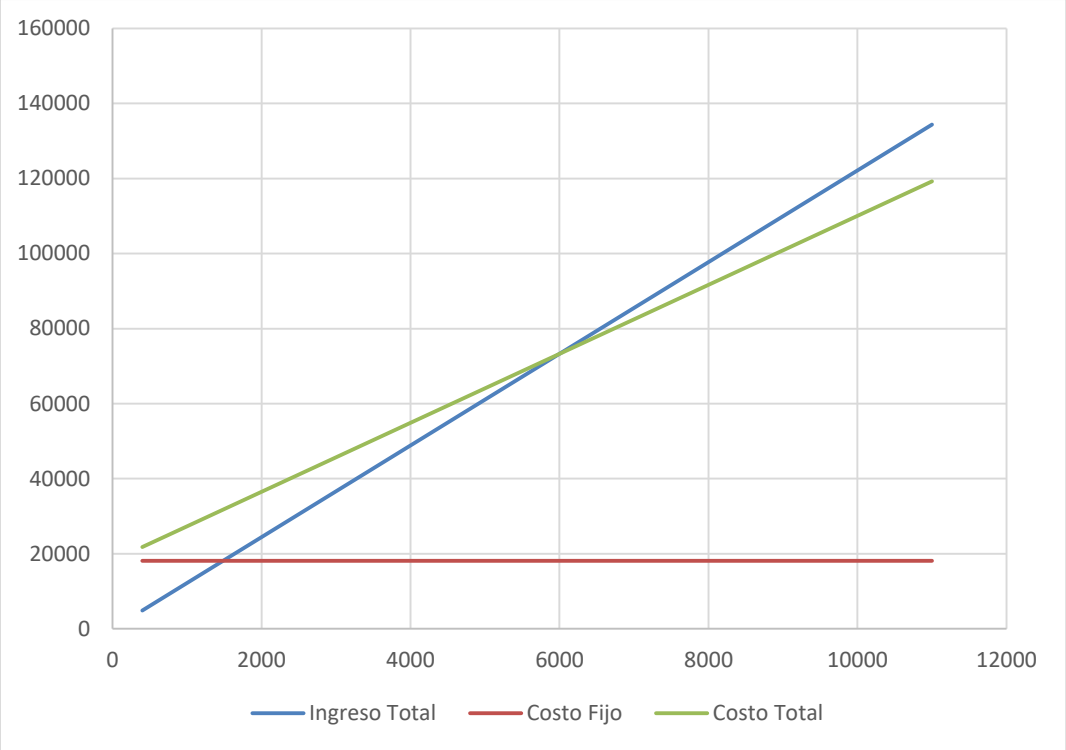


Figura 34 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

Al realizar el punto de equilibrio se puede determinar que se deben producir 5995 unidades con un ingreso total de 73233,86 es decir que si se producen menos unidades se da a conocer que es una pérdida y al vender una unidad más la microempresa obtendría una ganancia.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

- **ROA**

"El ROA o Rentabilidad sobre activos es un ratio que mide la rentabilidad obtenida por una empresa sobre los activos empleados para obtener el beneficio". (Bujan, 2017).

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

- **ROE**

"El significado de ROE, también conocido como rentabilidad financiera, son los beneficios económicos conseguidos a partir de las inversiones hechas y los recursos propios" (García, 2017).

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

- **Margen bruto**

> El margen bruto es el beneficio directo que obtiene una empresa por un bien o servicio, es decir, la diferencia entre el precio de venta (sin IVA) de un producto y su coste de producción**.** Por ello también se conoce como margen de beneficio. Lo más común es calcularlo como un porcentaje sobre las ventas. (Sevilla, 2017).

$$\textbf{Margen Bruto}= \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

- **Margen Operativo**

"El margen de operación es un índice de margen utilizado para medir la estrategia de precios y la eficiencia operativa de una compañía". (Sevilla, 2017).

$$\textbf{Margen Operativo} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$$

- **Margen Neto**

El ingreso neto es el cálculo final en el estado de ingresos y mantener un margen de utilidad neto alto muestra que la empresa está en buena posición para ganar utilidades en el mercado actual.

$$\textbf{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

- **Relación Pasivo Activo**

Es la participación de la deuda de terceros con la microempresa.

$$\textbf{Relación Pasivo Activo} = \frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$$

- **Relación Patrimonio Activo**

Es la participación de los recursos propios que la microempresa va a poseer.

$$\textbf{Relación Patrimonio Activo} = \frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Activos}}$$

Tabla 75
Índices Financieros

Índices Financieros	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación Pasivo Activo	56%	48%	41%	30%	16%	0%
Relación Patrimonio Activo	44%	52%	59%	70%	84%	100%
Margen Bruto	n/a	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Margen Operativo	n/a	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05
Margen Neto	n/a	0,02	0,01	0,02	0,03	0,04
Roa	n/a	8,65%	7,36%	10,47%	15,56%	10,80%
Roe	n/a	20,17%	17,01%	24,17%	36,89%	46,75%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

- ✓ La relación Pasivo Activo indica que para alcanzar el 100% de la inversión que se necesita para establecer la microempresa el 48% de los activos son financiados por los recursos de terceros.
- ✓ La Relación Patrimonio Activo indica que para lograr el 100% de la inversión, el 52% de los activos están siendo financiados por los recursos propios, es decir recursos que aporta el dueño de la microempresa.
- ✓ Margen bruto indica que por cada dólar que se ha vendido le queda 0.25 centavos de utilidad bruta para poder cubrir los gastos operacionales de la microempresa.
- ✓ Margen Operativo indica que por cada dólar que se ha vendido le queda 0.04 centavos de utilidad operativa para poder cubrir los gastos financieros de la microempresa.
- ✓ Margen Neto indica que por cada dólar que se ha vendido le queda 0.02 centavos de utilidad neta para hacer entregar a los propietarios de la microempresa.
- ✓ La rentabilidad Sobre los activos es del 8.65% por cada dólar invertido se obtiene un rendimiento para los activos 0.08 centavos con ello obtendremos un beneficio más para la microempresa.
- ✓ La Rentabilidad sobre el Patrimonio indica que genero un rendimiento del 20.17% este es mayor al costo de oportunidad que es la (tasa pasiva del banco) indicando que el proyecto es aceptable.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

"El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general o en donde se desarrolla el proyecto". (Gonzales, 2016).

En el presente proyecto se analizará los siguientes impactos:

- ❖ Impacto Ambiental
- ❖ Impacto Económico
- ❖ Impacto productivo
- ❖ Impacto Social

Para el cálculo de los impactos se utilizará sus respectivas calificaciones que son:

Tabla 76
Impactos

Calificación	Ítem
-3	Negativo Alto
-2	Negativo Medio
-1	Negativo Bajo
0	Nulo
1	Positivo Bajo
2	Positivo Medio
3	Positivo Alto

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

6.01 Impacto Ambiental

"Es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto, actividad o área determinada. Es decir; el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente". (González, 2016).

Tabla 77
Impacto Ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Contaminación de Aire							x	**3**
Emisión de Sustancias Tóxicas			x					**-1**
Maltrato de Suelo						x		**2**
Uso de Plástico			x					**-1**
Generación de Desechos			x					**-1**
Políticas de Contaminación Ambiental							x	**3**
Total	**0**	**0**	**-3**	**0**	**0**	**2**	**6**	**5**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

$$\text{Promedio} = \frac{TOTALIDAD\ CONSOLIDADO}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{6}$$

$$\text{Promedio} = 1$$

Al realizar la matriz se puede evidenciar que el impacto Ambiental que género el presente proyecto es de 1, es decir, bajo positivo. Esto se debe a que se va obtener una emisión de sustancias toxicas, uso de plásticos, generación de desechos por la elaboración del producto se equilibran con las políticas de contaminación ambientales y no se obtendrá ningún maltrato de suelo.

6.02 Impacto Económico

"El impacto económico sirve para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios". (González, 2016).

Tabla 78
Impacto Económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Reinversión		x						**-2**
Nivel de ventas							x	**3**
Posibilidad de expansión							x	**3**
Incremento de recaudación de Impuestos						x		**2**
Exportaciones		x						**-2**
Importaciones							x	**3**
Total	**0**	**-4**	**0**	**0**	**0**	**2**	**9**	**7**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

$$\text{Promedio} = \frac{TOTALIDAD\ CONSOLIDADO}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{6}$$

Promedio = 1

Al realizar la matriz se puede evidenciar que el impacto económico que género el presente proyecto es de 1, es decir, bajo positivo. Esto se debe a que no se realizará una reinversión del capital, por lo tanto, se equilibrará con el nivel de ventas; por otra parte al generar un incremento de recaudación de impuestos se equilibraría con la posibilidad de no importar el producto al exterior, y con ellos no existirá la posibilidad de expansión.

6.03 Impacto Productivo

"Son aquellas actividades que ponen en práctica las empresas para obtener una mayor competitividad en el mercado y mejorar la calidad de productos y servicios". (Gonzales, 2016).

Tabla 79
Impacto Productivo

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Materia prima nacional							x	**3**
Materia prima de buena calidad							x	**3**
Aporte al PIB					x			**1**
Uso de tecnología					x			**1**
Uso de mano de obra local					x			**1**
Materia prima extranjera			x					**-1**
Total	**0**	**0**	**-1**	**0**	**3**	**0**	**6**	**8**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

$$\text{Promedio} = \frac{TOTALIDAD\ CONSOLIDADO}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$\text{Promedio} = \frac{8}{6}$$

Promedio = 1

Al realizar la matriz se puede evidenciar que el impacto productivo que género el presente proyecto es de 1, es decir, bajo positivo. Esto se debe a que no se va utilizar materia prima extranjera, esto se equilibra en el uso de materia prima nacional y de muy buena calidad, por ello también se ocupará el uso de la tecnología, para la elaboración y fabricación del producto.

6.04 Impacto Social

"Las empresas tienen la obligación ética de identificar tanto los impactos positivos como los negativos y se adoptar las medidas necesarias para potenciar aquellos y minimizar estos últimos". (González, 2016).

Tabla 80
Impacto Social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generar empleo					X			**1**
Pago de impuestos						X		**2**
Salud						X		**2**
Pago beneficio sociales					X			**1**
Seguridad					X			**1**
Mejorar la calidad de vida de los empelados						X		**2**
Total	**0**	**0**	**0**	**0**	**3**	**6**	**0**	**9**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

$$\text{Promedio} = \frac{TOTALIDAD\ CONSOLIDADO}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$\text{Promedio} = \frac{9}{6}$$

Promedio = 2

Al realizar la matriz se puede evidenciar que el impacto social que género el presente proyecto es de 2, es decir, positivo medio. Esto se debe a que se genera fuentes de empleo, y se obtendrá una mejor calidad de vida para los diferentes trabajadores, con sus respectivos salarios, sus beneficios sociales, su seguridad y su salud, con ello se cumple con las respectivas leyes y se hace considerar que la contratación del personal es bajo los reglamentos generados por el ministerio de trabajo, y la organización cumple a cabalidad.

6.05 Matriz General

Tabla 81
Matriz de Impactos General

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto Ambiental					X			**1**
Impacto Económico					X			**1**
Impacto Productivo					X			**1**
Impacto Social						X		**2**
Total	**0**	**0**	**0**	**0**	**3**	**2**	**0**	**5**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

$$\text{Promedio} = \frac{TOTALIDAD\ CONSOLIDADO}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{4}$$

Promedio = 1

Al analizar de manera general al proyecto se puede evidenciar que desde una perspectiva de impactos el proyecto debe llevarse a cabo complementando el análisis financiero realizado en el capítulo anterior.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- A través de la encuesta se puedo dar a conocer que le producto que va a ingresar al mercado obtuvo una aceptación por la mayoría de los consumidores, ya que es un producto nuevo y 100% natural.
- Para la ejecución del proyecto es necesario obtener un proceso productivo para dar a conocer a todos los empleados el paso para la elaboración del producto, también ayuda a que la gente que se integre a la microempresa también vaya conociendo como es el desarrollo del producto.
- Se concluye que para dar a conocer el producto se debe realizar un marketing mix el cual es muy importante porque ayudará a determinar el precio, la plaza y su promoción con ello los consumidores podrían tener conocimiento de la existencia del mismo y su costo accesible al consumidor.
- Se da a conocer que la localización òptima es muy importante porque indica cuál de las alternativas mencionadas ayuda a escoger un lugar aceptable y por sus diferentes indicadores los cuales servirán a identificar que la infraestructura interna como externa este en capacidades para poder implementar la microempresa, la alternativa más aceptada, fue la que se indica en el capítulo cuatro.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda que para la creación de una microempresa es muy importante obtener los permisos y requisitos correspondientes, ya que con ellos ayuda a ser una microempresa segura y confiable.
- Para la contracción del personal es muy importante reconocerles con todos los beneficios de ley ya que nos ayuda como microempresa a dar seguridad a todos los colaboradores.
- Se recomienda dar capacitaciones a todo el personal de la microempresa para que tenga un buen conocimiento del funcionamiento de ella o los diferentes cambios que se ha tenido en dentro de ella.
- Es recomendable contratar proveedores fijos para adquisición de la materia prima bajos costos y de muy buena calidad y con ellos poder obtener un precio venta al público accesible.
- Se recomienda obtener en cuenta el precio de venta de la competencia para así poder fomentar el precio y con ello poder ingresar al mercado y obtener una aceptación por parte de los consumidores.

Bibliografía

Escalada, A. (2011). *Historia de los Ambientadores y Aromatizantes.* Recuperado el 14 de junio de 2019; de América Escalda: de http://americaescalada.blogspot.com/2011/07/historia-de-los-ambientadores-o.html.

López, D. (2014). *Historia de los Aromatizantes.* Recuperado el 14 de junio de 2019; de Casa Aroma UDI: http://casaaromasudi.blogspot.com/2015/05/historia-de-los-aromatizantes_26.html

Merino, C. (2014). *De donde surgió el Ambientador.* Recuperado el 14 de junio de 2019; de Blog 20 minutos: https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/de-donde-surgio-el-ambientador-en-forma-de-pino-que-se-lleva-en-el-coche/

García, J. (2016). *Usos y beneficios de fragancias para el hogar y comercios*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de Catalunyaplants: https://www.catalunyaplants.com/usos-y-beneficios-de-fragancias-para-el-hogar-y-comercios/

Ortiz, J. (2014). *Factores y Sectores Económicos*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de prezi.com: https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/.

Sevilla, A. (2016). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html.

Sánchez, A. (2014). *PIB por Sectores*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de finanzas.com: http://www.finanzzas.com/pib-por-sectores.

Peiro, A. (2015). *Riesgo País*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/riesgo-pais.html.

Pérez, J. (2016). *Definición de Tasa de Interés*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de definición de: https://definicion.de/tasa-de-interes/.

Nunes, P. (2015). *Tasa de Interés Pasiva*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de Knoow net.: https://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-pasiva/.

Méndez, A. (2015). *Factor Social*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de es.slideeshare.net.: https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social.

Caído, A. (2014). *Que es la Población Económicamente Activa*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de consultorio económico: http://consultorioeconomico.blogspot.com/2013/04/que-es-la-poblacion-economicamente.html.

Gil, S. (2016). *Que es la Población Económicamente Activa*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de economipedia.com: https://eco nomipedia.com/definiciones/empleo.html.

Ucha, F. (2014). *Definición de Subempleo*. Recuperado el 14 de junio de 2019; de defincicionabc.com: https://www.definicionabc.com/economia/subempleo.php.

Fernández, D. (2016). *Que es el perfil del consumidor*. Recuperado el 22 de junio de 2019; de.com: mercado técnica internacional: http://mercadotecniainternacional5.blogspot.com/2016/09/perfil-del-consumidor.html.

Thompson, D. (2016). *Definición de Cliente.* Recuperado el 22de junio de 2019; de promo negocios net: https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html

Sánchez, E. (2016). *Definición de Proveedor.* Recuperado el 22de junio de 2019; de tributos.net: https://www.tributos.net/definicion-de-proveedor-1301/.

Espinoza, R. (2016). *Matriz de análisis Dafo.* Recuperado el 22de junio de 2019; de Roberto epinoza.es: https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda.

Merino, M. (2015). *Definición de Objetivos.* Recuperado el 22de junio de 2019; de definición: https://definicion.de/objetivo/.

Sánchez, D. (2015). *Principios y Valores.* Recuperado el 22de junio de 2019; DE es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/dmsanchezg/principios-y-valores-45953279%20.

Díaz, A. (2015). *Gestión Operativa.* Recuperado el 22de junio de 2019; de es.eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm.

Acuña, J. (2014). *LAS 4p.* Recuperado el 22de junio de 2019; de acualonit.overblog.com: http://acualonit.overblog.com/las-4-p-preci-producto-plaza-y-promocion.

López, J. (2019). *Muestra Estadística.* Recuperado el 28 de junio de 2019; de economipedia.com https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html

Raffino, M. (2019). *Concepto de Entrevista.* Recuperado el 28 de junio de 2019; de concepto https://concepto.de/entrevista/.

Chambi, G. (2014). Proyección de Oferta y demanda. Estudio de Mercado. Recuperado el 29 de junio de 2019; de mailxmail.com: http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h.

Pedrosa, S. (2015). *Oferta.* Recuperado el 29 de junio de 2019; de economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/oferta.html.

Roldan, P. (2014). *Bien Sustituto.* Recuperado el 29 de junio de 2019; de economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/bien-sustitutivo.html.

Dolante, Y. (2014). *Balance de oferta y Demanda y sistema LAN* . Recuperado el 29 de junio de 2019; de es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/yorlenisdolandelucero/balance-de-oferta-y-demanda-y-sitema-lan.

Pabón, R. (2014*). Localización del Proyecto.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/RicardoPabnMartinez/localizacion-del-proyecto.

Mora, J. (2014*). Ingresos Operacionales.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; prezi.com: https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/.

Valderrama, B. (2015*). Gasto e Ingresos Operacionales y No Operacionales.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; prezi.com: https://prezi.com/qtnbje9aw1wg/gastos-e-ingresos-operacionales-y-no-operacinales/

Raffino, M. (2019*). Que es Costo.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; concepto. De: https://concepto.de/costo/

Nuño, P. (2017*). Costes Directos.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; emprendepyme.net: https://www.emprendepyme.net/costes-directos.html

Caballero, F. (2016*).Materia Prima.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html

Duque, J. (2018*). Que es la mano de obra.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; abcfinanzas.com: https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-es-la-mano-de-obra

González, A. (2018*). Definición de Costes Indirectos.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economiasimple.net: https://www.economiasimple.net/glosario/costes-indirectos

Riquelme, M. (2019*). Que son los Gatos Administrativos.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; webyempresas.com: https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/

Nunes, P. (2016*). Concepto de Gasto Venta.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; knoow.net: https://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/

Fernández, E. (2014*). Los Gastos Financieros que son y cómo se deducen.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; anfix.com: https://anfix.com/blog/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/

Peralta, M. (2017*). Que son los costos fijos y variables en mi emprendimiento.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; crecermujer.cl: https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento.

Sánchez, J. (2015*). Teoría de la Inversión.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; saber.ula.ve: http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16798/clase-inversion.pdf;jsessionid=3F3F2E7873014B81FF8A3566F2061FE2?sequence=1

Ucha, F. (2016*). Definición de Activos Fijos.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; definicionabc.com: https://www.definicionabc.com/general/activos-fijos.php

Riquelme, M. (2018*). Que es Capital de Trabajo.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; webyempresas.com: https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/ .

López, D. (2016*).Fuente de Financiamiento.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html.

Pedrosa, S. (2015*). Amortización Financiera.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html

Alarcón, M. (2014*). Que es el sistema de amortización francés.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; rankia.com: https://www.rankia.com/blog/mejores-hipotecas/2399623-que-sistema-amortizacion-frances.

Vásquez, R. (2014*). Depreciación.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html

Freire, G. (2015*). Estado de Situación Inicial.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367

Pacheco, F. (2014*). Estado de Resultados Proyectado.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/mrmartineles/estado-de-resultados-proyectado

Moreno, A. (2015*). Flujo de Caja.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; elblogsalomon.com: https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones

Macías, F. (2014*). Que es el TMAR* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; wordpress. com: https://fabmacias93.wordpress.com/2014/12/11/que-son-la-tmar-tir-y-vpn/

Peiro, A. (2016*). Costo medio ponderado del Capital.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/coste-medio-ponderado-del-capital-wacc.html

Velayos, V. (2017*).Valor Actual Neto.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html

Sevilla, A. (2017*).Tasa Interna de Retorno.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html

Montero, M. (2017*).Periodo de Recuperación de la Inversión.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; emprendepyme.net: https://www.emprendepyme.net/periodo-de-recuperacion-de-la-inversion.html

Duque, J. (2017*). Relación Costo Beneficio.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; abcfinanzas.com: https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio

Bujan, A. (2014*). ROA.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; enciclopediafinanciera.com: https://www.enciclopediafinanciera.com/definicion-roa.html

García, I. (2017*).Definición de ROE.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; economiasimple.net: https://www.economiasimple.net/glosario/roe

Gonzales, M. (2016*).Impactos del Proyecto.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; prezi.com: https://prezi.com/3ldnj2gohehy/impactos-del-proyecto/

León, C. (2016*).Diseños de proyectos de inversión pública.* Recuperado el 03 de Septiembre de 2019; eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/indice.htm

ANEXOS

ANEXO 1

- Facebook



- Volantes y Gigantografias



Anexos 1 Estrategias de comercialización
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

ANEXO 2

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR"CORDILLERA"
ESCUELA DE ADMINISTRACION BANCA Y FINANCIERA

Investigación del consumo de ambientadores en spray con fragancias de Hierbabuena

Objetivo General: La presente encuesta tiene como finalidad la recolección de información para la implementación de una microempresa de ambientadores en Spray con fragancias de Hierbabuena en el Sector Centro de la ciudad de Quito.

Instrucciones: Lea detenidamente la presente encuesta marque con una (X) en lo que crea conveniente.

Encuesta

1. **Usted utiliza ambientadores**
   SI ☐ NO ☐

   Si su respuesta fue no continúe con la pregunta 5

2. **Con que frecuencia usa ambientadores**
   Diario ☐
   Semanal ☐
   Quincenal ☐
   Mensual ☐

3. **¿Cuánto dinero está dispuesto a invertir en la compra de un ambientador**
   $1.00 a $3.00 ☐
   $3.00 a $5.00 ☐
   $5.00 a $8.00 ☐

4. **Se siente satisfecho con los ambientadores que existen en el mercado**
   SI ☐ NO ☐

5. **Le gustaría adquirir un ambientador para su hogar con un nuevo aroma que no se encuentra en el mercado.**

   SI ☐ NO ☐

   Si su respuesta fue no dé por terminada la encuesta.

6. **Donde le gustaría adquirir el producto**

   Tiendas ☐

   Minimarketes ☐

   Supermercados ☐

7. **En qué tamaño desearía adquirir el producto**

   Pequeño 30ml ☐

   Mediano 50ml ☐

   Grande 100ml ☐

8. **A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto**

   Redes sociales ☐

   Publicidad en volantes ☐

   Flayers ☐

9. **Cual o cuales de los siguientes aspectos le importan más del producto**

   Buena presentación ☐

   Precio bajo ☐

   Calidad ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexos 2 Encuesta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

ANEXO 3

- **Recepción de materia prima**

Para la recepción de la materia prima se utilizara esta plantilla donde se lleva el control del ingreso de las distintas materias**.**

NATURENS DOFT
AMBIENTAL DE EXTRACTO DE HIERBABUENA

Recepción de la Materia Prima

Nombre supervisor:				Hora de entrega:	
Fecha	**Proveedor**	**Producto**	**Unidades**	**Documentación**	**Observación**

Firma del Responsable Firma del Supervisor

- **Almacenamiento**



Transportación del producto**:** se utilizará este coche para la transportación del producto a bodega, con ello este implemento servirá para no manipular mucho al producto y por el peso que tendrá y por mantener la correcta higiene**.**

- **Producción**

Para la realización del respectivo proceso del producto se utilizará los siguientes implementos para una adecuada higiene:

- ✓ **Gorro**



- ✓ **Guantes**



- ✓ **Uniforme de fabricación**



- ✓ **Cubre bocas**



- ✓ **Botas**



- ✓ **Envases**

Para el envasado del producto se ocupará el siguiente:



- **Almacenamiento final**

Empresa "Naturens Doft" CIA
Kardex

Artículo:	Código de Referencia:
Unidad de Medida:	Existencia Mínima: Existencia Máxima:

Fecha	Descripción	Entradas			Salidas			Saldo		
		Cantidad	V/U	Total	Cantidad	V/U	Total	Cantidad	V/U	Total

Anexos 3 Recepción de la material
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

ANEXO 4

- **Método Alemán**

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
0					10000
1	10000,00	196,50	363,17	166,67	9833,33
2	9833,33	193,23	359,89	166,67	9666,67
3	9666,67	189,95	356,62	166,67	9500,00
4	9500,00	186,68	353,34	166,67	9333,33
5	9333,33	183,40	350,07	166,67	9166,67
6	9166,67	180,13	346,79	166,67	9000,00
7	9000,00	176,85	343,52	166,67	8833,33
8	8833,33	173,58	340,24	166,67	8666,67
9	8666,67	170,30	336,97	166,67	8500,00
10	8500,00	167,03	333,69	166,67	8333,33
11	8333,33	163,75	330,42	166,67	8166,67
12	8166,67	160,48	327,14	166,67	8000,00
13	8000,00	157,20	323,87	166,67	7833,33
14	7833,33	153,93	320,59	166,67	7666,67
15	7666,67	150,65	317,32	166,67	7500,00
16	7500,00	147,38	314,04	166,67	7333,33
17	7333,33	144,10	310,77	166,67	7166,67
18	7166,67	140,83	307,49	166,67	7000,00
19	7000,00	137,55	304,22	166,67	6833,33
20	6833,33	134,28	300,94	166,67	6666,67
21	6666,67	131,00	297,67	166,67	6500,00
22	6500,00	127,73	294,39	166,67	6333,33
23	6333,33	124,45	291,12	166,67	6166,67
24	6166,67	121,18	287,84	166,67	6000,00
25	6000,00	117,90	284,57	166,67	5833,33
26	5833,33	114,63	281,29	166,67	5666,67
27	5666,67	111,35	278,02	166,67	5500,00
28	5500,00	108,08	274,74	166,67	5333,33
29	5333,33	104,80	271,47	166,67	5166,67
30	5166,67	101,53	268,19	166,67	5000,00
31	5000,00	98,25	264,92	166,67	4833,33
32	4833,33	94,98	261,64	166,67	4666,67
33	4666,67	91,70	258,37	166,67	4500,00
34	4500,00	88,43	255,09	166,67	4333,33
35	4333,33	85,15	251,82	166,67	4166,67

36	4166,67	81,88	248,54	166,67	4000,00
37	4000,00	78,60	245,27	166,67	3833,33
38	3833,33	75,33	241,99	166,67	3666,67
39	3666,67	72,05	238,72	166,67	3500,00
40	3500,00	68,78	235,44	166,67	3333,33
41	3333,33	65,50	232,17	166,67	3166,67
42	3166,67	62,23	228,89	166,67	3000,00
43	3000,00	58,95	225,62	166,67	2833,33
44	2833,33	55,68	222,34	166,67	2666,67
45	2666,67	52,40	219,07	166,67	2500,00
46	2500,00	49,13	215,79	166,67	2333,33
47	2333,33	45,85	212,52	166,67	2166,67
48	2166,67	42,58	209,24	166,67	2000,00
49	2000,00	39,30	205,97	166,67	1833,33
50	1833,33	36,03	202,69	166,67	1666,67
51	1666,67	32,75	199,42	166,67	1500,00
52	1500,00	29,48	196,14	166,67	1333,33
53	1333,33	26,20	192,87	166,67	1166,67
54	1166,67	22,93	189,59	166,67	1000,00
55	1000,00	19,65	186,32	166,67	833,33
56	833,33	16,38	183,04	166,67	666,67
57	666,67	13,10	179,77	166,67	500,00
58	500,00	9,83	176,49	166,67	333,33
59	333,33	6,55	173,22	166,67	166,67
60	166,67	3,28	169,94	166,67	0,00

Anexos 4 Método Alemán
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Maritza Rosillo

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: MARITZA_ROSILLO.docx (D56222082)
Submitted: 9/30/2019 5:16:00 AM
Submitted By: cecibelmaritza175@gmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

Lizeth_ Samaniego Urkund.docx (D56056689)
Changoluisa Tipan Luis David.pdf (D51444666)
JESSICA PAGUAY ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN BAR KARAOKE.docx (D51176866)
TRABAJO DE TITULACIÒN ARTESANÌAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
PROYECTO TESIS Urkund.docx (D51446762)
urkun nathaly cadena.docx (D51193890)
Nidya_Sánchez.docx (D56056667)
https://www.slideshare.net/yojanarojas/economia-el-mercado

Instances where selected sources appear:

12

Ing. Andrés Analuisa

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

NOMBRE TUTOR:	ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES
NOMBRE ESTUDIANTE:	ROSILLO ROSILLO MARITZA CECIBEL
CARRERA:	ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA
TEMA DE TITULACIÓN:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AMBIENTADORES EN SPRAY CON FRAGANCIA DE HIERBABUENA UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019
IMPRESIÓN REPORTE:	Quito, 26 de noviembre del 2019 11:08:38
TIPO REPORTE:	ACUMULATIVO
ESTADO FINAL/OBSERVACION:	PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /

MODALIDAD:			INCUBADORA EMPRESARIAL			**PERIODO:**		ABR 2019_SEP 2019	
NO.	**CODIGO**	**FECHA TUTORIA**	**TIPO ASESORIA**	**HORA INICIO**	**TEMA TRATADO**	**HORA FIN**	**HORAS**	**OBSERVACION**	**ESTADO SC**
1	187034	2019-05-15	INSITU	2019-05-15 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-05-15 12:30:00	0.50	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACIÓN Y NORMAS APA.	PROCESADO
2	188702	2019-05-18	AUTONOMA	2019-05-18 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-05-18 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.	PROCESADO
3	187035	2019-05-15	INSITU	2019-05-15 12:30:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-05-15 13:30:00	1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA. SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
4	188703	2019-05-19	AUTONOMA	2019-05-19 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-05-19 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES DEL PROYECTO, AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
5	187036	2019-05-22	INSITU	2019-05-22 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-05-22 13:30:00	1.50	SE APRUEBA LA JUSTIFICACIÓN Y LOS ANTECEDENTES INCLUIDO NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
6	188705	2019-05-25	AUTONOMA	2019-05-25 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-05-25 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
7	187037	2019-05-29	INSITU	2019-05-29 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-05-29 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS INTERNO.	PROCESADO
8	188706	2019-06-01	AUTONOMA	2019-06-01 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-06-01 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE DE CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANÁLISIS INTERNO	PROCESADO
9	187038	2019-06-05	INSITU	2019-06-05 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-06-05 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS INTERNO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS FODA.	PROCESADO
10	188708	2019-06-08	AUTONOMA	2019-06-08 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-06-08 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS INTERNO Y AVANCES DEL ANÁLISIS FODA.	PROCESADO
11	187039	2019-06-12	INSITU	2019-06-12 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-06-12 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS INTERNO INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS FODA Y SE ENVIAN VARIAS CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
12	188709	2019-06-15	AUTONOMA	2019-06-15 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-06-15 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS FODA Y AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
13	187044	2019-06-19	INSITU	2019-06-19 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-19 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS FODA INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
14	188711	2019-06-22	AUTONOMA	2019-06-22 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-22 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
15	187045	2019-06-26	INSITU	2019-06-26 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-26 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
16	188712	2019-06-29	AUTONOMA	2019-06-29 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-29 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DEL ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
17	187046	2019-07-03	INSITU	2019-07-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-03 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO

18	188714	2019-07-06	AUTONOMA	2019-07-06 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-06 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
19	187047	2019-07-10	INSITU	2019-07-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-07-10 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA.	PROCESADO
20	188715	2019-07-13	AUTONOMA	2019-07-13 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-07-13 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL EQUILIBRIO OFERTA Y DEMANDA.	PROCESADO
21	187048	2019-07-17	INSITU	2019-07-17 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-17 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
22	188716	2019-07-20	AUTONOMA	2019-07-20 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-20 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL EQUILIBRIO OFERTA Y DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
23	187049	2019-07-24	INSITU	2019-07-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-07-24 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DE LA LOCALIZACIÓN.	PROCESADO
24	188717	2019-07-27	AUTONOMA	2019-07-27 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-07-27 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
25	188718	2019-07-28	AUTONOMA	2019-07-28 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-07-28 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
26	187050	2019-07-31	INSITU	2019-07-31 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-07-31 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DE LA LOCALIZACIÓN Y SE ENVÍAN VARIAS CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
27	188719	2019-08-03	AUTONOMA	2019-08-03 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-08-03 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO Y AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
28	187051	2019-08-07	INSITU	2019-08-07 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-08-07 13:30:00	1.50	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA. SE SOLICITA AVANCES DE LOS INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	PROCESADO
29	188721	2019-08-10	AUTONOMA	2019-08-10 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-08-10 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE LOS INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	PROCESADO
30	187052	2019-08-14	INSITU	2019-08-14 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-14 14:00:00	2.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA INGENIERÍA DEL PRODUCTO INCLUIDO NORMAS APA . SE REVISA AVANCES DE LOS INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES	PROCESADO
31	188722	2019-08-17	AUTONOMA	2019-08-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-17 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DE LOS INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES	PROCESADO
32	188724	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-18 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DE LOS INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO

33	187053	2019-08-21	INSITU	2019-08-21 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-21 14:00:00	2.00	SE APRUEBAN CÁLCULOS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDO NORMAS APA. SE REVISA CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO: VAN - TIR - PRI - RCB.	PROCESADO
34	188725	2019-08-24	AUTONOMA	2019-08-24 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-24 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS: VAN, TIR, PRI Y RCB.	PROCESADO
35	188727	2019-08-25	AUTONOMA	2019-08-25 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-25 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS: VAN, TIR, PRI Y RCB.	PROCESADO
36	187054	2019-08-28	INSITU	2019-08-28 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-28 14:00:00	2.00	SE APRUEBAN EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDO NORMAS APA. SE REVISAN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO VAN - TIR - PRI -RCB Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y ECONÓMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
37	188728	2019-08-31	AUTONOMA	2019-08-31 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-31 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS: VAN, TIR, PRI Y RCB Y AVANCES DE LOS IMPACTOS AMBIENTAL Y ECONÓMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
38	187055	2019-09-04	INSITU	2019-09-04 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-09-04 12:30:00	0.50	SE APRUEBAN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO VAN - TIR - PRI -RCB INCLUIDO NORMAS APA. SE REVISA EL IMPACTO AMBIENTAL Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO
39	188729	2019-09-07	AUTONOMA	2019-09-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-09-07 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO
40	187056	2019-09-04	INSITU	2019-09-04 12:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-09-04 13:30:00	1.00	SE REVISA EL IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
41	188731	2019-09-08	AUTONOMA	2019-09-08 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-09-08 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONÓMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	PROCESADO
42	187057	2019-09-11	INSITU	2019-09-11 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-11 12:30:00	0.50	SE APRUEBAN LOS IMPACTOS AMBIENTAL Y ECONÓMICO DEL PROYECTO INCLUIDO NORMAS APA. SE REVISA EL IMPACTO PRODUCTIVO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA.	PROCESADO
43	188732	2019-09-14	AUTONOMA	2019-09-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-14 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO.	PROCESADO
44	187058	2019-09-11	INSITU	2019-09-11 12:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-11 13:30:00	1.00	SE REVISA EL IMPACTO SOCIAL Y SE ENVÍAN CORRECCIONES DE MEJORA, SE SOLICITA AVANCES DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES DEL PROYECTO.	PROCESADO
45	188734	2019-09-15	AUTONOMA	2019-09-15 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-15 17:00:00	5.00	DESARROLLO DE CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL. AVANCE DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES DEL PROYECTO	PROCESADO
46	187059	2019-09-18	INSITU	2019-09-18 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-09-18 12:30:00	0.50	SE APRUEBAN LOS IMPACTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDO NORMAS APA.	PROCESADO
47	187060	2019-09-18	INSITU	2019-09-18 12:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-09-18 13:30:00	1.00	SE REVISA Y APRUEBA LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACIÓN DEL PRIMER BORRADOR FÍSICO.	PROCESADO
						TOTAL HORAS:	**240**		

ANALUISA AGUILAR ARMANDO ANDRES	ROSILLO ROSILLO MARITZA CECIBEL	CHANDI CASTRO MAYRA ALEXANDRA
TUTOR	**ALUMNO**	**DELEGADO**
CI: 1720917218	**CI: 1752302594**	**CI: 1718756933** **FECHA:** 6-12-19

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Adm. Bancaria y Financiera

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

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) Maritza Cecibel Rosillo Rosillo, portador de la cédula de identidad Nº 1752302594, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 20 de noviembre, 2019

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 03 DIC 2019 VISTO FINANCIERO CAJA

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 02 DIC 2019 COORDINACIÓN

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DELEGADO DE LA UNIDAD Adm. Bancaria y Financiera

Ing. Mayra Alexandra Chandi Castro
DELEGADO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DIRECTOR DE CARRERA Adm. Bancaria y Financiera

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA

Ing. William Parra López
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" 03 DIC 2019 Luis Hernández Benavidez

Tnlg. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA