



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Flor Beatriz Pindoy Quinatoa

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Abril 2017



## DECLARATORIA

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

---

Flor Beatriz Pindoy Quinatoa

C.I. 150085461-5

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Pindoy Quinatoa Flor Beatriz** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 150085461- 5 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE:** Pindoy Quinatoa Flor Beatriz

**CÉDULA:** 150085461-5

Quito, abril 2017

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por mantenerme firme y por darme la sabiduría y conocimiento durante todo el proceso de mi estudio, además quiero agradecer a mi Madre y mi Hermano, quienes me apoyaron económicamente y moralmente durante toda mi carrera, a mi hija por ser mi motivación para no rendirme fácilmente, a mi amiga quien me apoyado inmensamente en momentos que se presentaron algunos obstáculos y a todos los ingenieros por los conocimientos compartidos ya que sin su ayuda no sería posible llegar hasta el momento.

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser el héroe en mi vida, a mi hija quien durante todo este tiempo me ha podido entender el llegar tarde a casa ha sido sacrificante y los momentos que no podía estar junto a ella y a mi Madre quien ha estado pendiente de mí, a mi hermano quien tomo el papel de padre para animarme y no desmayar, ya que mi propósito es llegar a culminar uno de mis propósitos que me planteé durante un tiempo el cual estoy viviendo y que me servirá mucho tanto en la vida profesional.

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto tiene como finalidad aportar al cuidado de la salud mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa, dedicada a la importación y comercialización de cremas con colágeno, ubicada en la Parroquia de Cotocollao, sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Se analizó la competencia que existe alrededor donde va a estar ubicado el proyecto, por lo tanto, las farmacias y un centro naturista serán mi competencia fuerte, por lo cual se debe tomar en cuenta la ventaja competitiva de mi producto, ya que aparte de ser un producto de calidad mantiene una piel nutrida y joven, por lo tanto hoy en día, no solo las mujeres lo utilizan también los varones son muy cuidadosos al cuidar la piel, por ende las cremas Bellavei va dirigidos para las personas que desean mantener una piel saludable y hermosa.

Se realizó la valoración financiera con el objeto de determinar si es viable, tanto así que se analizó los costos y gastos que incurran dentro de la operación del proyecto, además de esto se logró analizar con todos los indicadores como es el VAN, TIR, ROA, ROI, ROE, ya que a través de estos índices financieros nos dio a conocer la viabilidad que tendría a futuro.

Una vez tomado en cuenta el índice más importante para la ejecución del proyecto se finaliza con las recomendaciones y conclusiones, para la aplicación de un proyecto.

## **ABSTRACT**

### **EXECUTIVE SUMMARY**

This project aims to contribute to health care through a feasibility study for the implementation of a micro-enterprise, dedicated to the import and marketing of creams with collagen, located in the Cotocollao Parish, northern sector of the Metropolitan District of Quito.

We analyzed the competition that exists around where the project will be located, therefore, pharmacies and a naturist center will be my strong competition, which is why you must take into account the competitive advantage of my product, since apart from being A quality product maintains a nourished and young skin, therefore today, not only women use it also men are very careful when taking care of the skin, therefore the Bellavei creams is aimed for people who want to maintain a skin Healthy and beautiful.

The financial valuation was done in order to determine if it is feasible, so much so that the costs and expenses incurred within the project operation were analyzed, besides this it was possible to analyze with all the indicators such as the NPV, TIR, ROA, ROI, ROE, since through these financial indexes it showed us the viability it would have in the future.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Once taken into account the most important index for the execution of the project is finalized with recommendations and conclusions, for the implementation of a project.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN EJECUTIVO .....	vi
ABSTRACT.....	viii
CAPÍTULO I .....	1
JUSTIFICACIÓN .....	2
ANTECEDENTES .....	4
CAPÍTULO II.....	6
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	6
2.1 AMBIENTE EXTERNO .....	6
2.1.1 Factor Económico .....	6
2.1.1.01 Inflación.....	7
2.1.1.02 PIB (Producto Interno Bruto).....	8
2.1.1.03 Balanza Comercial .....	11
2.1.1.04.01 DAV (Declaración Andina de Valor) .....	14
2.1.1.04.02 Tasas Arancelarias a Cosméticos.....	14
2.1.1.04.03 Ley de Aduana .....	16
2.1.1.05 Tasa de Interés .....	20
2.1.1.05.01 Tasa Activa .....	21
2.1.1.03.02 Tasa Pasiva.....	22
2.1 2 FACTOR SOCIAL .....	24

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

2.1.2.01 Crecimiento Poblacional .....	24
2.1.2.02 Tasa de Desempleo .....	25
2.1.2.03 PEA (Población Económica Activa).....	26
2.1.3 FACTOR LEGAL.....	27
2.1.3.01 Requisitos para la obtención del Ruc .....	28
2.1.3.02 Requisitos para permiso de funcionamiento .....	28
2.1.3.03 Requisitos para sacar permiso de bomberos .....	29
2.1.3.04 Permiso de Municipio .....	29
2.1.3.05 Patentes Municipales .....	30
2.1.3.06 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS.....	30
2.1.3.07 Permiso de Salud.....	31
2.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO .....	32
2.2 ENTORNO LOCAL .....	33
2.2.1 Clientes .....	33
2.2.1.01 Clientes Internos .....	33
2.2.1.02 Clientes Externos .....	34
2.2.1.02 Proveedores.....	34
2.2.3 Competidores .....	35
2.3 ANÁLISIS INTERNO.....	37
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	37
Misión .....	38
Visión.....	40
2.3.1.4 OBJETIVOS .....	42
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	42
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	42

---

**APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017**

---

2.3.1.4 Principios o Valores .....	43
2.3.1.4.1 Principios .....	43
Gestión Administrativa .....	45
2.3.2.01 Planificación .....	46
2.3.2.02 Organización .....	47
2.3.2.02.01 Organigrama Estructural .....	47
2.3.2.02.02 Manual de Funciones y perfil de cargo .....	48
2.3.2.03 Dirección .....	53
2.3.2.06 Control .....	54
2.3.3 GESTIÓN OPERATIVA .....	55
2.3.3.1 Flujograma de Servicio .....	56
2.3.3.2 Cadena de Valor .....	57
2.3.4 GESTIÓN COMERCIAL .....	58
2.3.4.01 Producto .....	58
2.3.4.02 Precio .....	59
2.3.4.03 Plaza .....	59
2.3.4.04 Promoción .....	60
2.3.4.04.01 Logotipo .....	62
2.3.4.04.03 Slogan .....	63
CAPÍTULO III .....	70
3 ESTUDIO DE MERCADO .....	70
3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR .....	70
3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA .....	72
3.1.1.01 Población .....	72
3.1.2 TÉCNICAS DE LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	75

3.1.2.01 MODELO DE LA ENCUESTA.....	76
3.1.2.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	79
3.2 OFERTA.....	93
3.2.01 Oferta Histórica.....	93
3.2.02. Oferta Actual.....	93
3.2.02.01 Calculo de la Oferta Actual.....	94
3.2.03 Oferta Proyectada.....	94
3.3. DEMANDA.....	95
3.3.01 Demanda Histórica.....	95
3.3.02 Demanda Actual.....	96
3.3.02.01 Calculo de la Demanda Actual.....	97
3.3.03 Demanda Proyectada.....	97
3.4 BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	98
3.4.01 Balance Actual.....	98
3.4.02 Balance Proyectado.....	99
CAPÍTULO IV.....	100
4 ESTUDIO TÉCNICO.....	100
4.1 Tamaño del Proyecto.....	100
4.1.01 Capacidad Instalada.....	100
4.1.02 Capacidad Óptima.....	101
4.2 LOCALIZACIÓN.....	102
4.2.01 Macro Localización.....	103
4.2.02 Micro Localización.....	105
4.2.03 Localización Óptima.....	107
4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	108

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

4.3.01 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	108
4.3.01.01 Producto .....	108
4.3.01.02 Servicio .....	108
4.3.02 Distribución de la Planta .....	109
4.3.02.01 Código de Cercanía.....	109
4.3.02.02 Razones de cercanías .....	110
4.3.02.03 Matriz Triangular .....	110
4.3.02.04 Tabulación de la matriz SLP .....	112
4.3.03 PROCESO PRODUCTIVO .....	117
4.3.04 Maquinaria y Equipo.....	119
CAPÍTULO V .....	122
5 ESTUDIO FINANCIERO .....	122
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales .....	122
Ingresos operacionales .....	122
5.1.2 Ingresos no operacionales .....	123
5.2 COSTOS .....	124
5.2.1 Costo Directo .....	124
5.2.2 Costo Indirecto.....	125
5.2.3 Gasto Administrativo .....	125
5.2.4 Gasto de ventas .....	126
5.2.5 Gastos Financieros .....	127
5.2.6 Costo fijos y variables.....	128
5.3 INVERSIONES .....	129
5.3.1 Inversión Fija .....	129
5.3.1.1 Activos fijos.....	129

5.3.1.2 Activos Nominales (Diferidos) .....	132
5.3.2 Capital de trabajo .....	133
5.3.3 Fuentes de financiamiento y usos de fondo .....	133
5.3.4 Amortización de Financiamiento .....	135
5.3.5 Depreciación .....	137
5.3.6 Estado de Situación Inicial.....	137
5.3.7 Estado de Resultado Proyectado .....	139
5.3.8 Flujo neto de efectivo.....	140
5.2.8.1 Flujo de caja .....	140
5.4 EVALUACIÓN .....	142
5.4.1 Tasa de descuento .....	142
5.4.2 Valor actual neto (VAN).....	142
5.4.3 Tasa de Interés de Retorno (TIR).....	143
5.3.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	144
5.3.5 Relación Costo Beneficio (RCB).....	146
5.3.6 Punto de equilibrio.....	147
5.3.6.1 Figura del Punto de equilibrio.....	149
5.4.7ANÁLISIS DE LOS ÍNDICES FINANCIEROS .....	150
5.4.7.1 Rendimiento sobre activos (ROA).....	150
5.2.7.2 Índice de endeudamiento .....	150
5.2.74 Rendimiento sobre patrimonio o capital (ROE).....	151
5.4.7.3 Rendimientos sobre inversión (ROI) .....	152
CAPÍTULO VI.....	153
6. ANÁLISIS DE IMPACTO .....	153
6.1 Impacto Ambiental.....	153

---

6.2 Impacto económico .....	154
6.3 Impacto productivo .....	154
6.4 Impacto Social .....	155
CAPÍTULO VII .....	156
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	156
7.1 Conclusiones.....	156
7.2 Recomendaciones .....	158
BIBLIOGRAFÍA .....	159
ANEXOS .....	168



## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Inflación.....	7
Tabla 2 PIB General.....	9
Tabla 3 PIB Sectorial.....	10
Tabla 4 Riesgo País.....	12
Tabla 5 Tasa Arancelaria.....	15
Tabla 6 Tipo de tributo aduanero.....	20
Tabla 7 Tasa Activa.....	21
Tabla 8 Tasa Pasiva.....	23
Tabla 9 Tasa de Crecimiento Poblacional de Quito.....	24
Tabla 10 Tasa de Desempleo de Quito.....	26
Tabla 11 Tabla Población Económica Activa.....	27
Tabla 12 Tabla de Proveedores.....	35
Tabla 13 Competencia Directa.....	36
Tabla 14 Competencia Indirecta.....	36
Tabla 15 Formulación de la Misión.....	39
Tabla 16 Formulación de la Visión.....	41
Tabla 17 Cronograma de actividades.....	46
Tabla 18 Perfil de cargo y funciones del Administrador.....	49
Tabla 19 Perfil de cargo y funciones del Contador.....	50
Tabla 20 Perfil de cargo y funciones del Vendedor.....	51
Tabla 21 Perfil de cargo y funciones del Bodeguero.....	52
Tabla 22 Control de la importación.....	55
Tabla 23 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas.....	67
Tabla 24 Análisis del FODA.....	68
Tabla 25 Fortalezas y Oportunidades.....	68
Tabla 26 Debilidades y Amenazas.....	69
Tabla 27 Segmentación de Mercado.....	72
Tabla 28 Tamaño del universo.....	73
Tabla 29 Nomenclatura.....	74
Tabla 30 Género.....	79

Tabla 31 Actividad económica .....	80
Tabla 32 Conocimiento del cuidado .....	81
Tabla 33 Preferencia de marcas .....	82
Tabla 34 Aceptación de compra.....	83
Tabla 35 Aceptación del precio .....	84
Tabla 36 Importancia del cuidado.....	85
Tabla 37 Medios de obtención .....	86
Tabla 38 Aprobación del Producto .....	87
Tabla 39 Lugar de preferencia .....	88
Tabla 40 Edad Adecuada para el Uso .....	89
Tabla 41 Cuidado del cutis .....	90
Tabla 42 Frecuencia de compras.....	91
Tabla 43 Aceptación de un distribuidor.....	92
Tabla 44 Oferta Actual.....	94
Tabla 45 Oferta Proyectada.....	94
Tabla 46 Población que acepta el proyecto.....	96
Tabla 47 Nivel de Frecuencia en consumo .....	96
Tabla 48 Cálculo de la Demanda Actual .....	97
Tabla 49 Demanda Proyectada .....	97
Tabla 50 Balance Actual.....	98
Tabla 51 Balance Proyectado.....	99
Tabla 52 Capacidad Instalada Kitt Bellavei.....	101
Tabla 53 Capacidad Óptima.....	102
Tabla 54 Macro Localización .....	103
Tabla 55 Localización Optima .....	107
Tabla 56 Distribución de la Planta.....	109
Tabla 57 Código de cercanía.....	109
Tabla 58 Razones de cercanía.....	110
Tabla 59 Muebles y Enseres .....	120
Tabla 60 Equipos de Oficina.....	120
Tabla 61 Equipos de Computación .....	121
Tabla 62 Ingresos Operacionales .....	123

---

**APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017**

Tabla 63 Costo Directo .....	124
Tabla 64 Gasto administrativo .....	125
Tabla 65 Rol de Pagos de Administración.....	126
Tabla 66 Gastos de venta .....	127
Tabla 67 Costo Variable .....	128
Tabla 68 Costos fijos .....	128
Tabla 69 Activos Fijos.....	130
Tabla 70 Equipos de Oficina.....	130
Tabla 71 Equipos de computación.....	131
Tabla 72 Muebles y Enseres .....	131
Tabla 73 Activos Nominales.....	132
Tabla 74 Capital de Trabajo.....	133
Tabla 75 Fuentes de financiamiento y usos de fondo .....	134
Tabla 76 Amortización francesa .....	135
Tabla 77 Amortización de financiamiento.....	136
Tabla 78 Depreciación .....	137
Tabla 79 Estado de Situación Inicial.....	138
Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado.....	139
Tabla 81 Flujo neto de efectivo .....	140
Tabla 82 Flujo de caja.....	141
Tabla 83 Tasa de descuento .....	142
Tabla 84 Valor actual neto.....	143
Tabla 85 Tasa de Interés de Retorno.....	144
Tabla 86 Periodo de recuperación de la inversión .....	145
Tabla 87 Periodo de recuperación de la inversión en meses.....	146
Tabla 88 Relación Costo Beneficio .....	147
Tabla 89 Punto de equilibrio.....	148
Tabla 90 Índice de endeudamiento .....	150
Tabla 91 Rendimiento sobre patrimonio o capital .....	151
Tabla 92 Rendimientos sobre inversión.....	152



## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	8
Figura 2 Balanza Comercial.....	11
Figura 3 Riesgo País .....	13
Figura 4 Crecimiento Poblacional Sector Cotacollao.....	25
Figura 5 Organigrama Estructural.....	47
Figura 6 Flujograma de comercialización.....	56
Figura 7 Cadena de Valor .....	57
Figura 8 Kitt Bellavei.....	58
Figura 9 Pagina de Facebook.....	61
Figura 10 Página Web.....	61
Figura 11 Catálogo.....	62
Figura 12 Logotipo .....	62
Figura 13 Slogan .....	63
Figura 14 Hoja membretada.....	64
Figura 15 Tarjeta de Presentación.....	65
Figura 16 Dije .....	65
Figura 17 Tomatodo.....	65
Figura 18 Gorra.....	65
Figura 19 Camiseta .....	65
Figura 20 Tasa.....	66
Figura 21 Género .....	79
Figura 22 Actividad Económica .....	80
Figura 23 Preferencia de marcas .....	82
Figura 24 Aceptación de compra .....	83
Figura 25 Aceptación del precio .....	84
Figura 26 Importancia del Cuidado .....	85
Figura 27 Medios de obtención Medios de obtención .....	86
Figura 28 Aprobación del Producto .....	87
Figura 29 Aprobación del Producto.....	88

Figura 30 Lugar de preferencia.....	88
Figura 31 Edad Adecuada para el Uso.....	89
Figura 32 Cuidado del cutis .....	90
Figura 33 Frecuencia de compras .....	91
Figura 34 Aceptación de un distribuidor.....	92
Figura 35 Mapa de Quito .....	104
Figura 36 Micro Localización.....	105
Figura 37 Mapa del sitio .....	106
Figura 38 Matriz SLP.....	110
Figura 39 Distribución de la Planta.....	111
Figura 40 Código de Tabulación.....	111
Figura 41 Gerencia.....	112
Figura 42 Departamento de ventas.....	113
Figura 43 Departamento Administrativo .....	114
Figura 44 Bodega.....	115
Figura 45 Baño.....	116
Figura 46 Parqueadero .....	117
Figura 47 Proceso Productivo .....	118
Figura 48 Figura del Punto de equilibrio .....	149



## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como propósito aportar al cuidado de la salud mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa, dedicada a la importación y comercialización de cremas con colágeno.

El objetivo es aprovechar la creciente demanda de productos para el cuidado de la piel, ya que en los últimos años se ha puesto de moda la comercialización de este tipo de cosméticos solo por la página web, cosa que no es tan confiable si reciben o no, por lo cual se ha enfocado en plantar una distribuidora directa de la comercialización de cremas Bellavei dentro de la ciudad para que lo puedan obtener de manera directa y confiable.

Los alcances de este proyecto es que se puede ayudar en gran medida en el cuidado de la salud, puesto que es muy importante para mantener una piel saludable.

## 1.2 Justificación

El presente proyecto está enfocado en dar a conocer el producto en el País, pretendiendo lograr el fortalecimiento al cuidado de la piel de esta manera aportar a la sociedad y al crecimiento y desarrollo del País.

Nace con una idea que sustenta bajo oportunidades identificadas en el entorno, una de ellas es la necesidad que tienen hoy en día las personas es conservar la piel joven y sana, el envejecimiento es un proceso que no se puede detener y una de las señales son las arrugas, líneas finas y piel seca, teniendo en cuenta sin embargo que el envejecimiento puede ser debido a dos factores por motivos genéticos o por factores ambientales, hay varios productos para el cuidado de la piel en el mercado, que sirven a esta gran demanda de millones de mujeres y hombres que desean una solución para mantener su piel joven y limpia.

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir en su objetivo N.3 Que menciona:

Mejorar la calidad de vida de la Población (SENPLADES, 2013), se puede referenciar el presente proyecto como una herramienta que busca dar mejores opciones de comercialización del producto a la población del sector norte de Quito, así como una fuente de empleo digna a los que conformar la empresa.

Además de acotar beneficios nutritivos contiene ingredientes naturales y es segura porque posee vitamina C, Arbutina, Aceite de Onagra, Extracto de Semilla de Pomelo y Manteca de Karite, que son ricos en vitaminas que es capaz de hidratar y humectar profundamente la piel, evitando la resequedad del viento y los rayos ultravioletas del sol.

Debido a la variedad de ventas de productos de la crema que ofrecen por las redes sociales que no garantizan la entrega y no sean confiables, se ha decidido crear una micro empresa para garantizar la comercialización de este producto.

El estudio de factibilidad tiene el propósito de ofrecer al mercado empresarial y al público en general productos que garantizan una vida saludable, los mismos que son elaborados a base de extractos naturales ricos en vitaminas para mantener una piel saludable.

El estudio se realizará en la zona norte del Distrito metropolitano de Quito, ya que es el sector donde se encuentran varios centros naturistas y farmacias, el motivo de este estudio es poner a la disposición de los clientes el producto, mejorando la calidad de vida de los consumidores y de esta manera también aportar al desarrollo económico de todos los involucrados del proyecto.

## 1.2 Antecedentes

La piel es nuestra barrera de protección ante cualquier cantidad de agentes externos, la misma que es necesario proteger y mantener saludable, ya que una piel sana y cuidada refleja unos óptimos hábitos de salud, higiene y nutrición.

Afirma: (Madrid, 2012, pág. s/p):

Entre las prácticas y productos cosméticos más antiguos todavía en uso se encuentra la crema hidratante. Viejas recetas cosméticas escritas sobre tablillas de arcilla dan testimonio de la existencia de cremas hidratantes en el Egipto faraónico hace más de cinco mil años.

El mismo autor sigue mencionando:

No sorprende que la crema para el cuidado de la piel gozara de popularidad en un medio tan hostil. El cutis no se ha llevado nunca nada bien con el desierto. De hecho, este producto cosmético es, en muchos siglos, anterior al jabón. Los aceites hidratantes se aromatizaban con incienso, tomillo, mirra e incluso con esencias de frutas y frutos secos como la almendra. Las cosmetólogas egipcias de la Antigüedad tenían recetas y remedios para todo tipo de problema relacionado con la piel. Así, las manchas en la cara se trataban con una mascarilla preparada a base de bilis de buey, huevos de avestruz, aceite de oliva, sal, harina, leche y resina vegetal. Las arrugas se combatían con un preparado a base de cera, aceite, estiercol de gacela o de cocodrilo y hojas de enebro molidas, mezclado todo ello con leche fresca, y aromatizado con incienso.

Entre los remedios más extraños para contrarrestar el envejecimiento de la piel, en la Antigüedad, figuró el siguiente, muy practicado en el Medio Oriente: "Falo de buey y vulva de ternera a partes iguales, debidamente secados y molidos". Aquella receta cosmética no está lejos de la recomendación moderna que aconseja, para el mismo fin, "inyecciones de células de feto de ternera".

Menciona: (Sergio, 2011, pág. s/p):

Los antiguos egipcios eran unos presumidos ya que, se han encontrado en las excavaciones muchísimos tarros que contenían ungüentos y perfumes mezclando aceites vegetales conseguían cremas para mantener la piel hidratada y suave. Tenían cremas para las arrugas, fabricadas con incienso, cera, aceite y brotes verdes de ciprés.

Las manos reseca son siempre una molestia para quien tiene que sufrirlas. Se hace difícil trabajar con las manos así, el roce molesta y la piel se lastima. La piel de las manos es una de las partes del cuerpo más expuestas a determinados factores externos que pueden dañarla. Además con la utilización constante del alcohol en gel (Gel antibacterial) y el lavado frecuente de manos que deja la piel tirante, las reseca y en algunos casos, puede incluso producir irritaciones. En este punto, la utilización de jabones no alcalinos que limpien y humecten pero que estén libres de sustancias que puedan secar o irritar la piel, sumado al uso de un hidratante es clave para la protección de las mismas. Afirmó María Laura Franco Junio 2010, Directora Técnica de Laboratorios Roche.

La crema hidratante para las manos a base de gelatina sin sabor se absorbe rápida y fácilmente, sin dejar residuos grasos y permite suavizar, hidratar y proteger la piel. Además la manteca de cacao contiene Vitamina E, un antioxidante que juega un rol importante previniendo los signos del envejecimiento prematuro. Arregla mal hecha

## CAPÍTULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Como señala; (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 131):

Aquí la compañía examina las macro fuerzas (económica, político-legal, sociocultural y tecnológica) y los participantes (compañía, competidores, distribuidores y proveedores) en su entorno. La compañía lleva a cabo un análisis FADO (Fortalezas, Amenazas, Debilidades y Oportunidades) pero de adentro hacia fuera (AODF).

#### 2.1 AMBIENTE EXTERNO

Defiende (Robbins, 2005, pág. 64) que: “El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño. El ambiente externo está formado por dos componentes: el entorno específico y el general como se muestra.”

##### 2.1.1 Factor Económico

Argumenta (Alvarez, 2004, pág. 92) que:

El entorno económico abarca todo aquello que nos rodea y nos afecta o que puede llegar a hacerlo de algún modo. Su apreciación no es sencilla, dado que existen multitud de variables que se relacionan entre sí, cuyos cambios provocan reacciones en cadena.

### 2.1.1.01 Inflación

Agrega (Fabara, 2006, pág. 251) que:

Alternativamente se la puede definir como la sostenida pérdida de valor del dinero a consecuencia de las alzas de los precios. Se produce cuando la demanda agregada excede a la oferta agregada desequilibrio que se elimina a través de los ajustes de precios. La mayoría de los economistas aceptan la hipótesis que los excesos de demanda en los mercados de bienes se generan a consecuencia de un crecimiento desmedido de la oferta de dinero, obligado a elevar los precios.

*Tabla 1 Inflación*

FECHA	VALOR
DICIEMBRE 31 2012	4.16%
DICIEMBRE 31-2013	2.70%
DICIEMBRE 31-2014	3.67%
DICIEMBRE 31-2015	3.38%
DICIEMBRE 31-2016	1.12%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

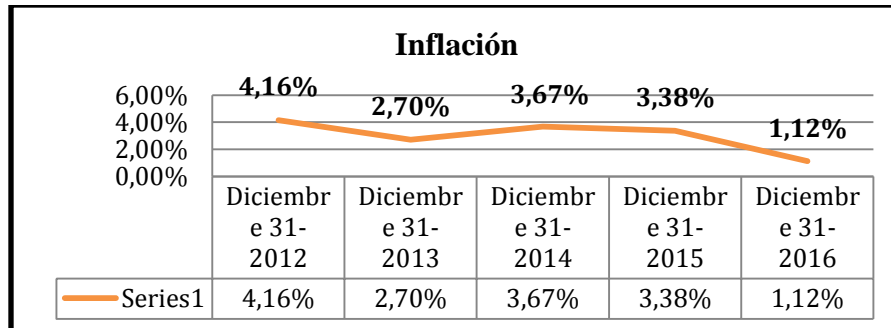


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Según la tabla muestra que, en diciembre del año 2012 a diciembre del 2014, se observa que la inflación ha disminuido e indica que en el año 2015 la inflación anual fue de 3,38% frente al año 2016 el país registro el 1.12% datos que refleja un dinamismo de precios para la canasta familiar y que a pesar de esto puede ser una amenaza para para la ejecución del proyecto.

#### 2.1.1.02 PIB (Producto Interno Bruto)

Añade (Arieta, 2011, pág. 105) que:

El producto Interior Bruto (en adelante PIB) es sin duda el indicador económico más utilizado por todo los países del mundo por ser el termómetro del estado de salud de una economía y es una medida numérica de fácil interpretación que permite comparar la evolución de la economía de un país o continente respecto a otro. Es producto por medir la producción final interior por obtenerse en el territorio del país y bruto por no deducir la pérdida de valor o depreciación que experimenta el capital utilizado para obtenerlo y que deberá de ponerse con parte del valor de lo producido.

Tabla 2 PIB General

AÑO	% DEL PIB
2012	5.60%
2013	4.90%
2014	3.70%
2015	0.20%
2016	-1.70%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

El Producto Interno Bruto, es un indicador económico que a través de este factor podemos medir el valor monetario de cada País, por lo tanto como indica en la tabla en el año del 2012 obtuvo un porcentaje de 5,60% frente a diciembre del año 2016 la tasa de variación es de - 1,70% es muy baja con respecto a los años anteriores, esto se dio debido a varios factores que han afectado, uno de los ingresos más importante es el crudo que ha ocasionado que el precio baje considerablemente, además también por los desastres naturales que se dio, afectando a miles de familias y por ende la productividad no han sido buenas y esto presenta una amenaza para la creación de la empresa.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 3 PIB Sectorial

ACTIVIDADES	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Actividades profesionales, técnicas y administración.	0,43	0,46	-0,13
Enseñanza y servicios sociales y de salud	0,21	0,37	0,23
Manufactura (sin refinación petrolera)	0,39	0,29	-0,07
Comercio	0,44	0,24	-0,08
Administración pública y defensa	0,53	0,24	-0,43
Suministro de electricidad y agua	0,26	0,18	0,23
Transporte	0,27	0,15	0,17
Agricultura	-0,00	0,11	-0,38
Otros servicios	0,19	0,07	-0,19
Pesca (excepto camarón)	0,02	0,04	-0,18
Actividades de servicio financieros	0,21	0,03	-0,05
Servicios domésticos	0,00	0,00	0,01
Alojamientos y servicios de comida	0,06	-0,03	-1,07
Correo y comunicación	0,18	-0,07	-0,74
Construcción	0,38	-0,11	-0,13
Petróleo y minas	0,56	-0,27	0,20

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo al sector de comercialización en el año 2014 obtuvo un porcentaje del 0.44%, para el año 2015 con el 0,24% y para el año 2016 con el -0.08%, por

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

desventaja de varios factores, lo cual se podría considerar una amenaza para la creación de la empresa porque no muestra mayor crecimiento en la comercialización de productos.

### 2.1.1.03 Balanza Comercial

Alude (Fabara, 2006, pág. 98):

Es el registro contable de todas las transacciones económicas realizadas por los residentes de un país con el resto del mundo, en un período determinado de tiempo, generalmente un año. Se registra el total de pagos hechos al extranjero y el total de los ingresos recibidos del extranjero.

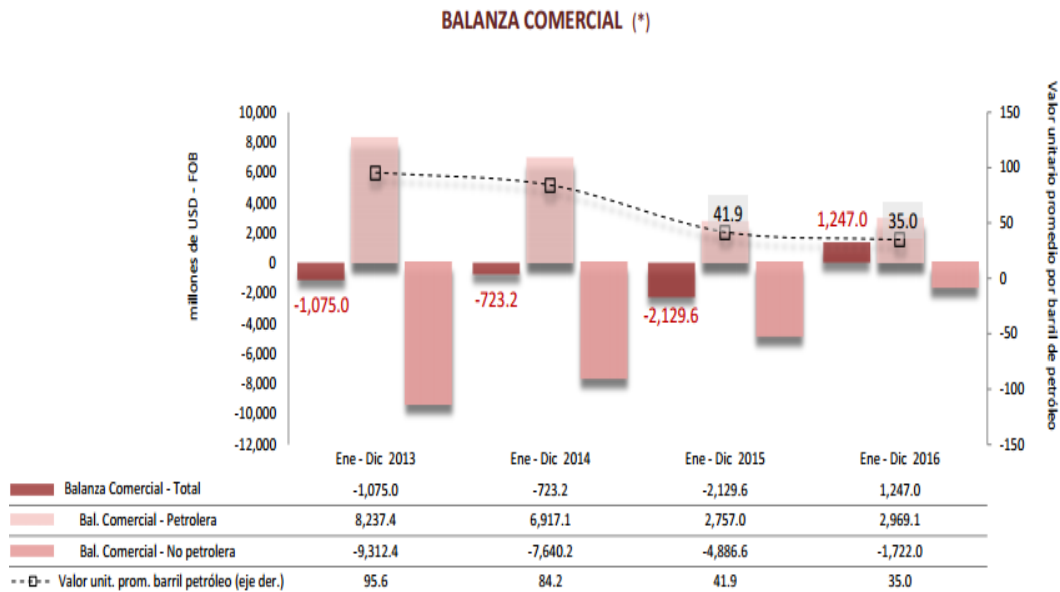


Figura 2 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## Análisis:

Según indica en la Balanza Comercial que, a diciembre del año 2013, obtuvo un valor de -1,075.0 frente a las importaciones y exportaciones a diciembre del año del 2016 refleja que registro un superávit de 1.247,0 lo cual ascendió en la balanza comercial del país, sin embargo, indica que no es por el aumento a las exportaciones, sino más bien a la disminución de las importaciones y de tal manera haya crecimiento comercial dentro del país.

### 2.1.1.04 Riesgo País

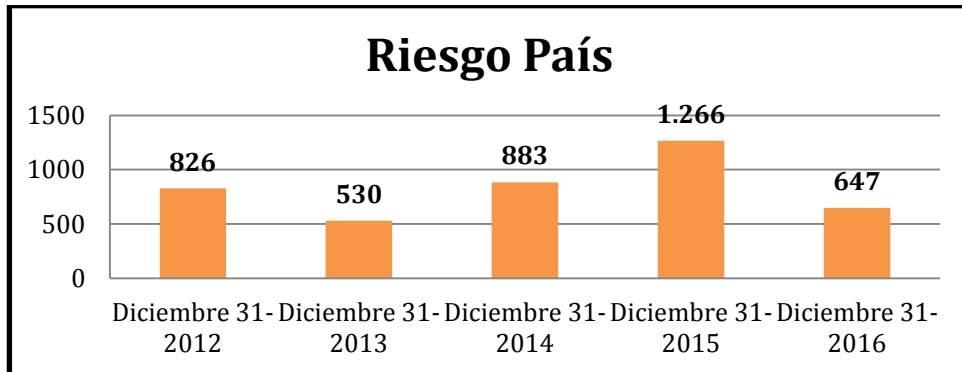
Indica (Lapitz, Gorfinkiel, Acosta, & Gudynas, 2005) que: “Éste, normalmente, indica el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país. Mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos de los intereses y del principal de un crédito al momento de su vencimiento”.

Tabla 4 Riesgo País

FECHA	VALOR	VARIACIÓN
DICIEMBRE 31-2012	826	0.12%
DICIEMBRE 31-2013	530	-0,38%
DICIEMBRE 31-2014	883	0,23%
DICIEMBRE 31-2015	1266	0.32%
DICIEMBRE 31-2016	647	1,73%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy



*Figura 3 Riesgo País*  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### **Análisis:**

Según datos obtenidos se observa que en diciembre del año 2012 se obtuvo un riesgo del 0,12%, e indica que en el año 2013 se reflejó con un -0,38 %, de igual manera para el año 2014 se ratificó con un valor de 0,23% además muestra para el año 2015 se identificó con 0,32%, y para el 2016 refleja el 1,73%, lo cual este indicador no ha dejado de subir pese a que el Gobierno ha realizado varios esfuerzos para bajar y cumplir con los pagos a tiempo de los endeudamiento con el Ecuador y sin embargo esto representa una amenaza para los inversionistas.

#### **2.1.1.04.01 DAV (Declaración Andina de Valor)**

**Artículo 1: Generación de la DAV:** Los datos requeridos para la Declaración Andina del Valor (DAV) serán extraídos de los datos ingresados y transmitidos en la misma Declaración Aduanera de Importación (DAI). Una vez transmitida la Declaración Aduanera de Importación (DAI) el sistema informático podrá generar electrónicamente, en caso de ser necesario, la respectiva Declaración Andina de Valor (DAV) que gozará de plena validez legal.

#### **2.1.1.04.02 Tasas Arancelarias a Cosméticos**

En general, los productos cosméticos no están afectados por la cláusula de salvaguardia. Solamente algunos productos en concreto están afectados por el sobre-tasa arancelario: perfumes, sales de baño, inciensos, y preparaciones para lentes de contacto soportan una sobre-tasa arancelaria del 45%. La mayoría de las grandes empresas importadoras, que son a su vez grandes fabricantes internacionales, llegaron a acuerdos de reducción voluntaria de las importaciones con el MIPRO en el año 2014, de 2 años de duración, y se comprometieron a incrementar la producción local.

#### **Normas Técnicas**

El Gobierno de Ecuador aprobó en noviembre 2013, con carácter de emergente (entrada en vigor inmediata), la norma RTE- 093 por la que se imponen normas referentes a la calidad microbiológica, listas de ingredientes, etc. Aunque esta nueva norma se

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

considera por el sector como restrictiva, los fabricantes no tienen problema en cumplirlas.

### **Registro Sanitario**

Para los productos cosméticos ya no se habla de Registro Sanitario sino de Notificación Sanitaria Obligatoria. La fuente normativa que rige la NSO son las resoluciones 516 (cosméticos) y 706 (higiénicos de la comunidad andina) () de Andina, (organismo supranacional que reúne Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).

*Tabla 5 Tasa Arancelaria*

Subpartida	Descripción Arancelaria	Tasa Arancelaria
33.04.99.00	Cosméticos	45%

**Fuente:** Aduana del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 2.1.1.04.03 Ley de Aduana

**Art. 9.- Tributos al Comercio Exterior.** - Los tributos al comercio exterior son:

- a) Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles;
- b) Los impuestos establecidos en leyes especiales; y,
- c) Las tasas por servicios aduaneros.

La Corporación Aduanera Ecuatoriana mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

**Art. 11.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera.** - Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo.

Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

**Art. 12.- Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera.** - El hecho generador de la obligación tributaria aduanera, es el ingreso o salida de los bienes; para el pago de impuestos al comercio exterior, es la presentación de la declaración; en las tasas, es la prestación de servicios aduaneros.

**Art. 13.- Nacimiento de la Obligación Tributaria Aduanera.** - La obligación tributaria aduanera, en el caso de los impuestos, nace al momento de la aceptación de la declaración por la Administración Aduanera; en el de las tasas, nace por la utilización del respectivo servicio aduanero.

**Art. 14.- Base Imponible.** - La base imponible de los impuestos arancelarios, en las importaciones es el valor CIF y en las exportaciones es el valor FOB de las mercancías, determinados según las normas del valor en aduana.

La Corporación Aduanera Ecuatoriana, mediante resolución dictará las normas correspondientes sobre el valor en aduana de las mercancías, en base al Convenio de Adhesión del Ecuador a la Organización Mundial de Comercio.

Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera, serán convertidos a dólares de los Estados Unidos de América.

**Art. 15.- Impuestos Aplicables.** - Los impuestos al comercio exterior aplicables para el cumplimiento de la obligación tributaria aduanera son los vigentes a la fecha de la presentación de la declaración a consumo.

Con sujeción a los convenios internacionales y cuando las necesidades del país lo requieran, el Presidente de la República, mediante decreto y previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, COMEXI, establecerá, reformará o suprimirá los aranceles, tanto en su nomenclatura como en sus tarifas.

**Art. 19.- Plazos para el Pago.** - Los impuestos aduaneros se pagarán en los siguientes plazos:

- a) En el caso de la autoliquidación, dentro de los dos días hábiles de aceptada la declaración o de realizado el aforo físico en los casos en los que éste proceda; y,
- b) En los demás casos, dentro de los ocho días hábiles de la notificación del título de crédito u orden de cobro.

El pago de las tasas aduaneras se realizará dentro de los dos días hábiles siguientes a

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

la prestación efectiva del servicio.

El pago de las obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos no genera intereses. En materia aduanera no se concederá facilidades de pago.

**Art. 20.- Recaudación.** - Las obligaciones tributarias aduaneras serán recaudadas por las instituciones del Sistema Financiero Nacional autorizadas por el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

### **OPERACIONES ADUANERAS**

Art. 31.- Recepción del Medio de Transporte. - Todo medio o unidad de transporte será recibido en la zona primaria por el distrito de ingreso, al que presentarán los siguientes documentos exigibles: manifiesto de carga internacional o carta de porte, lista de pasajeros y tripulantes, lista de suministros y rancho; y, guía de valija postal, en su caso.

Art. 39.- Almacenamiento Temporal. - Las mercancías descargadas serán entregadas por el transportista a las bodegas de almacenamiento temporal dentro de las veinte y cuatro horas siguientes al descargue, bajo el control distrital, en espera de la declaración respectiva.

### **DECLARACION ADUANERA**

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.

El Gerente Distrital podrá autorizar el desaduanamiento directo de las mercancías en

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

los casos previstos en el reglamento y previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el mismo.

Art. 44.- Documentos de Acompañamiento. - A la declaración aduanera se acompañarán los siguientes documentos:

- a) Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte;
- b) Factura comercial y póliza de seguro expedida de conformidad con la Ley;
- d) Certificado de origen cuando proceda;
- f) Los demás exigibles por regulaciones expedidas por el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones – Comexi – y/o por el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, en el ámbito de sus competencias.

Tabla 6 Tipo de tributo aduanero

<b>PRECIO FOB:</b> Costo de la mercadería en la factura	
<b>FLETE:</b> 1,50 por cada kilo de los bienes tributales.	
<b>SEGURO:</b> 2% de la suma del precio FOB + Flete	
<b>Tipo de Tributo</b>	<b>Descripción</b>
Ad- Valoren	Impuesto Administrativo por el servicio Nacional de Aduanas del Ecuador / SENAE que equivale al 20% del CIF
Fodinfra (Fondo de Desarrollo para la infancia)	Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
Iva	Del subtotal se calcula el 14%
Salvaguardia	Corresponde al 14% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE

**Fuente:** Aduana del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 2.1.1.05 Tasa de Interés

Desde el punto de vista de (Delgado & Martillo, 2007, pág. 30): “Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero”.

### 2.1.1.05.01 Tasa Activa

Expresados en términos de (Delgado & Martillo, 2007, pág. 30): “Precio que cobra una persona o institución crediticia por el dinero que presta”.

Tabla 7 Tasa Activa

Tasas de Interés			
DICIEMBRE 2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.48	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.15	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.35	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.10	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.92	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.00	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.77	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.69	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.50	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.86	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.26	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.15	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.48	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.19	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## **Análisis:**

En diciembre del año 2016 la tasa de interés activa para créditos de PYMES, se encuentra en el 11.83%, lo que resulta una oportunidad muy buena para la creación de una micro empresa y en cuanto efectué un préstamo debido a que es considerable el porcentaje que se cobra y no tendría mayor incomodidad al adquirir uno de estas alternativas.

### **2.1.1.03.02 Tasa Pasiva**

En opinión de (Herrera, 2013, pág. 71): “La tasa de interés es el porcentaje que se cobra por una cantidad prestada de dinero en un tiempo específico (usualmente 1 año), aunque en muchos casos las tasas de interés se expresan en periodos mensuales.

Tabla 8 Tasa Pasiva

<b>2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Depósitos a plazo	5.12	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	0.62	Depósitos de Tarjetahabientes	1.29
Operaciones de Reporto	0.17		
<b>3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Plazo 30-60	4.06	Plazo 121-180	5.51
Plazo 61-90	4.27	Plazo 181-360	6.03
Plazo 91-120	5.20	Plazo 361 y más	7.52
<b>4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO</b>			
<b>(según regulación No. 009-2010)</b>			
<b>5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</b>			
<b>6. OTRAS TASAS REFERENCIALES</b>			
Tasa Pasiva Referencial	5.12	Tasa Legal	8.10
Tasa Activa Referencial	8.10	Tasa Máxima Convencional	9.33

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### **Análisis:**

Según indica la tabla de la tasa de interés pasiva referencial por plazo de 30 a 60 días tiene un porcentaje del 4,06 % actual, este valor representa muy favorable y se considera una oportunidad, lo que se puede realizar una inversión de fuerza media es decir a corto plazo, ya que el capital del negocio debe estar circulando y a través de esto generar rentabilidad para la empresa.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 2.1 2 FACTOR SOCIAL

Concluyo que; (Azua, 2009, pág. 2):

En El factor social, la autora explora el efecto de la Edad Social sobre la economía y las relaciones laborales como consecuencia de tres factores principales: el exceso de información creado en la Edad de la Información; la estandarización de la tecnología, que posibilita el consumo masivo de los medios de comunicación básicos (teléfonos móviles); y la disponibilidad de la comunicación de bajo coste vía Internet (wikis y redes sociales). Estas tres fuerzas están cambiando radicalmente la manera en que las empresas compiten en el siglo XXI.

### 2.1.2.01 Crecimiento Poblacional

Empleando las palabras de (Damianovic, 2008):

Es el cociente entre el incremento medio anual total (nacimientos menos defunciones más inmigrantes y menos emigrantes) ocurrido durante un periodo determinado y la población media del mismo periodo. Puede definirse también como la suma algebraica de la tasa de crecimiento natural y la tasa de migración neta de la población.

*Tabla 9 Tasa de Crecimiento Poblacional de Quito*

**Población Quito**

**2'781.641**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

PARROQUIAS	Poblacion Censo		Tasa de crecimiento demografico%	Incremento%	Proyeccion año y Tasa de Crecimiento(tc)									
	1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL ADMINISTRACION	167,304	262,393	4.2	57	296,971	3.1	340,193	2.8	383,415	2.4	426,638	2.2	469,860	1.9
COTOCOLLAO	28,322	33,028	1.4	17	32,784	-0.2	31,133	-1.0	28,188	-2.0	24,287	-2.8	19,838	-4.0

Figura 4 Crecimiento Poblacional Sector Cotocollao

Fuente: sthv.quito.gob.ec

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo al último censo realizado en el año 2010, la tasa de crecimiento de la población del sector no muestra tener buenos resultados y se observa que el ritmo de crecimiento es del  $-2,0\%$  que va en disminución para el año 2020 contará con una población de aproximado de 24.287 habitantes, lo cual no representa para la micro empresa contar con una de intensidad de habitantes.

#### 2.1.2.02 Tasa de Desempleo

A juicio de (Krugman , Wells , & Olney , 2008, pág. 384) menciona que:

La tasa de desempleo es un indicador del estado del mercado de trabajo, no una medición literal del porcentaje de trabajadores que no se encuentran trabajando. Por un lado, la tasa de desempleo puede sobreestimar el verdadero nivel de desempleo porque es normal que un trabajador que busca empleo.

Tabla 10 Tasa de Desempleo de Quito

AÑO	PORCENTAJE
2012	4,43%
2013	4,04%
2014	3,22%
2015	4,93%
2016	8,71%

Fuente: INEC

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Los resultados obtenidos, reflejan que el nivel de desempleo continua en aumento para el año 2016 que reflejó con un 8,71%, lo cual indica un crecimiento de desempleo de los habitantes, por lo que el Ecuador no ha estado viviendo sus buenos momentos en lo que se refiere a economía, por lo tanto esto ha afectado a varias de las empresas y quedando desempleadas varias personas, que sin embargo se lo puede mejorar la calidad de vida con la creación de la micro empresa para solventar fuentes de empleo y ayudar con un trabajo digno.

### 2.1.2.03 PEA (Población Económica Activa)

Publica (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014, pág. 6):

Personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aun que no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados); o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desocupados).

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 11 Tabla Población Económica Activa

Edad	Total
19 – 35	1.404
36 – 64	1.423
65 – y mas	407
<b>TOTAL</b>	<b>3.234</b>

**Fuente:** quito.gob.ec

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados que muestran en la tabla entre el rango de 19 a 65 años, para el año 2016 se cuenta con una población de 3.234 lo cual se considera una oportunidad, ya que son personas adultas que pueden tener un trabajo sustentable y a través de esto pueden adquirir el producto con libertad, beneficiando al usuario en el cuidado de la piel.

### **2.1.3 FACTOR LEGAL**

Escribe (Miranda, 2016, pág. 185) que:

Toda organización social posee un andamiaje jurídico e institucional que regula los derechos y los deberes, en las relaciones establecidas entre sus diferentes miembros. Este contexto parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresan en forma prohibitiva o permisiva.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 2.1.3.01 Requisitos para la obtención del Ruc

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a no Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.

### 2.1.3.02 Requisitos para permiso de funcionamiento

- ✓ Solicitud de permiso de funcionamiento
- ✓ Planilla de Inspección
- ✓ Título del profesional responsable (Bioquímico farmacéutico copia) excepto para distribuidoras naturistas.
- ✓ Certificado del CONESUP
- ✓ Lista de productos con número de Registro Sanitario
- ✓ Carné del curso sobre manejo de productos naturales (solo para tiendas naturistas)
- ✓ Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- ✓ Copia del RUC del establecimiento.

- ✓ Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- ✓ Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos permiso de Funcionamiento.

### **2.1.3.03 Requisitos para sacar permiso de bomberos**

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informe favorable de la inspección
- ✓ Copia del RUC; y
- ✓ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

### **2.1.3.04 Permiso de Municipio**

- ✓ Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- ✓ Permiso Sanitario
- ✓ Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- ✓ Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- ✓ Permiso Ambiental
- ✓ Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- ✓ Actividades Turísticas

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- ✓ Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- ✓ General de Policía

### **2.1.3.05 Patentes Municipales**

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Quito, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

- ✓ Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ RUC actualizado.
- ✓ Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- ✓ Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- ✓ Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

### **2.1.3.06 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS**

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema e historia laboral que contiene el registro patronal que se realiza a través de la página web

- ✓ Actualización de datos de registro patronal

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- ✓ Escoger al sector al que pertenece privado o público y domesticado
- ✓ Digitar el número de Ruc y
- ✓ Seleccionar el tipo de empleador
- ✓ Además, deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos
- ✓ Solicitud de entrega de clave Registro)
- ✓ Copia de Ruc excepto para el empleador domestico)
- ✓ Foto a color tamaño carnet
- ✓ Tipo de sangre

#### **2.1.3.07 Permiso de Salud**

- ✓ Solicitud para permiso de funcionamiento
- ✓ Copia del RUC del establecimiento
- ✓ Plano del local a escala 1.50
- ✓ Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- ✓ Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- ✓ Copias de la Cédula de ciudadanía o pasaporte del propietario o representante legal
- ✓ Copia de la Papeleta de votación del propietario o representante legal
- ✓ Copia certificada o notariada del nombramiento del representante legal
- ✓ Copia certificada o notariada del Título del profesional responsable técnico registrado en el Ministerio de Salud Pública (Bioquímico farmacéutico o

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Químico farmacéutico opción tecnología farmacéutica).

- ✓ Copia del registro del título en el SENESCYT
- ✓ Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- ✓ Lista de productos con el respectivo registro sanitario.
- ✓ Contrato de trabajo actualizado con el Químico Farmacéutico o Bioquímico

Farmacéutico, en el que conste por lo menos 20 horas de servicios profesionales.

- ✓ Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

## 2.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO

Según (Saenz, 2010, pág. 90) :

La tasa del crecimiento de la economía se ve afectada por el número de las nuevas tecnologías. Los descubrimientos tecnológicos no surgen con regularidad. La economía puede sufrir estancamientos en el lapso existen entre las principales innovaciones. Mientras tanto las innovaciones de menor importancia llenan la brecha de innovaciones mayores. Toda tecnología trae consecuencias a largo plazo, no siempre predecibles.

### Análisis:

La empresa contara con la implementación de equipos tecnológicos para el buen desempeño en el proyecto que son considerados como una oportunidad ya que a través de estos se realizaran las actividades que se lleven a cabo, tal como sistemas

operativos y equipos que disminuyan el tiempo y tenga mayor rendimiento dentro de la organización.

## **2.2 ENTORNO LOCAL**

Detalla (López López, 2010, pág. 233): " Es el conjunto de factores socioculturales, políticos-legales, económicos y tecnológicos que delimitan el marco general en el que la empresa va a actuar o actúa y que contiene las pautas con las que la organización se debe mover."

### **2.2.1 Clientes**

Ratifica (Rodríguez, 2008, pág. 365) que:

"Los clientes en una economía de mercado deciden a quien le compran con base en el producto, servicio, precio y otros elementos subjetivos que ciertos clientes ponderan. En un mercado altamente competitivo, los clientes pueden ser la fuerza más importante."

#### **2.2.1.01 Clientes Internos**

Es la unión de trabajo integrado por el personal específicamente capacitado para desempeñar las funciones administrativas dentro de la empresa, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor de tal manera que puedan aportar al desarrollo de la empresa a cumplir los resultados positivos y alcanzar con el propósito planificado.

### 2.2.1.02 Clientes Externos

Son esenciales porque proporcionan los ingresos que necesita la empresa, los cuales se los debe demostrar la mayor atención al realizar una venta o servicio, brindando un valor agregado ya que ese es el éxito de cada negocio y así poder garantizar nuestro producto y fidelizar a cada cliente.

#### **Análisis:**

La micro empresa tiene ventajas a su favor ya que hoy en día la mayoría de personas optan por tener una piel joven, el cual es una oportunidad para comercializar y distribuir de manera directa el producto de buena calidad.

### 2.1.1.02 Proveedores

Escribe (Rodríguez, 2008, pág. 365):

Puesto que ellos en ocasiones fijan las reglas del juego en el precio de los insumos principales. Los proveedores no sólo son los que abastecen a la empresa de la materia prima, maquinaria o equipo, sino todos los que le proporcionan algo a cambio de recursos. Por ejemplo, el sindicato, el mercado laboral o el sistema educativo proporcionan el factor humano; el Estado proporciona servicios tales como energía eléctrica, carreteras, etc. Los aspectos tributarios y sus reglamentos son proveedores de información y de normas de actuación.

Tabla 12 Tabla de Proveedores

Proveedor de Cremas		
Proveedor	Descripción	Producto
Coschemsupply	13992 Van Ness Ave/ 90249 Gardena	Sto. Louis Missouri
Dollar Tree	3550 Biscayne Blvd #309	Miami
Farmacia Pasteur	Cl 49-57 Medellín	Venta y Pedido de cremas

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Este componente es uno de los elementos más importante para la existencia de la empresa, debido a que la calidad del producto es muy buena para mantener una piel radiante, para lo cual la empresa contará con suficiente stock y no existirá escasez, para el manejo de la mejor selección de la operación con los proveedores es cancelar las facturas en 30 y 60 días, ya que de esta manera se podrá vender parte de los productos y no necesitar financiar tanto.

### 2.2.3 Competidores

Explican (Krugman, Wells, & Olney, 2008): “Los competidores perfectos consideran el precio al que pueden vender su producto como dato dado”.

Tabla 13 Competencia Directa

COMPETENCIA DIRECTA		
Empresa	Dirección	Factor Diferenciación
Yanbal Ecuador S.A	Av. Naciones Unidas E3 39 y Amazonas	Descuento por la segunda compra hasta 40%
AVON S.A	Av. 10 de Agosto N52 107 y Cap. Ramón Borja	Costos y Promociones
Hebalife del Ecuador	Av. 10 de Agosto N52 107 y Cap. Ramón Borja	Información Adecuada

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 14 Competencia Indirecta

COMPETENCIA INDIRECTA		
Empresa	Dirección	Factor Diferenciación
Comercial Sandrita	Calle Chile y Mejía	Precios económicos
Centro Naturista	Quicentro Shopping, NNUU y Shyris Local 110	Marcas con precios económicos
Farmacia Cruz Azul	Lizardo Ruiz 1011 y Av. 25 de Mayo	Cadena de tiendas

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## **Análisis:**

Una de las principales ventajas del kitt de crema Bellavei es su marca, si bien es cierto el precio del producto es elevado a diferencia de marcas que ya están posesionadas que cuesta menos y que brindan casi el mismo beneficio pero que no tienen resultados exitosos, sin embargo el Kitt de marca Bellavei, es un producto que contiene vitaminas naturales a base de aceite y colágeno que ayuda a nutrir profundamente en la piel, manteniéndola fresca y joven, es poco comerciable dentro del país, ya que solo se encuentra por medio de la web y no es confiable por ende se desea plantar una distribuidora directa.

## **2.3 ANÁLISIS INTERNO**

Afirma (Rojas Graell & Bertran Codina, 2010, pág. 202):

El análisis interno de la compañía consiste en valorar todos los aspectos del funcionamiento interno de la empresa que puedan ayudar a determinar los objetivos del diagnóstico, esto es, la determinación de las causas de la situación actual de la empresa, y los detalles del dicho estado actual.

### **2.3.1 Propuesta Estratégica**

Contar con productos ricos en vitaminas que garanticen el bienestar de cada persona y se sientan satisfechos con el producto obtenido además llevando el control y evaluación de la atención recibida por el actor, así mismo la empresa contara una imagen adecuada en el negocio dándose a conocer lo que se ofrece, ya que el desafío

es convertirse en una empresa líder en el mercado en conjunto con el equipo de trabajo y gestionar las demandas de la sociedad.

## Misión

Explica (Munch, 2010, pág. 43) qué:

La misión es la definición amplia del propósito de la empresa y la descripción del negocio o giro al que se dedica.

Las siguientes tres preguntas son básicas para definir la misión:

¿Qué somos?

¿A qué nos dedicamos?

¿Cuál es nuestro valor agregado y/o ventaja competitiva?

Tabla 15 Formulación de la Misión

<b>PRINCIPIOS</b>	
<b>Calidad del Producto</b>	Contar con productos originales que garanticen al cliente.
<b>Trabajo en equipo</b>	Que cada empleado aporte con ideas innovadoras para el desempeño laboral.
<b>VALORES</b>	
<b>Confiabilidad</b>	Ayudar a que los trabajos sean culminados satisfactoriamente.
<b>Respeto</b>	Demostrar con importantes acciones y evitando ofender con los demás compañeros de trabajo.
<b>Responsabilidad</b>	Esclarecer las normas que existe dentro de la empresa
<b>Lealtad</b>	Conservarse integro en compromiso con la empresa
<b>Honestidad</b>	Dar a conocer lo que no es agradable en el desempeño laboral
<b>Compromiso</b>	Trabajar con entusiasmo para lograr con las metas propuestas
<b>ELEMNETOS PARA DEFINIR LA MISION</b>	
<b>Naturaleza del negocio</b>	Hombres y Mujeres
<b>Razón de ser o existir</b>	Brindar un producto de buena calidad
<b>Mercado al que sirve</b>	Sociedad
<b>Característica del Producto</b>	Con alto contenido vitamínico para la piel
<b>Principios y Valores</b>	Trabajo en equipo, Responsabilidad y Compromiso

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## **Misión**

La empresa FLORSKIN S.A, estará dedicada a la comercialización de productos originales para el cuidado de la piel, ricos en vitaminas de alta calidad a un costo considerable y a la misma vez demostrando respeto, confiabilidad y honestidad con los productos que se ofrece.

## **Visión**

Desde el punto de vista de (Munch, 2010, pág. 44): “La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización, provee dirección y estimula acciones concretas para lograrla.”

Tabla 16 Formulación de la Visión

<b>PRINCIPIOS</b>	
<b>Calidad del Producto</b>	Contar con productos originales que garanticen al cliente.
<b>Trabajo en equipo</b>	Que cada empleado aporte con ideas innovadoras para el desempeño laboral.
<b>VALORES</b>	
<b>Confiabilidad</b>	Ayudar a que los trabajos sean culminados satisfactoriamente.
<b>Respeto</b>	Demostrar con importantes acciones y evitando ofender con los demás compañeros de trabajo.
<b>Responsabilidad</b>	Esclarecer las normas que existe dentro de la empresa
<b>Lealtad</b>	Conservarse integro en compromiso con la empresa
<b>Honestidad</b>	Dar a conocer lo que no es agradable en el desempeño laboral
<b>Compromiso</b>	Trabajar con entusiasmo para lograr con las metas propuestas
<b>ELEMNETOS PARA DEFINIR LA VISION</b>	
<b>Posición deseada en el Mercado</b>	Alcanzar reconocimiento en la ciudad y el País, en la comercialización de las cremas para la piel.
<b>Tiempo</b>	5 años
<b>Mercado de la Empresa</b>	Cotocollao
<b>Productos o Servicios</b>	Productos que garantice la salud de las personas
<b>Principios y Valores</b>	Calidad y beneficio que garanticen al cliente.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## VISIÓN

FLORSKIN S.A, busca alcanzar reconocimiento dentro de la ciudad de Quito en el año 2022, como referente a nivel nacional generando en los clientes un grado máximo de satisfacción con calidad, confiabilidad y responsabilidad, con altos niveles de competitividad y forjando al desarrollo económico al país.

### 2.3.1.4 OBJETIVOS

#### 2.3.1.3.1 Objetivo General

Comercializar la crema, ofreciendo así al mercado una alternativa de productos ricos en vitaminas que, por sus beneficios originarios de la planta, ayuda a cuidar la piel y proporciona al consumidor un producto de calidad.

#### 2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar el mercado actual y potencial dentro de la ciudad de Quito, con el fin de identificar el mercado meta.
- Evaluar mediante un estudio técnico la viabilidad de la empresa comercializadora de cremas para el cuidado de la piel.
- Determinar la rentabilidad económica para la creación de la empresa comercializadora de productos para el cuidado de la piel.

- Identificar las preferencias de los consumidores por los tipos de productos que utilizan en la ciudad.
- Distribuir de manera efectiva el producto, para que satisfaga las necesidades del cliente.

#### **2.3.1.4 Principios o Valores**

Son pautas que orientan, el cual debe de cumplir todas las normas o reglas por una institución.

##### **2.3.1.4.1 Principios**

#### **Trabajo en equipo**

Es uno de los factores principales que busca la empresa, que a través de esto se logre la colaboración de quienes conforman la organización, con el fin de obtener buenos resultados en menor tiempo.

#### **Calidad**

Efectuar la calidad del producto para garantizar la plena satisfacción de los clientes, convirtiéndola en un principio prioritario para seguirla mejorando.

### **La innovación e investigación continúa**

Es necesario desarrollar políticas de innovación que generen nuevos productos, crean nuevas necesidades y que todo esto conlleve a la satisfacción del cliente.

### **Establecer los precios más competitivos**

Establecer precios que no se alejen de la realidad del mercado y la eficiencia de ser competitivos.

### **Permanencia**

Los que integren la empresa aporten con nuevas ideas innovadoras para el negocio de acuerdo a las necesidades de la sociedad y al mercado actual.

### **2.3.1.5 Valores**

Según (Munch, 2010, pág. 43) "Pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa. Los valores deben compartirse y practicarse por todos los miembros de la empresa."

### **Responsabilidad**

Lograr generar responsabilidad entre la empresa con los clientes y de esta manera brindar un servicio satisfactorio.

### **Calidad**

Cumplimiento con todas las normas de calidad y así el cliente se sienta seguro de los productos que ofrecemos.

### **Honestidad**

Generar confianza entre la empresa y nuestros clientes, actuando siempre con veracidad.

### **Compromiso**

Comprometernos con nuestros clientes y empleados a ofrecer productos de calidad para que se sientan seguros al consumir.

### **Confianza**

El cliente debe percibir cordialidad entre compañeros de trabajo y a su vez se sienta augusto al visitar nuestro local.

### **Gestión Administrativa**

Según (Griffin, 2011, pág. 8) dice: “La administración incluye cuatro actividades básicas planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control. En una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de un negocio.”

### 2.3.2.01 Planificación

Según (Franklin, 2010, pág. 56) :

Para un gerente y para un grupo de empleados es importante decidir, o estar identificado con los objetivos que se van alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de que trabajo necesita hacerse, cuando y como se hora, cuáles serán los necesarios componentes del trabajo, las contribuciones de cada uno de tales componentes y la forma de lograrlos. En esencia, se formula un plan o un patrón integrado predeterminado de las futuras actividades. Esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia adelante. En pocas palabras, es necesario la planeación. Esta es una función fundamental de la administración.

Tabla 17 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Constitución de la empresa																								
2 Crédito bancario																								
3 Sacar el Ruc																								
4 Obtención del permiso de funcionamiento																								
5 Compra de los productos																								
6 Contratación del personal																								
7 Inicio de actividades																								

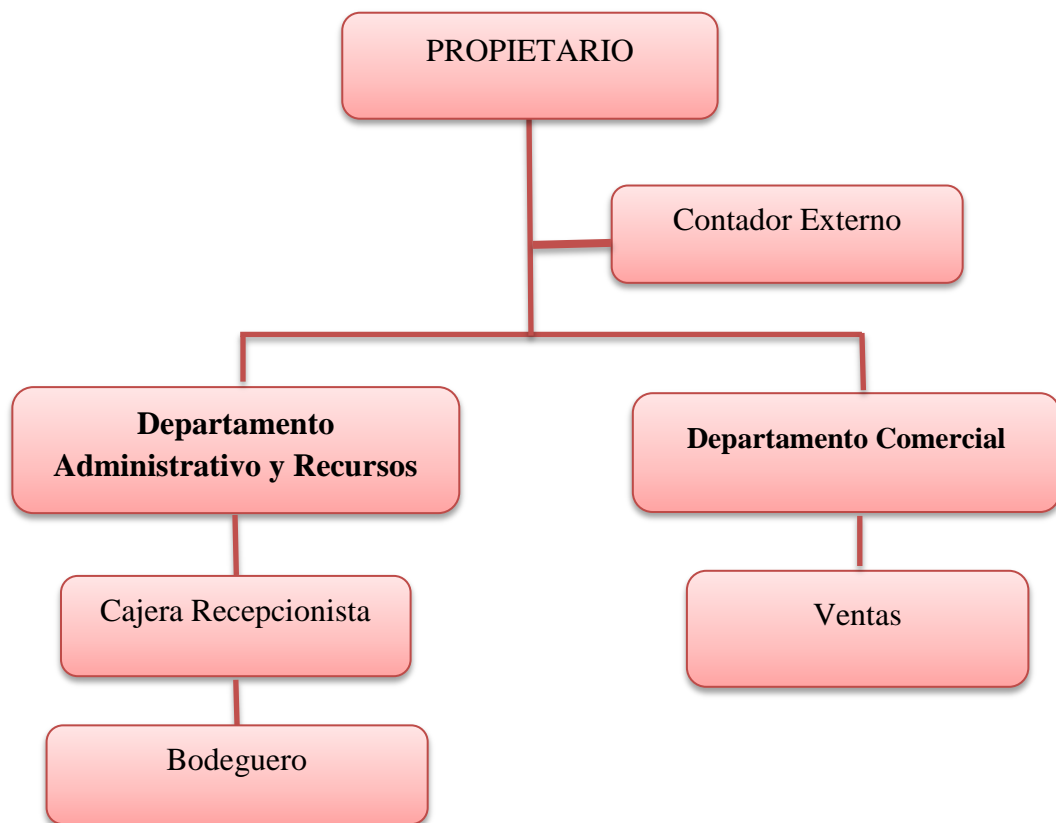
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### 2.3.2.02 Organización

Concluyo que (Arizpe, 2011, pág. 19): “Agrupamiento ordenado de funciones, tareas, actividades y progresos en el que cada persona asume una función en coordinación con las demás para obtener un fin común”.

#### 2.3.2.02.01 Organigrama Estructural



*Figura 5 Organigrama Estructural*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### 2.3.2.02.02 Manual de Funciones y perfil de cargo

Enuncia (Munch, 2010, pág. 71)qué:

“Los manuales, de acuerdo con su contenido, pueden ser políticas, departamentales, organizacionales, de procedimientos, específicos, de técnicas y de puestos”.

## ADMINISTRADOR

Tabla 18 Perfil de cargo y funciones del Administrador

ADMINISTRADOR
Cargo: Administrador
Dependencia: Área Administrativa
Misión del Cargo: Responsable del Funcionamiento Administrativo de la Empresa.
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Perfil</b></li> </ul> <p>Educación: Título de Administrador de Empresas</p> <p>Experiencia: Experiencia Profesional de mínimo de 3 años en cargos afines.</p> <p>Habilidades: Liderazgo, empatía, honradez, disciplina, trabajo en equipo, ética.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Autoridad</b></li> </ul> <p>Responde ante: Gerente Propietario</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Funciones</b></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mostrar información acerca de la liquidez y solvencia de la empresa.</li> <li>✓ Elaborar estrategias de desarrollo, publicidad, organización, dirección y control de la empresa.</li> <li>✓ Aportar con ideas innovadoras que puedan facilitar al trabajador.</li> <li>✓ Intervenir en la comercialización del producto</li> <li>✓ Controlar el área de ventas</li> <li>✓ Cuantificar los recursos económicos que posee la empresa.</li> <li>✓ Realizar un control previo de contratos, facturas, liquidaciones, proyectos entre otros.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 19 Perfil de cargo y funciones del Contador

CAJERA - CONTADOR
<p>Cargo: Asistente- Contador</p> <p>Dependencia: Área Administrativa y Financiera</p> <p>Misión del cargo: Responsable del ingreso de información contable de manera oportuna y confiable, además de asistir en la parte administrativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Perfil</b></li> </ul> <p>Educación: Estudios en Contabilidad, Finanzas o Administración de Empresas</p> <p>Experiencia: Experiencia Profesional de mínimo de 2 años en cargos afines.</p> <p>Habilidades: Liderazgo, empatía, honradez, disciplina, trabajo en equipo, ética.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Autoridad</b></li> </ul> <p>Responde ante: Administrador</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar y llevar el sistema de contabilidad al día y en forma automatizada.</li> <li>✓ Realizar la codificación contable y presupuestaria.</li> <li>✓ Elaborar balances mensuales, semestrales y anuales.</li> <li>✓ Realizar un control previo y concurrentes a las operaciones diarias</li> <li>✓ Realizar las declaraciones de manera oportuna y cumplir con todas las obligaciones.</li> <li>✓ Revisar que se encuentren bien realizadas las facturas, seguridad social y tramitar los comprobantes de depósitos respectivos.</li> <li>✓ Preparar órdenes de pago y cheques.</li> <li>✓ Verificar y registrar contablemente todos los ingresos y gastos.</li> <li>✓ Contestar el teléfono y atención al cliente.</li> </ul> </li> </ul>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 20 Perfil de cargo y funciones del Vendedor

VENTAS
<p>Cargo: Vendedor</p> <p>Dependencia: Ventas</p> <p>Misión del cargo: Responsable de establecer un nexo entre el cliente y la empresa, contribuir a la solución de problemas, administrar su zona de ventas e integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa como son las promociones y publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Perfil</b></li> </ul> <p>Educación: Estudios en Administración de Empresas, Ventas y en Marketing</p> <p>Experiencia: Experiencia Profesional de mínimo de 2 años en cargos afines.</p> <p>Habilidades: Saber escuchar, Tener buena memoria, Ser creativo, Facilidad de palabra, Empatía, honradez y Respeto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Autoridad</b></li> </ul> <p>Responde ante: Departamento Comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Funciones</b></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Captar nuevos clientes</li> <li>✓ Retener a los clientes actuales</li> <li>✓ Lograr volúmenes de venta</li> <li>✓ Mantener o mejorar la participación en el mercado</li> <li>✓ Generar una determinada utilidad o beneficio</li> <li>✓ Contribuir a la solución que se presente con el cliente</li> <li>✓ Organizar métodos de trabajo de tal forma que cumpla con los objetivos</li> <li>✓ Negocia contratos de publicidad con los representantes de periódicos,</li> </ul>

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

<p>estaciones de radio con el fin de dar a conocer más el producto.</p> <p>✓ Administra la presentación visual y decorara el almacén, maximizando la imagen y presentación comercial.</p>
---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

*Tabla 21 Perfil de cargo y funciones del Bodeguero*

<b>BODEGA</b>
<p>Cargo: Bodeguero</p> <p>Dependencia: Bodega</p> <p>Misión del cargo: Recepcionar materiales de proveedores, chequear que estén de acuerdo a los requerimientos, mantener en resguardo los productos adquiridos, apoyando en labores de almacenaje, orden y limpieza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Perfil</b> <p>Educación: Estudios en Administración de Empresas y Ventas</p> <p>Experiencia: Experiencia Profesional de mínimo de 1 años en cargos afines.</p> <p>Habilidades: Responsable con la empresa, administrar su zona de trabajo, honradez y empatía.</p> </li> <li>▪ <b>Autoridad</b> <p>Responde ante: Departamento Comercial</p> </li> <li>▪ <b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recepción, rotulado y almacenaje de productos</li> <li>✓ Codificación de los productos</li> <li>✓ Organización de tareas</li> </ul> </li> </ul>

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- ✓ Verificación de documentos con Área Administrativa
- ✓ Verificación de mercadería con respecto a requerimientos realizados
- ✓ Custodia y control de ingresos y salidas de productos
- ✓ Toma de inventario y cierre mensual
- ✓ Reportar si al momento de la entrega hay problemas.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 2.3.2.03 Dirección

Agrega (Cardona, 2010, pág. 23) que: “El vocablo dirección, significa rumbo según la Real Academia Española. Dirección es el rumbo o camino que un cuerpo sigue en su movimiento. También significa consejo, enseñanza y precepto con que se encamina a otro hacia algún destino”.

#### **Análisis:**

La empresa pondrá en marcha todos los lineamientos establecidos durante todo el tiempo en la organización, que a través de este se pueda obtener resultados esperados con los miembros de la empresa, además de esto se tomara en cuenta un paso fundamental que es la dirección para cumplir con la productividad de la empresa de los trabajos realizados, el mismo que nos beneficie el desarrollo de la misma.

### 2.3.2.06 Control

Parte del supuesto de (Cardona, 2010, pág. 163) que: La función de control es esencial para lograr el cumplimiento fiel de las decisiones tomadas”.

#### **Análisis:**

Se verificará las actividades más importantes que generen valor al cliente con el propósito de mejorar en el área de atención al cliente, utilizando la tecnología informática en forma de una red interna dentro de la empresa y además que se debe contar con un software para que este de facilidad y cumplimiento a las actividades dentro de la empresa.

Tabla 22 Control de la importación

Valor FOB de Importación	\$ 0,00
Envío de la Mercadería	\$ 0,00
Seguro del Producto	\$ 0,00
Arancel Consular	\$ 0,00
<b>Base Imponible</b>	<b>\$ 0,00</b>
Derechos de Importación	\$ 0,00
Tasas	\$ 0,00
Contribuciones Grales.	\$ 0,00
Derecho Antidumping	\$ 0,00
Derecho Compensatorio	\$ 0,00
<b>Costos de Derechos, Tasas y Contribuciones</b>	<b>\$ 0,00</b>
Alicuota del IVA	21,00%
IVA Correspondientes	\$ 0,00
Alicuota Impositiva (Si correspondiera)	0,00%
Base de Impuesto	\$ 0,00
<b>Costos Impositivos</b>	<b>\$ 0,00</b>
Bancarios	\$ 0,00
Sellado por Caucción de Valores	\$ 0,00
Otros gastos Bancarios	\$ 0,00
Garantías	\$ 0,00
Almacenaje	\$ 0,00
Manipulación	\$ 0,00
Otros servicios en terminales portuarias	\$ 0,00
Honorarios de Despachante	\$ 0,00
Otros Gastos de despacho	\$ 0,00
Acarreo Interno	\$ 0,00
Comisión Agente de Compra	\$ 0,00
Otros Gastos Comerciales	\$ 0,00
<b>Costos de Importación</b>	<b>\$ 0,00</b>
Interés Financiero	\$ 0,00
Intereses por prestamos financieros	\$ 0,00
Otros Intereses	\$ 0,00
<b>Costos Financieros</b>	<b>\$ 0,00</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### 2.3.3 GESTIÓN OPERATIVA

Se realiza con el fin de mejorar la gestión interna de la empresa, con el fin de cumplir todas las actividades y proyectos en curso que están planteadas dentro de la organización y que engloban a todos los departamentos, tanto como comercialización, recursos humanos y la parte financiera.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 2.3.3.1 Flujograma de Servicio

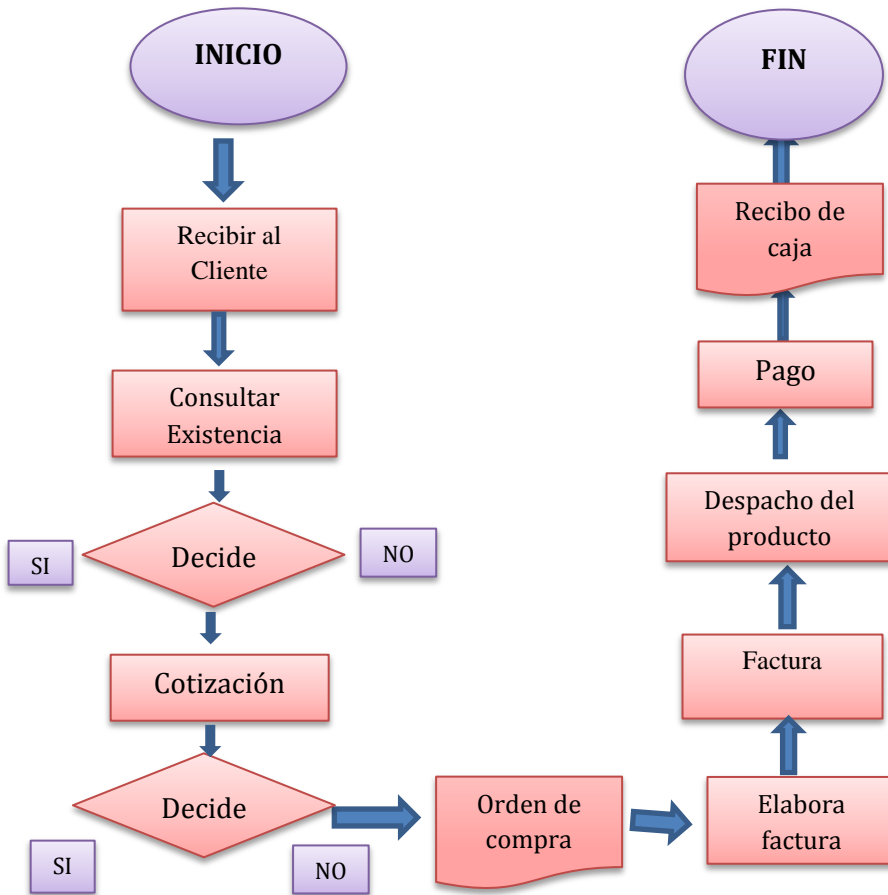


Figura 6 Flujograma de comercialización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### 2.3.3.2 Cadena de Valor

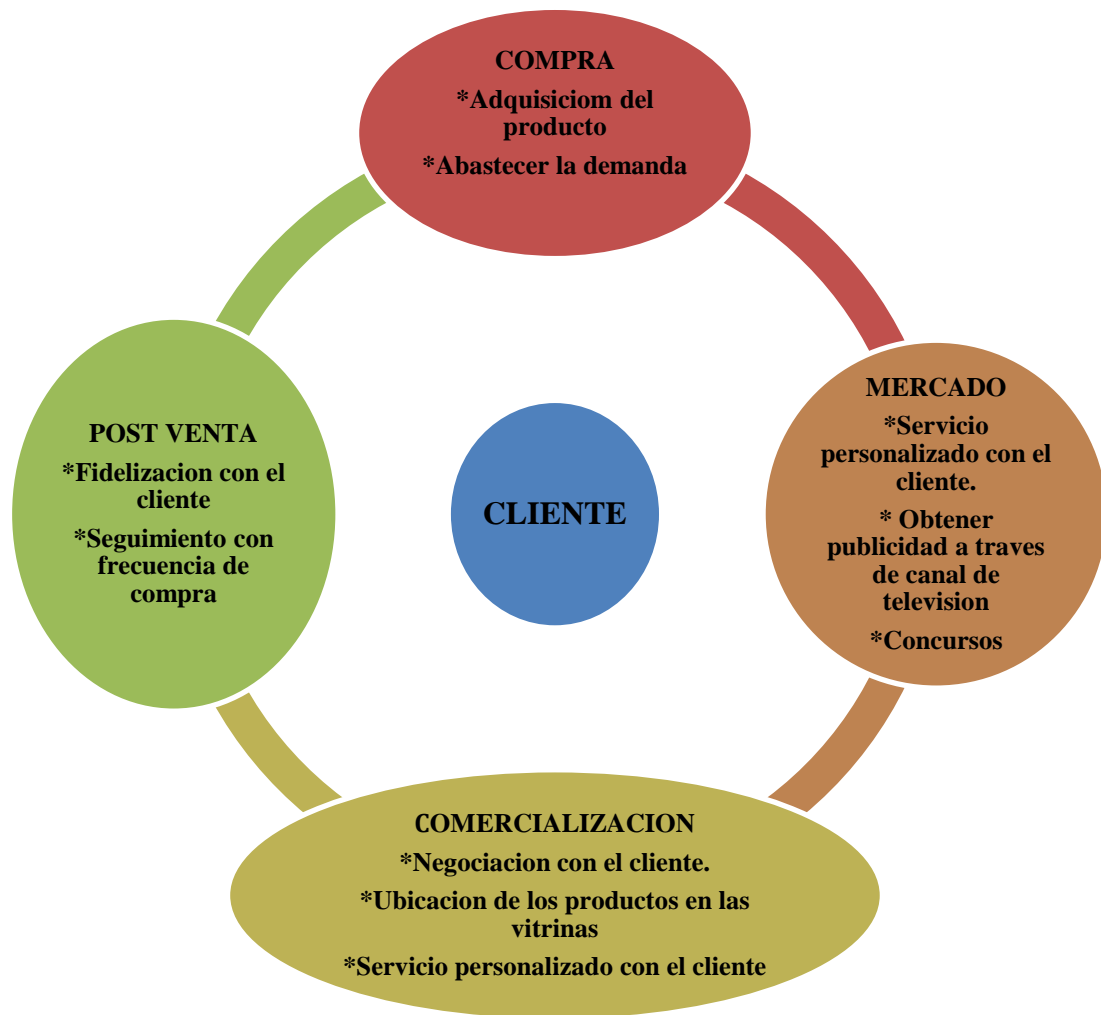


Figura 7 Cadena de Valor  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 2.3.4 GESTIÓN COMERCIAL

Manifiesta (Mesonero & Alcaide, 2012, pág. 30) :

La gestión comercial de los mismos descansa en la posibilidad de ofrecer un abastecimiento continuo asegurado y de estar dispuestos a trabajar con base en acuerdos formales, muchas veces a largo plazo, en los que el mantenimiento de los precios juega un papel determinante, protegiendo así a los compradores de las continuas fluctuaciones a las que están sujetos este tipo de productos.

### 2.3.4.01 Producto

(Rodríguez, 2008, pág. 280) Argumenta que:

“Se considera producto o servicio todo bien tangible o intangible que ofrece la empresa y sus competidores a un conjunto de clientes-usuarios de un mercado determinado para satisfacer sus necesidades o deseos. Los productos pueden ser un bien material, un servicio o una mezcla de ambos”.

La crema bellavei promueve una piel hermosa, saludable y con buena nutrición, que hidrata haciendo que las líneas de expresión tarden en presentarse.



Figura 8 Kitt Bellavei

Fuente: Investigación página Web

Elaborado por: Flor Pindoy

#### **2.3.4.02 Precio**

Revela (Rodríguez, 2008, págs. 280,281) qué:

“El éxito de la comercialización de un producto o servicio radica en determinar correctamente el precio de venta, para lo cual se requiere conocer los costos, gastos administrativos de la empresa y margen de utilidades proyectado, así como precios de los productos y / o servicios en el mercado en cada segmentación o sección del mismo en el que la empresa compite”.

#### **Análisis:**

La micro empresa determinara el precio de acuerdo al pago de aranceles lo que es el impuesto sanitario, impuesto de importación, salvaguardias y el transporte, con el objetivo de dar un precio al producto y sea accesible para los consumidores y a la vez el producto sea competitivos, tenga mayor demanda y sea competitivos frente al mercado.

#### **2.3.4.03 Plaza**

Manifiesta (Rodríguez, 2008, pág. 281) qué:

Otro elemento clave de esta herramienta es elegir los puntos de venta correctos de los productos o servicios, denominados canales de distribución correctos, así como la logística óptima para hacerlos llegar a los detallistas o intermediarios que convenga a la estrategia.

### **Análisis:**

Bellavei, estará ubicada en la Parroquia de Cotocollao en la Calle Lizardo Ruiz y Los Alfareros, el cual será el local matriz, el principal mercado será las farmacias donde estas cuentan con una gran variedad de cosméticos, cuyo alcance estará destinado a la clase media y media alta con el fin de dar captar clientes y darse a conocer el producto de buena calidad.

#### **2.3.4.04 Promoción**

Manifiesta (Rodríguez, 2008, pág. 281) qué:

“Un dicho popular reza: “el que no enseña, no vende “, y un excelente producto con buenos canales de distribución y vendedores, pero sin las formas de dar a conocer las características, ventajas y beneficios de los productos y / o servicios , seguramente estará destinado al fracaso; por lo tanto, es necesario diseñar correctamente una marca, logo, etiqueta, envase, etc., y elegir los medios publicitarios que los presente en forma atractiva a los diferentes mercados a los que se desea o aspira llegar”.

### **Análisis:**

Se implementará algunas estrategias de publicidad con el fin de dar a conocer el producto y capaces de influir en los hábitos y decisiones del consumidor y a la vez para captar clientes fijos, el producto se dará a conocer por medio de catálogos con el fin de personalizar nuestros productos y a través creando más flujos de clientes.

- Conceder el 10% de descuento si el pago es en efectivo.
- En fechas especiales por la compra del producto se dará el 20% de descuento

- Presentación de promociones del producto a través del Facebook.
- Se les pedirá el correo a todos los clientes con el fin de hacer llegar las promociones o nuevos productos.
- Promocionar a través de concursos de belleza para dar a conocer el producto a clientes potenciales.
- Presentación del producto a través de catálogos, con el propósito que la atención sea personalizada.



Figura 9 Pagina de Facebook

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy



Figura 10 Página Web

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017



Figura 11 Catálogo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### 2.3.4. 04.01 Logotipo



Figura 12 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Dar a conocer la idea que necesita proyectar en los clientes para dar a conocer del producto que se va a lanzar, de la misma manera el diseño de la publicidad tiene

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

que ser el punto de atención primordial que de sentido a lo que estamos buscando vender.

#### 2.3.4.04.02 Cromática de los colores



**Negro:** Oscuridad, negación y misteriosa.



**Magenta:** Coloración, ayuda y bondad.



**Lila:** Fuerza y Poder

#### 2.3.4.04.03 Slogan

Concluye (Pilipis, 2006, pág. 154) qué: “Frase publicitaria que penetra en la memoria haciendo recordar un concepto o producto. /Slogan publicitario”.

**“BELLEZA EN TU PIEL”**

*Figura 13 Slogan*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

#### 2.3.4.04.04 Marketing

Expresa (Rivera, 2005, pág. 1): “En el paso de tiempo este concepto ha tenido variaciones. Actualmente hay muchas definiciones, quizás tantas como directores de marketing”.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## Análisis:

Por ser una empresa nueva en el mercado tiene como objeto promocionar, informar y dar a conocer la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir y motivar para que puedan adquirir el producto.

### 2.3.04.04.01 Papelería Corporativa



Figura 14 Hoja membretada

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017



Figura 15 Tarjeta de Presentación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

#### 2.3.04.04.04 Material P.O.P



Figura 16 Dije

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy



Figura 17 Tomatodo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy



Figura 18 Gorra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy



Figura 19 Camiseta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017



*Figura 20 Tasa*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

## 2.5 Análisis FODA

Como señala (Munch, 2010, pág. 49):

El análisis FODA consiste en detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden afectar el logro de los planes. La finalidad del FODA es convertir las debilidades en fortalezas y amenazas en oportunidades. También es conocido como DOFA o SWOT (por sus siglas en inglés). Se basa en el análisis del entorno y se fundamenta en proyecciones estadísticas, económicas y financieras

Tabla 23 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas

FLORSKIN	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
AMBIENTE EXTERNO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>Factor Económico:</b>						
PIB			X			
Tasa Activa	X					
Tasa Pasiva		X				
Riesgo País						X
<b>Factor Social:</b>						
Desempleo			X			
Factor Legal	X					
Factor Tecnológico		X				
<b>AMBIENTE LOCAL</b>						
Cliente	X					
Proveedores		X				
Competidores					X	
FLORSKIN	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
AMBIENTE INTERNO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Misión	X					
Visión	X					
Gestión Administrativa		X				
Gestión Operativa	X					
Gestión Comercial					X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede visualizar que al momento de haber realizado un análisis FODA, se puede apreciar que si es viable la factibilidad para la creación de la micro empresa y que esta pueda favorecer para el aporte económico del país y mejorar la calidad de vida de la sociedad.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 24 Análisis del FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal Capacitado para el área	Mejor atención, al momento de hacer la entrega del producto
Producto de buena calidad	Satisfacción con el producto obtenido.
Satisfacción de la atención	Mayor cantidad de consumidor interesados en el producto
DEBILIDADES	AMENAZAS
Servicio único	Aparición de nuevos productos
Crecimiento en el mercado actual	Alza de impuestos, afectando la rentabilidad de la empresa.
Cumplir con las expectativas del cliente	El aumento de desempleo no permite adquirir el producto.

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 25 Fortalezas y Oportunidades

IMPACTO F-D	
F1:0,85	O1:0,50
F2:0,85	O2:0,75
F3:0,75	O3:0,75
$\triangle \equiv 2,45$	$\triangle \equiv 2$

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Es importante tomar en cuenta que para obtener un producto siempre hay que tomar ciertas medidas para aplicar el precio de venta, además de esto dar una buena atención al cliente es lo primordial, ya a través de esto podemos hacer que regrese el cliente y se sienta satisfecho, tomando en cuenta siempre con las expectativas de cada cliente.

Tabla 26 Debilidades y Amenazas

IMPACTO D-A	
D1:0,75	A1:0,50
D2:0,75	A2:0,50
D3:0,75	A3:0,50
$\Delta \equiv 2,25$	$\Delta \equiv 1,50$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

En cuanto a la competencia se debe tomar muy en cuenta que hoy en día hay una gran variedad de productos y ser precio de nuestro producto, debido a que suele haber productos casi con los mismos beneficios y que tienen menor costo, obviamente mi producto es único lo cual no se compara ya que esto da buenos resultados.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

Revela (Mas Ruiz, 2012, pág. 35) señala que: “El estudio de mercado se realiza a través de un proceso de investigación que consiste en una serie de etapas que guían dicha investigación desde su concepción hasta llegar al análisis” .

#### 3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Define (Sapag Chain, Sapag Chain , & Sapag P, 2017, pág. 30) que: “Tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etcétera, para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial”.

## **Objetivo del Estudio de Mercado**

Determinar las necesidades del requerimiento de la información del producto para tener claro de lo que se va a vender, es importante tomar en cuenta la correcta toma de decisiones para cumplir con el crecimiento esperado de la empresa.

## **Objetivos Específicos del Estudio de Mercado**

- Conocer la demanda potencial de uso del producto.
- Identificar el uso de productos alternativas.
- Determinar la aceptación del producto por el cliente.
- Examinar las estrategias de mercado
- Lograr los objetivos propuestos con los recursos disponibles dentro de la empresa.

## **Segmentación del Mercado**

Agrega (Sapag Chain, Sapag Chain , & Sapag P, 2017, pág. 46) que: ” Es el proceso mediante el cual se divide un mercado en grupos uniformes y homogéneos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.”

## **Análisis:**

La segmentación del mercado está enfocada en dar a conocer a los consumidores de la calidad producto para el cuidado de la piel, FLORSKIN S.A se

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

dirige con la finalidad de dar a conocer la marca del producto y a través de este estudio y así conocer las necesidades específicas de la sociedad.

Tabla 27 Segmentación de Mercado

CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS	CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS	CARACTERISTICAS CONDUCTUALES
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Género:</b> Indistintos	Satisfacción del producto
<b>Cantón:</b> Quito	<b>Población:</b> PEA	Satisfacción del servicio
<b>Parroquia:</b> Cotocollao	<b>Nacionalidad:</b> Indistinto	Beneficios Esperados
<b>Localidad:</b> Sector Cotocollao Calle Lizardo Ruiz y Los Alfareros	<b>Nivel socio económico:</b> media-media alta	Satisfacción del precio

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.1.1.01 Población

Argumenta (Bernal Torres, 2006, pág. 164) señala que: “Es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre los cuales se desea hacer una inferencia.”

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 3.1.1.02 Tamaño del universo

Tabla 28 Tamaño del universo

Universo	No
POBLACION DE QUITO	2`781.641
POBLACION DE LA PARROQUIA (Cotocollao)	24.287
Población PEA (19 a 65 años)	3.106

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.1.1.03 Muestra

Relata (Fuentelsaz Gallego, Icart Isern, & Pulpón Segura, 2006, pág. 55) que:“Es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población.”

### 3.1.1.04 Formulación de la Muestra

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

Tabla 29 Nomenclatura

SIMBOLOGIA	SIGNIFICADO	VALOR
n=	Tamaño de la muestra	
N=	Población o universo	
e <sup>2</sup> =	Margen de error	(5%) <sup>2</sup>
P=	Posibilidad de éxito (50%)	50%
Q=	Posibilidad de Fracaso (50%)	50%
Z <sup>2</sup> =	Nivel de confianza (1.96) <sup>2</sup>	95%=

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.1.1.05 Desarrollo de la Muestra

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

$$n = \frac{3.234(1.96)^2 0.50 \times 0.50}{(3.234 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.105.93}{9,04}$$

$$n = 343,58$$

## **Análisis:**

El número de encuestas a realizarse en el norte del Distrito Metropolitano de Quito es de 344 encuestas a ejecutar en los lugares indicados para determinar la demanda de las personas que desean adquirir del producto.

### **3.1.2 TÉCNICAS DE LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Investigación tradicional: el investigador toma decisiones sobre cómo recolectar datos, de quién y con cuales instrumentos.

Dado su interés primordial en la prueba de una proposición teórica, debe llegar a resultados generalizables, es decir, aplicable a situaciones específicas. Como no puede estudiar la población completa, entonces selecciona una muestra de ella.

Para asegurar la representatividad del estudio, la muestra debe ser, en lo posible, aleatorio. Una vez seleccionada, el investigador diseña los instrumentos apropiados (cuestionarios, entrevistas, pruebas de conocimientos, etc.) para recolectar la información de dicha muestra. Cualquiera que sea el instrumento elegido (excepto cuando se selecciona la observación directa), el investigador que trabaja con el enfoque convencional de investigación establece una distancia entre él y los sujetos de estudio.

(CASTRO, 2010)

### 3.1.2.01 MODELO DE LA ENCUESTA

## ENCUESTA

### Instituto Tecnológico Superior Cordillera

#### Bienvenido,

El objetivo de la encuesta es determinar la oferta y la demanda de la comercialización de cremas para la piel, para conocer si es aceptable la venta de mi producto de acuerdo al proyecto que estoy desarrollando para la obtención del título de tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

#### DATOS GENERALES

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

Género: Masculino  Femenino  Edad \_\_\_\_\_

Actividad Económica: Sí  No

#### Coloque una X en la respuesta de su preferencia

1.- ¿Usa usted cremas para el cuidado de la piel?

Sí  No

2.- ¿Que marcas de cremas usas o prefieres?

- LOREAL
- Nivea Visage
- ANEW Clinical Line Perfector con A-F33 de AVON
- Sérum Orchidée Imperiale de Guerlain
- Eucerin
- Otras

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

3.- ¿Al momento de comprar una crema para el cutis, que características usted observa primero?

La marca  El precio  Calidad  Seguridad  Otros

4.-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kitt de tratamiento para el cuidado de la piel?

\$30 a \$60  \$60 a \$100  \$100 a \$150  \$150 a \$200

5.- ¿Que tan importante le parece una crema para el cutis?

Importante  Muy importante  Poco Importante

Nada Importante  Ninguno

6.- ¿Porque medios busca las cremas para el cuidado de la piel?

Internet  Farmacia  Centro Naturista  Supermercado

7.- ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de crema?

Sí  No

8.- ¿Tiene usted una tienda donde lo pueda conseguir las cremas que desee?

Sí  No

9.- ¿A partir de los cuantos años te cuidarías tu cutis?

15 años  25 años  30 años  40 años

10.- ¿Usarías cremas que beneficien y conserven un cutis de porcelana?

Sí  No

11.- ¿Con que frecuencia compras cremas para tu cutis?

Mensual  Trimestral  Semestral  Anual

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

12.- ¿Le gustaría a usted que se implemente un distribuidor directo de cremas para su piel?

Sí  No

**¡Gracias por su colaboración**

### 3.1.2.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

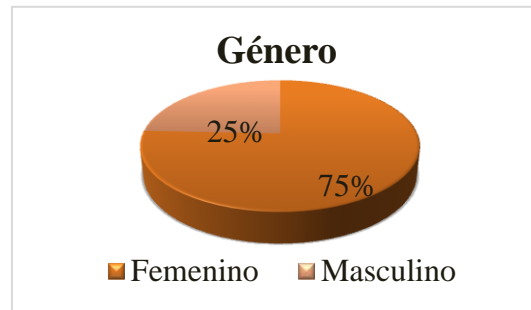
Son resultados obtenidos del campo de acuerdo al estudio realizado, con el fin de obtener un objetivo ya sea para dar una solución a los problemas que se presenta dentro de cualquier actividad.

#### DATOS GENERALES

*Tabla 30 Género*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	257	75%
Masculino	87	25%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy



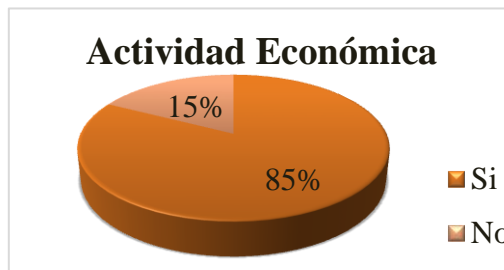
*Figura 21 Género*  
**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

Como se puede observar en los resultados del género femenino indica que obtuvo un porcentaje mayor con el 75%, a diferencia del género masculino con un 25% restante que se efectuó la encuesta, es decir que la mayoría que colaboro con la encuesta son los del género femenino.

Tabla 31 Actividad económica

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	394	85%
No	50	15%
<b>Total</b>	344	100%



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

*Figura 22 Actividad Económica*  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo como indica la tabla de actividad económica la mayoría de las personas cuentan con un empleo reflejando un 85%, a diferencia de las personas que aún no forman parte de la actividad económica y no son todavía independientes se determina un 15%, lo cual indica que si hay ingresos económicos.

1.- ¿Usa usted cremas para el cuidado de la piel?

Tabla 32 Conocimiento del cuidado

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	318	92%
No	26	8%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

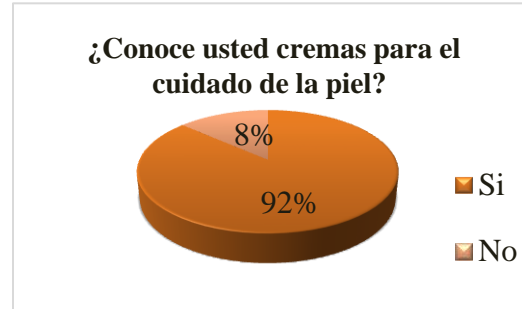


Figura 23 Conocimiento del cuidado  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

**Análisis:**

Según los datos coleccionados el 92% de la mayoría de las personas usan cremas que tengan que ver con el cuidado de la piel y puedan verse bien, al contrario del 8% no tienen preferencia por el uso de las cremas, pero que sin embargo podrían acceder a los cuidados a menudo.

## 2.- ¿Que marcas de cremas usas o prefieres?

Tabla 33 Preferencia de marcas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Loreal	72	20,93%
Nivea Visage	83	24,13%
ANEW Clinical Line Perfector con A-F33 de AVON	12	3,49%
Sérum Orchidée Imperiale de Guerlain	0	0,00%
Eucerin	39	11,34%
Otras	138	40,12%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

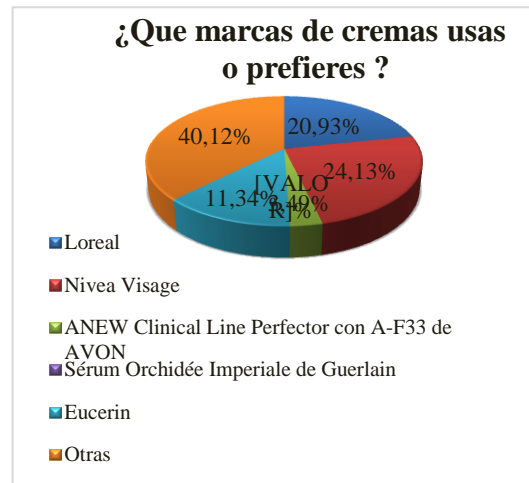


Figura 23 Preferencia de marcas  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Respecto a la identificada sobre las marcas que prefieren el 24,13% de las personas optan por la marca de Nivea Visage, el 11,34% de la marca Eucerin, respecto a la marca Loreal usan el 20,93%, además el 3,49% prefieren la marca ANEW Clinical Line Perfector con A-F33 de AVON, por otra parte el 0 % usan Sérum Orchidée Imperiale de Guerlain, tomando en cuenta que las personas utilizan otras marcas con el 40,12%, cada una de las marcas tiene su preferencia por ende las personas optan por los beneficios que contiene cada producto, dependiendo si hacen efecto o no, también puede ser porque la marca del producto si es más económica, pero no siempre un producto va ser igual al otro.

3.- ¿Al momento de comprar una crema para el cutis, que características usted observa primero?

Tabla 34 Aceptación de compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
La marca	61	18%
El precio	89	26%
Calidad	170	49%
Seguridad	16	5%
Otros	8	2%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

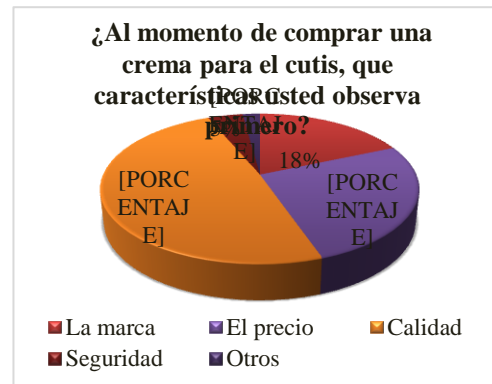


Figura 24 Aceptación de compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Luego de visualizar las características de la crema el 49% prefieren por la calidad del producto es muy importante porque siempre hay que tomar en cuenta que contenga las propiedades nutritivas y esto se valora, del mismo modo el 18% por la marca, ya que es un factor identificador porque dan soluciones a las necesidades y ganan su posición del nombre en el mercado, de igual manera el 26% acceden por el precio, ya que cuentan con una cierta cantidad que permitan adquirir el producto, por otro lado, el 5% de las personas optan por seguridad esto puede darse por el riesgo a que no le haga efecto y por último el 2% buscan otros tipos de beneficios que no cumplen las expectativas.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kitt Bellavei, tratamiento para el cuidado de la piel?

Tabla 35 Aceptación del precio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$30 a \$60	93	27%
\$60 a \$100	97	28%
\$100 a \$150	147	43%
\$150 a \$200	7	2%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

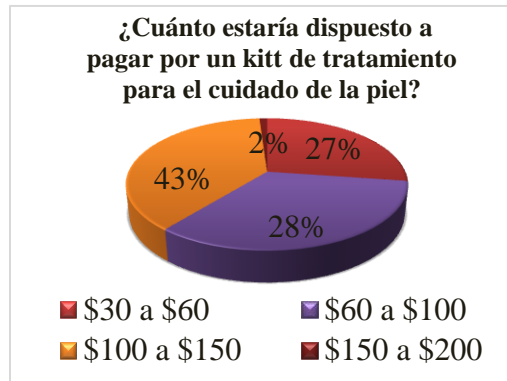


Figura 25 Aceptación del precio  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Claramente podemos observar que el 43% de las personas estarían dispuestos a pagar por un kitt de tratamiento Bellavei para el cuidado de la piel de \$100 a \$150, porque no tienen problema con pagarlo sino que tenga el efecto deseado, por otro lado, el 2% menciona que estarían dispuestos a pagar de \$150 a \$200, con tal de conseguir el resultado deseado o por verse bien y mantener una piel radiante, mientras que el 28% pagarían \$60 a \$100, este es un precio accesible ya que no tendría mayor problema, tanto que el 27% estarían dispuestos a pagar un valor de \$30 a \$60, ya que es un precio cómodo que cualquiera podría comprar, esto quiere decir que si hay acogida a productos de buena calidad.

5.- ¿Que tan importante le parece una crema para el cutis?

Tabla 36 Importancia del cuidado

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Importante	111	32%
Muy importante	174	51%
Poco importante	31	9%
Nada importante	16	5%
Ninguno	12	3%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy



Figura 26 Importancia del Cuidado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

**Análisis:**

Dentro de esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas mencionaron que es muy importante cuidarse la piel obteniendo un 51%, ya que desean conservar su juventud y proteger del medio ambiente, mientras que el 32% piensa que es importante por salud para proteger de cualquier agente externo, sin embargo, el 9% aclaran que es poco importante, porque hay cosas más importante que le pueda dar prioridad, lo cual el 5% nos indica que no es nada importante porque no tiene mayor importancia y el 3% dicen que ninguno, porque a lo mejor piensen que no les interesa nada estos tipos de productos.

6.- ¿Porque medios busca las cremas para el cuidado de la piel?

Tabla 37 Medios de obtención

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Internet	92	27%
Farmacia	127	37%
Supermercado	28	8%
Centro Naturista	97	28%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

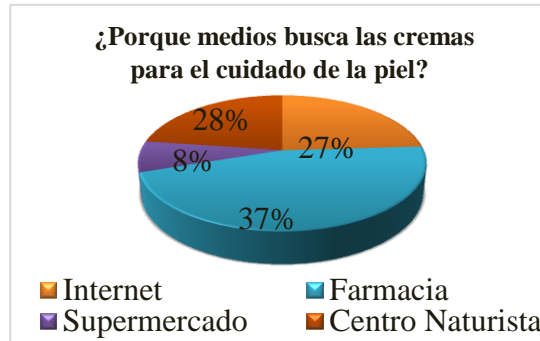


Figura 27 Medios de obtención Medios de obtención

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

**Análisis:**

Según datos emitido los medios por el cual puede encontrar productos para el cuidado de la piel el 28% lo hacen por medio de la internet ya que a través de este medio es más fácil de conseguir, el 23% dijeron en los Centros Naturistas porque los productos no contienen tanto químicos, mientras que el 37% de las personas por medio de las farmacias porque son más seguros y recetados por el médico, tanto que así el 8% en supermercados porque encuentran productos naturales y prefieran hacer su propia medicina.

7.- ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de crema?

Tabla 38 Aprobación del Producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	87%
No	45	13%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

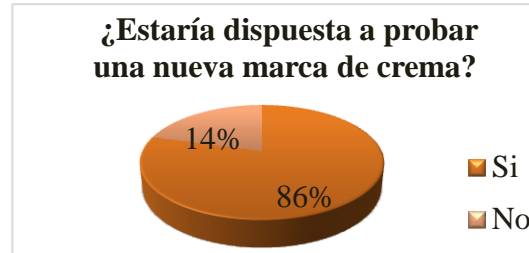


Figura 28 Aprobación del Producto  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Podemos observar que el 87% de las personas dijeron que, si estarían dispuestas a probar una nueva crema con el objetivo de conseguir buenos resultados y a diferencia del 13% de las personas encuestadas mencionaron que no, esto puede ser a que no confíen en otros productos o puede ser porque ya se acostumbraron a utilizar una sola marca.

8.- ¿Tiene usted una tienda donde lo pueda conseguir las cremas que desee?

Tabla 39 Lugar de preferencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	30%
No	241	70%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

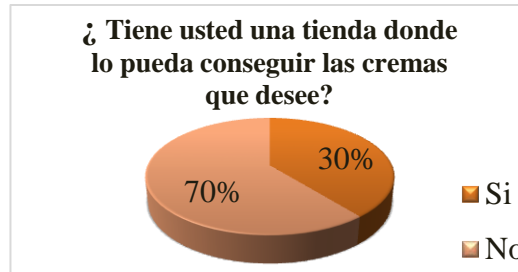


Figura 29 Lugar de preferencia  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

A continuación, se presenta el lugar de preferencia donde lo pueda adquirir las cremas que utiliza, el 30% dijeron que, si tienen su lugar indicado y el 70% mencionaron que no, esto puede darse ya que no hay un lugar específico donde encontrar o a su vez porque no conocen una distribuidora que comercialice los productos deseados.

9.- ¿A partir de los cuantos años te cuidarías tu cutis?

Tabla 40 Edad Adecuada para el Uso

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
15 años	103	29,94%
25 años	155	45,06%
30 años	84	24,42%
40 años	2	0,58%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

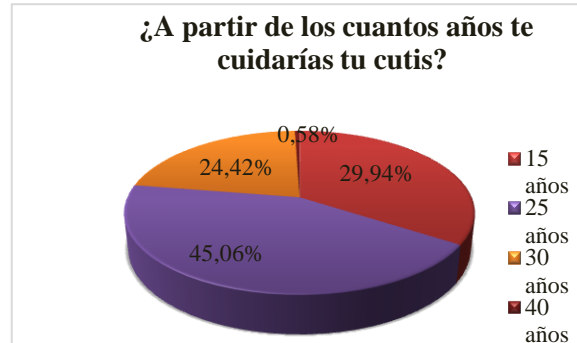


Figura 30 Edad Adecuada para el Uso

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

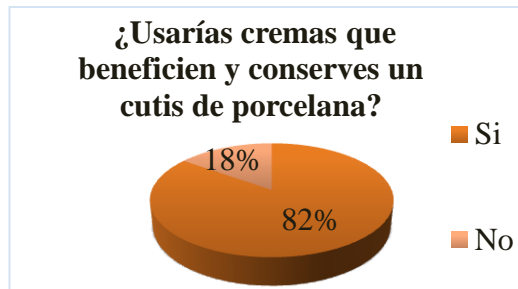
**Análisis:**

Se puede observar que el 45,06% de la mayoría de las personas pueden empezar a cuidar desde los 25 años en adelante, porque es la adecuada para mantener una piel brillante, mientras que el 24,42% muestran que desde los 30 años, ya que es una edad donde empiezan a salir pequeñas líneas de expresión, por lo tanto, el 29,94% advierten que, desde los 15 años, esto puede ser al miedo de envejecer o prevenir ciertas imperfecciones, así mismo el 0,58% recién empiezan a cuidarse a los 40 años lo cual no es favorable sino más bien a temprana edad cuidar su piel es perfecto ya que ayuda a mantener una piel saludable y a protegerse de varios factores del medio ambiente.

10.- ¿Usarías cremas Bellavei que beneficien y conserven un cutis de porcelana?

Tabla 41 Cuidado del cutis

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	381	82%
No	63	18%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

*Figura 31 Cuidado del cutis*  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Siendo la mayoría de personas que usarían cremas Bellavei con tal que beneficien y conserve una piel hermosa mencionan que si un 82% y por otro parte el 18% aclaran que no utilizan por lo que dan a conocer que son de poca importancia o a su vez tienen ya su marca preferida.

11.- ¿Con que frecuencia compras cremas para tu cutis?

Tabla 42 Frecuencia de compras

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	77	22%
Trimestral	136	40%
Semestral	110	32%
Anual	21	6%
<b>Total</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

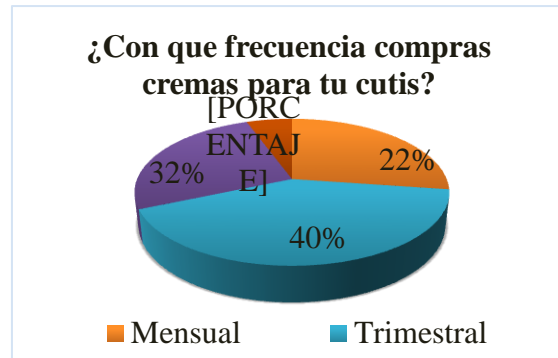


Figura 32 Frecuencia de compras  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Debido a varios factores el 40% comentan que compran trimestralmente porque es el tiempo adecuado para hacer otra compra, ante el 22% realizan sus compras mensualmente ya que puede ser el uso más constante, otros prefieren hacerlo semestralmente porque dentro de ese tiempo cuentan con el dinero para realizar otra compra consiguiendo un 32%, ya que el 6% lo hacen una vez al año porque puede ser difícil de encontrar o no le dan mucha importancia.

12.- ¿Le gustaría a usted que se implemente un distribuidor directo de crema Bellavei para su piel?

Tabla 43 Aceptación de un distribuidor

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	293	85%
No	51	15%
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

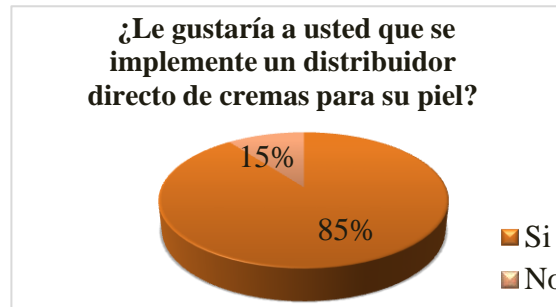


Figura 33 Aceptación de un distribuidor  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Dentro de esta pregunta las cifras fueron favorables ya que el 85% dijeron que si les gustaría que haya un distribuidor directo de la venta de cremas para el cuidado de la piel porque es confiable y garantizado que comprar por medio de la web ya que si no sabes si recibirás el producto que compras, sin embargo el 15% mencionaron que no aportan para que haya un distribuidor, la diferencia fue notorio, lo cual indica que si les interesa el cuidado de la piel y puedan ayudar a conservar su salud.

## **3.2 OFERTA**

Señala (Krugman, Olney, & Wells, Fundamentos de economía, 2008, pág. 63) que: “La oferta o cantidad ofertada es la cantidad de bienes o servicios que las personas están dispuestos a vender a un determinado precio”.

### **3.2.01 Oferta Histórica**

Se realiza en caso de que no cuente con la base de precios anteriores con el fin de dar obtener una información adecuada de un bien servicio el cual ha dado buenos resultados.

### **3.2.02. Oferta Actual**

Según el autor (Reyes Ramos, 2013, pág. s/p) : “Determinación cuantificable de la producción de los proveedores actuales.”

### 3.2.02.01 Calculo de la Oferta Actual

Tabla 44 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2017	1100	0,3000	330

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.2.03 Oferta Proyectada

Para (Miranda Miranda, 2005, pág. 102) define que:

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotada para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerá, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realizan dicha oferta.

Tabla 45 Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta				
	Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
	2018	2.237	0,3000	671
	2019	4.552	0,3000	1.366
	2020	9.261	0,3000	2.778
	2021	18.842	0,3000	5.653
	2022	38.337	0,3000	11.501

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

**Análisis:**

Para calcular la proyección primero se debe obtener los resultados de la encuesta realizada, para luego conocer las proyecciones al año 2022, una vez calculado se debe analizar si es bueno colocar frente 11.501 personas el cual me permitirá medir si el negocio es factible, pero que sin embargo se debe aplicar estrategias para alcanzar buenos resultados.

**3.3. DEMANDA**

Indica (Krugman, Olney, & Wells, Fundamentos de economía, 2008) que: “La demanda o cantidad demanda es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado”.

**3.3.01 Demanda Histórica**

Visto que (Rojas, 2009) La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objeto de análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución con el fin de tener un elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre. No se trata simplemente de resolver un problema estadístico de regresión, si no de estudiar y ponderar factores que como: cambios en la estructura de la población consumidora (costumbres e ingresos), coyunturas sociales internas y externas, alteración de política de gobierno, indiquen el comportamiento esperado para el mercado futuro. La información utilizada para conocer la evolución de la demanda, se obtendrá de fuentes secundarias en primera instancia, datos de población, niveles de producción, consumo, importación o exportaciones, evolución de los precios, etc.; y si lo amerita el estudio se apelara a la consulta directa del consumidor mediante la utilización de mecanismo de observación o encuestas.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 46 Población que acepta el proyecto

Población Parroquia	3.234
<b>Porcentaje de Aceptación</b>	85,00%
3.234,00 * 85,00%	2.749

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 47 Nivel de Frecuencia en consumo

Población que acepta el PRODUCTO	2.749
<b>Frecuencia de consumo (% más alto)</b>	40,00%
2.749 * 40,00%	1.100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.3.02 Demanda Actual

Afirma (López Belbeze, 2008, pág. 83) que: “Volumen total que compraría un grupo de consumidores concreto, en una zona geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos.”

### 3.3.02.01 Cálculo de la Demanda Actual

Tabla 48 Cálculo de la Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	1.100	1	1.100

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 3.3.03 Demanda Proyectada

Tabla 49 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	1.100	1,0346	2.237
2019	2.237	1,0346	4.552
2020	4.552	1,0346	9.261
2021	9.261	1,0346	18.842
2022	18.842	1,0346	38.337

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

Para calcular la demanda proyectada se debe tomar en cuenta la tasa de crecimiento del sector a donde me dirijo, tomando en cuenta los cinco años posteriores, en este caso al año 2022, la empresa tiene que contar con un ingreso de 38.337 ya que son muy importantes para seguir manteniéndose firme en el mercado.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 3.4 BALANCE OFERTA-DEMANDA

Permite determinar las necesidades que tiene la sociedad que aún no son considerables para la para el mercado, se debe realizar una proyección a futuro para concluir con todos los requerimientos que debe cumplir para satisfacer las necesidades del consumidor, con el propósito de tomar lugar en el mercado ante la competencia.

#### 3.4.01 Balance Actual

El balance actual se determina con todas las encuestas realizadas, para determinar con la insatisfacción de la población y a través de esto dar una solución al problema que presenta.

Tabla 50 Balance Actual

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	1100	330	770

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 3.4.02 Balance Proyectado

Tabla 51 Balance Proyectado

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	2237	671	1566
2019	4552	1366	3186
2020	9261	2778	6483
2021	18842	5653	13190
2022	38337	11501	26836

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

Para realizar el cálculo del balance Proyectado se debe considerar la oferta y la demanda del último año, es decir para el año 2022 de acuerdo como indica en la tabla la demanda insatisfecha para ese año es de 26.836, sin embargo, nos permite visualizar el volumen de consumidores que generan dentro de ese periodo, por lo que debe cubrir todas las demandas dentro del mercado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

Según (Herrera J. E., 2014, pág. s/p): “Cuando se va a definir cualquier programa de producción de bienes y/o servicios se requiere el análisis de variables relacionadas con los aspectos técnicos, económicos, financieros, administrativos y legales de las empresas participantes”.

#### 4.1 Tamaño del Proyecto

Es su estudio (Rosales Posas, 2007, pág. 117) define que: “El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño”.

##### 4.1.01 Capacidad Instalada

Plantea (Vargas Sánchez, 2006, pág. 657) que: “Es el conjunto de recursos productivos de que dispone la empresa y que puede ser utilizados para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente tecnología, conocimiento, permisos y licencias”.

Tabla 52 Capacidad Instalada Kitt Bellavei

CAPACIDAD INSTALADA	
TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE VENTA DIARIA	6
CAPACIDAD DE VENTA MENSUAL	132
CAPACIDAD DE VENTA ANUAL	1584
PRECIO DE VENTA	150,00
TOTAL	\$ 237.600,00

**Fuente:** Investigación Propio

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### **Análisis:**

La capacidad instalada en el negocio contara con un volumen de producción anual de 1584 kitt obteniendo un promedio de ventas anuales de \$237.600,00 tomando en cuenta todos los recursos disponibles para la comercialización.

#### **4.1.02 Capacidad Óptima**

Se considera todos los costos a invertir dentro del proyecto, el tamaño de lo que va a invertir, con todo el dinero disponible que cuenta para empezar el proyecto.

Tabla 53 Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE VENTA DIARIA	6
CAPACIDAD DE VENTA MENSUAL	132
CAPACIDAD DE VENTA ANUAL	1584
% DE ACEPTACIÓN	0.85
TOTAL	1,346.40
% DE FRECUENCIA	0.4
TOTAL	538.56
PRECIO	150.00
TOTAL	80.784,00

**Fuente:** Investigación Propio

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo como indica la tabla los ingresos que tendrá la empresa, es de acuerdo a las estimaciones de ingresos anual, considerando la aceptación por dicho producto del 85% y a su vez la tomando en cuenta la frecuencia del 40%, es decir que los ingresos totales por la venta del producto anual serán de 80.784,00.

## 4.2 LOCALIZACIÓN

Visto que (Herrera J. E., 2014, pág. s/p) Dentro de los factores que inciden en la solución óptima quizás el más importante es el relacionado con la LOCALIZACION, debido a la influencia de esta en la producción y distribución tanto de materia prima como de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto.

#### 4.2.01 Macro Localización

Tabla 54 Macro Localización

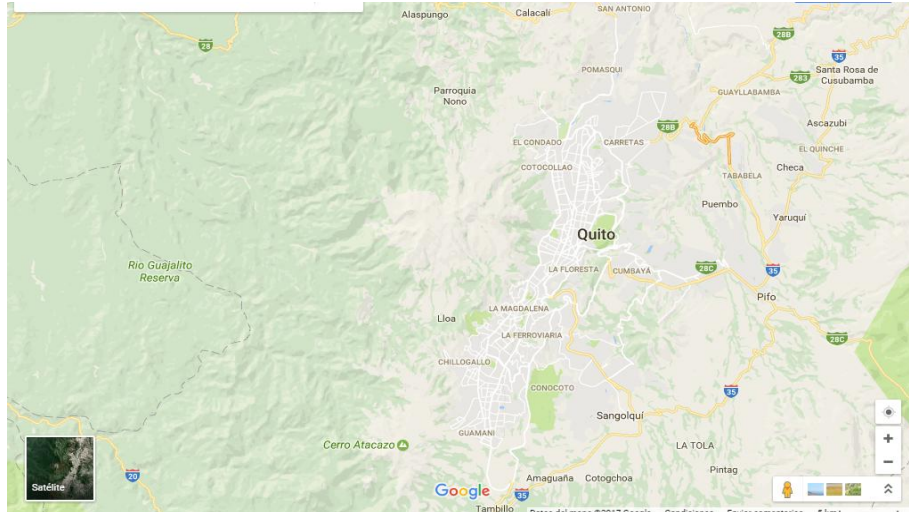
MACRO LOCALIZACIÓN	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Parroquia</b>	Cotocollao
<b>Sector</b>	La Delicia

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## MAPA DE QUITO



*Figura 34 Mapa de Quito*  
Fuente: Google Maps

### **Análisis:**

La empresa FLORSKIN S.A se encontrará instalada en la ciudad de Quito, por ser la ciudad más grande del país y por contar con más multitud comercial, ya que el producto es más para sociedad de media y alta categoría.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 4.2.02 Micro Localización

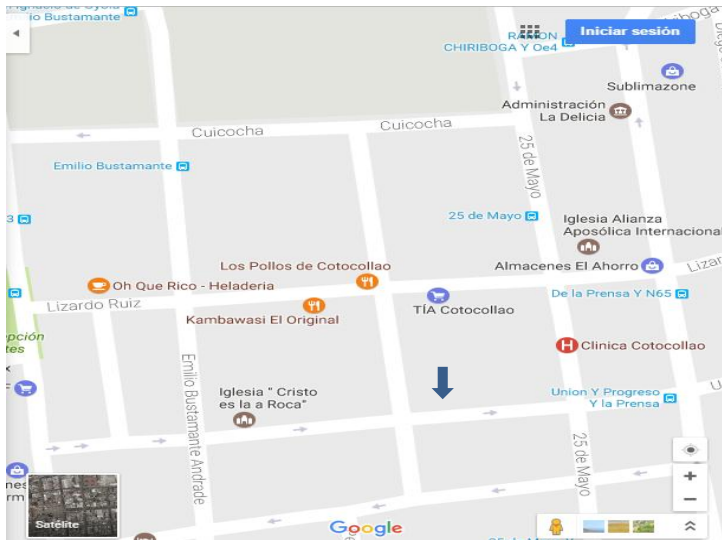


Figura 35 Micro Localización

Fuente: Google Maps

### Análisis:

El proyecto estará situada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el sector Cotacollao, se ha elegido este sector ya que es un lugar muy comercial y se han implementado varias empresas dándose a conocer.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

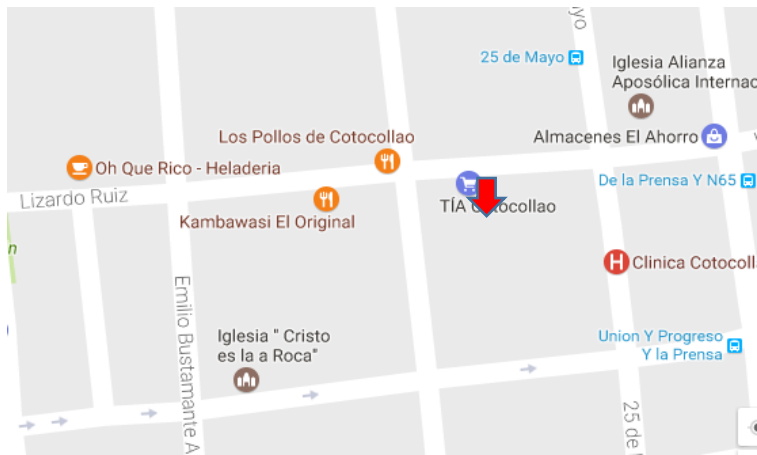


Figura 36 Mapa del sitio

Fuente: Google Maps

### **Análisis:**

La empresa FLORSKIN S.A estará ubicada en la Calle Lizardo Ruiz Oe11-41 Y Los Alfareros, en el Sector de Cotacollao, se ha tomado en cuenta este sector ya que es un sector de afluencia comercial.

### 4.2.03 Localización Óptima

Tabla 55 Localización Optima

Factores	Localización Cotocollao Lizardo Ruiz y Los Alfareros		Localización Rumiñahui Real Audiencia y Las Dalias		Total
	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	
Clientes	0,30	9	2,7	9	2,7
Proveedores	0,1	7	0,7	7	0,7
Competidores	0,2	8	1,6	7	1,4
Servicios Básicos	0,05	9	0,45	9	0,45
Costo Arriendo	0,07	9	0,63	9	0,63
Seguridad	0,04	8	0,32	7	0,28
Vías de accesos	0,05	9	0,45	8	0,4
Infraestructura	0,19	8	1,52	8	1,52
	<b>1,00</b>		<b>8,37</b>		<b>8,08</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

La localización óptima para la creación de este proyecto se ubicará en la dirección Calle Lizardo Ruiz y Los Alfareros, ya que se toma en consideración varios factores como son: Clientes, Proveedores, Competidores, Servicios básicos, Costo Arriendo, Seguridad, Vías de acceso e infraestructura, luego de haber realizado un análisis se logró obtener un resultado favorable de 8,37 a diferencia de la otra dirección y por ende indica ser factible en el sector de Cotocollao.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## **4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO**

Según (Albert Suñe, 2004, pág. 79) define que: “Es la responsable de la de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado. Se suele encuadrar en las áreas en las áreas de investigación y Desarrollo”.

### **4.3.01 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

#### **4.3.01.01 Producto**

Según (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2013, pág. 27) define que: “En esta parte debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar.

Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaria de Estado o ministerio correspondiente”.

#### **4.3.01.02 Servicio**

Según (Vertice, 2008, pág. 3) define que:

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera - además del producto o del servicio básico- como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo. Por ejemplo: El comprador de un Mercedes espera cierto número de prestaciones: antes, durante, y después de la compra, tales como, demostraciones, prueba de vehículo, soluciones financieras a su medida, reparaciones rápidas, que no haya averías, etc.

### 4.3.02 Distribución de la Planta

Tabla 56 Distribución de la Planta

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M <sup>2</sup>
Gerencia	2 ,50 X 2	5 M <sup>2</sup>
Departamento Administrativo	3,75 X 4	15 M <sup>2</sup>
Departamento de ventas	4,50 X 4	18 M <sup>2</sup>
Bodega	3,50 X 4	14 M <sup>2</sup>
Baño	2 X 1,50	3 M <sup>2</sup>
Área de Parqueadero	7 X 4	28 M <sup>2</sup>
<b>TOTAL CAPACIDAD INSTALADA</b>		<b>83 M<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### 4.3.02.01 Código de Cercanía

Tabla 57 Código de cercanía

CÓDIGO DE CERCANÍA	
1	Por control
2	Por gestión administrativa
3	Conveniencia
4	Higiene
5	Seguridad

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 4.3.02.02 Razones de cercanías

Tabla 58 Razones de cercanía

RAZONES DE CERCANIAS	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Ordinario o normal
U	Indeseable
X	Muy Indeseable

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 4.3.02.03 Matriz Triangular

ÁREAS	MT 2						
GERENCIA	5		E1				
ÁREA DE VENTAS	18	E1	E2				
DEPARTAMENTO ADMINISTR.	15		A1	O1	U4		
BODEGA	14	O1	U	U4	X3		
BAÑOS	3	I4	A1	X3			
PARQUEADERO	28	X4					
	83						

Figura 37 Matriz SLP

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

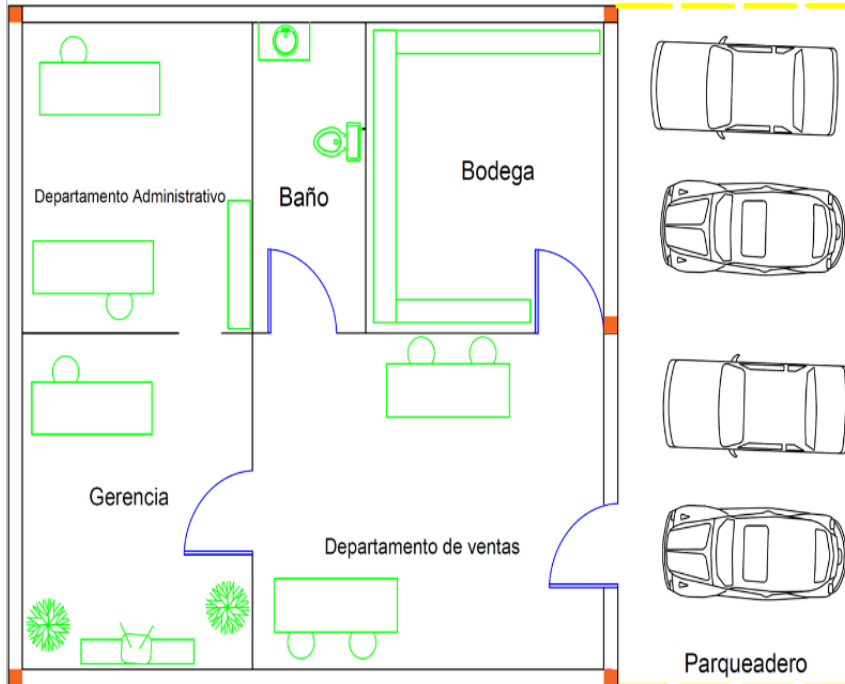


Figura 38 Distribución de la Planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

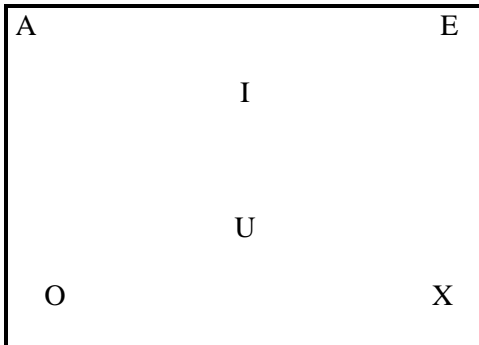


Figura 39 Código de Tabulación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

#### 4.3.02.04 Tabulación de la matriz SLP

Gerencia 2 ,50 X 2=5


A		E1,2
	I	
O1	U4	X3

Figura 40 Gerencia

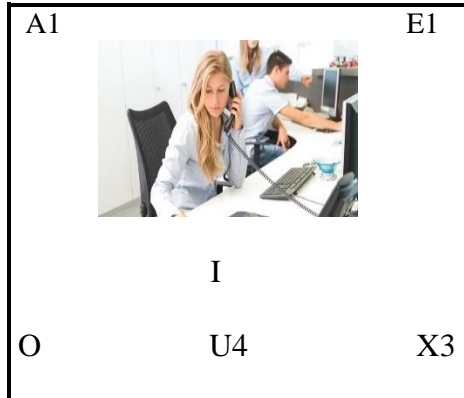
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

#### Análisis:

La empresa cuenta con el departamento de gerencia quien, debe de cumplir múltiples funciones para el bienestar y el buen manejo y cumplimiento de todos los departamentos.

Departamento Ventas 4,50 X 4=18



*Figura 41 Departamento de ventas*

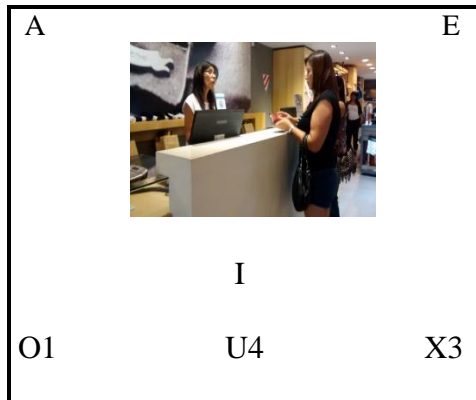
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

**Análisis:**

Es el que se encarga de la venta del producto y dar continuos seguimientos a las ventas con el propósito de garantizar y cubrir todas las demandas del cliente según su requerimiento.

Departamento Administrativo 4,75 X 4=15

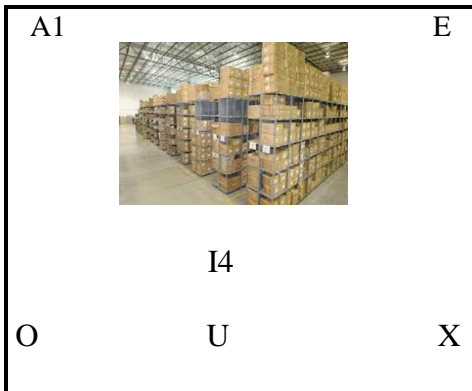


*Figura 42 Departamento Administrativo*  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### **Análisis:**

El departamento Administrativo es quien se va a encargar de controlar, gestionar todos los recursos financieros y materiales, conjuntamente con las demás áreas.

Bodega 3,50 X 4=14



*Figura 43 Bodega*

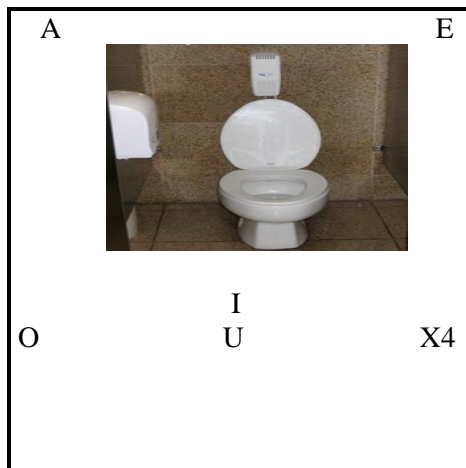
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

**Análisis:**

El área de la bodega se encarga de recibir todos los ingresos de los materiales, comprobando que se encuentra tal como está descrito en la guía de remisión o factura.

Baño 2 X 1,50=3



*Figura 44 Baño*

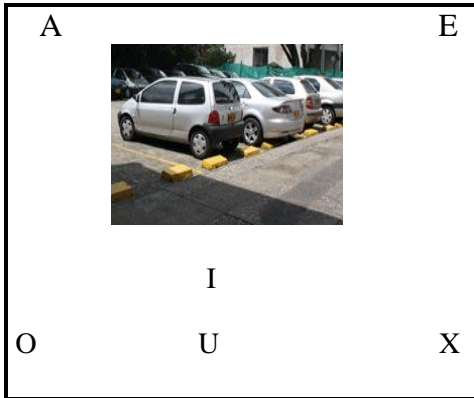
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### **Análisis:**

Es un área que generalmente debe ser generalmente utilizado para el personal de la empresa y también como para el cliente, esta área es para el aseo personal.

Parqueadero 7 X 4=28



*Figura 45 Parqueadero*  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### **Análisis:**

El área del parqueadero es para el estacionamiento de vehículos de quienes visiten el local.

### **4.3.03 PROCESO PRODUCTIVO**

Define ( Huertas García & Domínguez Galcerán, 2008, pág. 73) que: “El proceso productivo integrado por ordenador es una versión automatizada del proceso genérico de manufactura, donde se reemplaza cada de las funciones por un conjunto de tecnologías automatizadas.”

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

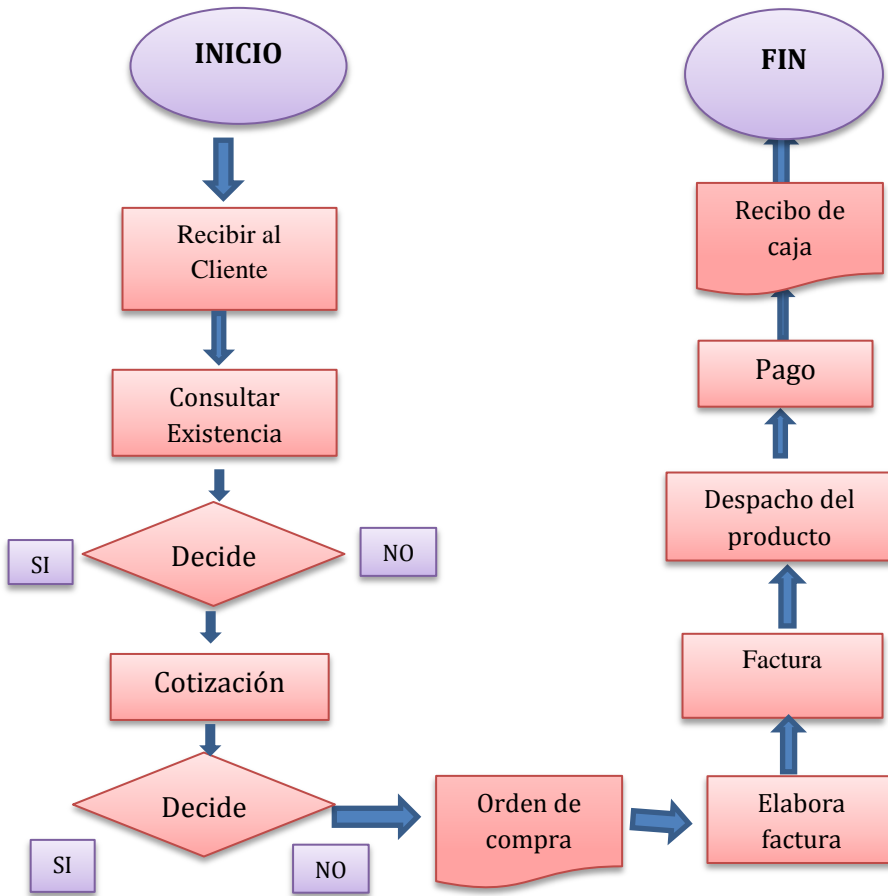


Figura 46 Proceso Productivo

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

En el siguiente flujograma nos indica en la manera como se va a trabajar con las actividades y las secuencias que tendrán cada una de ellas.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 59 Funciones de proceso de venta

AREA	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO
Recibir al cliente	Es uno de los aspectos más importante que hay que darle mucha prioridad, para el cliente pueda sentirse cómodo al visitar el local	10 min
Consultar existencia	Una vez visto lo que le agrada, consulta la existencia del stock	15min
Cotización	Si presenta hay que presentar una cotización, se debe tomar en cuenta que el receptor entienda lo que necesita.	20min
Orden de compra	Una vez aprobada la orden de compra por el usuario debe pasar a caja para que proceda a elaborar la orden de compra.	15min
Elabora factura	Emitir y entregar la factura al cliente y contar con el respaldo de aprobación para la factura	5min
Despacho del producto	Se lo debe realizar con una orden del cliente para llevar un control adecuado de la mercadería.	10min
Pago	Cancelación total del producto que está adquiriendo	5min

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### 4.3.04 Maquinaria y Equipo

Según (Schvad, 2011, pág. 8) define que:

Se denomina máquinas herramientas a las herramientas que utilizan una fuente de energía distinta del movimiento humano, aunque también puedan ser movidas por personas cuando no hay otra fuente de energía. Los historiadores de la tecnología consideran que las máquinas herramientas nacieron cuando se eliminó la actuación directa del hombre en el proceso de dar forma o troquelar los distintos tipos de herramientas. Por ejemplo, se considera

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

que el primer torno que puede considerarse máquina herramienta fue el inventado alrededor de 1751 por Jacques de Vaucanson, porque fue el primero que incorporó el instrumento de corte en una cabeza ajustable mecánicamente, quitándolo de las manos del operario.

Tabla 59 Muebles y Enseres

Muebles y enseres				
Descripciones	Cantidad	Unidad	V. Unitario	V. Total
Mesa	1	Unidad	\$90.00	\$90.00
Anaqueles	3	unidades	\$60.00	\$180.00
Escritorios	3	unidades	\$200.00	\$600.00
Vitrinas	6	unidades	\$150.00	\$900.00
Archivadores	2	unidades	\$80.00	\$160.00
Sillón Ejecutivo	1	Unidad	\$120.00	\$120.00
Sillas	5	Unidades	\$32.00	\$160.00
Silla Giratoria	3	Unidades	\$85.00	\$255.00
<b>Total de muebles y enseres</b>				<b>\$2,465.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 60 Equipos de Oficina

Equipos de oficina				
Descripciones	Cantidad	Unidad	V/U	V/T
Teléfono	4	Unidades	\$27.00	\$108.00
Fax	1	Unidad	\$125.00	\$125.00
Grapadora	2	Unidades	\$2.00	\$4.00
Perforadora	2	Unidades	\$1.50	\$3.00
Archivador	1	Unidad	\$105.00	\$105.00
<b>Total de equipos de oficina</b>				<b>\$345.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 61 Equipos de Computación

<b>Equipos de computación</b>				
<b>Descripciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>V/U</b>	<b>V/T</b>
Computadoras	2	unidades	\$500.00	\$1,000.00
Impresora Multifuncional	1	unidad	\$180.00	\$180.00
<b>Total de equipos de computación</b>				<b>\$1,180.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### **Análisis:**

Una vez realizado un análisis de todos los Muebles y Enseres, Equipos de Oficina y Equipos de Computación, es muy importante contar con estos equipos, ya que a través de esto se puede llevar a cabo todas las actividades para el buen funcionamiento de todas las actividades planificadas, para garantizar un buen cumplimiento en atención al cliente.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

En todo caso (ILPES, 2006, pág. 121) indica que:

En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.

#### 5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

##### 5.1.1 Ingresos operacionales

Según (Internacional, 2016, pág. 106) indica que:

Ingresos operacionales- contempla los importes recibidos o causados por el resultado de las actividades ordinarias de la compañía mediante la entrega de bien o servicio, así como participaciones, dividendos y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, mientras que sea identificado con el propósito principal de la compañía.

Tabla 62 Ingresos Operacionales

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			
	Venta	Cantidad	V. crema	Ingreso	Cantidad	V. crema	Ingreso	Cantidad	V. crema	Ingreso	Cantidad	V. crema	Ingreso	Cantidad	V. crema	Ingreso
Kitt Bellavei		1.100	\$125,00	\$138.544,56	1138,00	\$126,40	\$143.843,20	1177,37	\$127,82	\$150.486,96	1218,11	\$129,25	\$157.437,58	1260,26	\$130,69	\$164.709,23
TOTALES		1.100	\$125,00	\$138.544,56	1138,00	\$126,40	\$143.843,20	1177,37	\$127,82	\$150.486,96	1218,11	\$129,25	\$157.437,58	1260,26	\$130,69	\$164.709,23

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Los ingresos operacionales del proyecto, es para 5 años de vida útil lo cual tenemos en el primer año vendiendo 1100 kitt a un precio de \$125,00 se obtendría un ingreso de \$138.544,56 a diferencia del quinto año se tendría un ingreso de \$164.709,23, se calculó mediante la tasa de crecimiento del sector de comercialización y la inflación para poder sacar un precio considerable.

### 5.1.2 Ingresos no operacionales

Según (Internacional, 2016, pág. 106) define que:

Esta cuenta mayor comprende todos aquellos ingresos provenientes de transacciones diferentes a la actividad ordinaria de la compañía; también estos incluyen los cuentas relacionadas con operaciones de carácter financiero en moneda nacional o extranjero, honorarios utilidad en venta de propiedades, planta y equipo e inversiones, arrendamiento, servicios, dividendos y participaciones, recuperación de deducciones, indemnizaciones e ingresos de ejercicios anteriores.

## 5.2 COSTOS

Para (Billene, 2005, pág. 92) “El costo representa los recursos económicos que han sido, deben o deberían sacrificarse para alcanzar cierto objetivo, independientemente de la forma de medición de los mismos”.

### 5.2.1 Costo Directo

Al respecto (Villegas, 2001, pág. 22) define que:

Un costo directo es un costo que puede ser obvio y físicamente identificado en ese segmento particular en estudio. Por ejemplo, si el segmento en consideración es una línea de producto, entonces los materiales y mano de obra involucrados en l línea de manufactura serán costos directos de la línea.

Tabla 63 Costo Directo

Costo de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	1.100	1138,00	1177,37	1218,11	1260,26
Precio	85,00	85,95	86,91	87,89	88,87
<b>Total costo venta</b>	93.463	97.813	102.331	107.058	112.002

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Como se puede observar el costo del kitt de Bellavei es de \$85,00 comprando en el primer año se obtendría un total de costo de venta de \$93.463,00 que mediante pase los años de proyección estimado el precio subirá.

## 5.2.2 Costo Indirecto

En cuanto a (Villegas, 2001):

Un costo indirecto es un costo que debe ser repartido para asignarse al segmento en consideración. Los costos indirectos de fabricación, por ejemplo, son costos indirectos para una línea de producción. La razón es que los costos indirectos de fabricación no son directamente identificables con una línea particular, pues se incurre en ellos como consecuencia de las actividades operativas. Son también conocidos como costos comunes.

## 5.2.3 Gasto Administrativo

Según (Montenegro, 2001) define que:

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.

Tabla 64 Gasto administrativo

Descripción	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración		1.575,00	26.633,85
Prestaciones Sociales		644,49	7.733,85
Suministros de Oficina	25,00	25,00	300,00
Arriendos	250,00	250,00	3.000,00
Suministros de Limpieza	10,00	10,00	120,00
Agua Potable	36,00	36,00	432,00
Luz Eléctrica	35,00	35,00	420,00
Teléfono	22,00	22,00	264,00
Internet	30,00	30,00	360,00
Honorarios Profesionales (Contador)	120,00	120,00	1.440,00
<b>TOTAL</b>	<b>528,00</b>	<b>2.747,49</b>	<b>40.703,70</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 65 Rol de Pagos de Administración

ROL DE PAGOS DE ADMINISTRACIÓN									
	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva		Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	450,00	54,68	37,50	31,25	18,75	37,50	179,68	629,68	7.556,10
Secretaria Recepcionista	375,00	45,56	31,25	31,25	15,63	31,25	154,94	529,94	6.359,25
Vendedor	375,00	45,56	31,25	31,25	15,63	31,25	154,94	529,94	6.359,25
Bodeguero	375,00	45,56	31,25	31,25	15,63	31,25	154,94	529,94	6.359,25
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL SUELDO</b>	<b>1.575,00</b>	<b>191,36</b>	<b>131,25</b>	<b>125,00</b>	<b>34,38</b>	<b>131,25</b>	<b>644,49</b>	<b>2.219,49</b>	<b>26.633,85</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Como se puede apreciar dentro de la tabla todos los gastos administrativos que intervienen para el funcionamiento del proyecto, lo cual es importante tomar en cuenta los valores que generen para la actividad productiva haciendo que esto se pueda cumplir de manera eficaz.

### 5.2.4 Gasto de ventas

En pocas palabras (Nakasone, 2005, pág. 291) indica que:

Consiste en determinar los gastos que demandará la gestión de ventas en todas las etapas del ciclo de comercialización y distribución. Estos gastos estarán íntimamente ligados al presupuesto de ventas y está compuesto de:

- Gastos de publicidad.
- Comisiones a los vendedores
- Promociones, etc

Tabla 66 Gastos de venta

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL	TOTAL
			MENSUAL	ANUAL
Página web	1	60,00	60,00	60,00
Flyers	1000	0,03	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>			<b>90,00</b>	<b>420,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Dentro de los gastos de venta están todas las inversiones que se realizarán con el propósito de dar a conocer más del producto, y a través de ella lograr tener buenos resultados de venta.

### 5.2.5 Gastos Financieros

En resumen (Buján, 2014) indica que:

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. Los gastos financieros más frecuentes son las comisiones y los intereses. Las comisiones suelen originarse en operaciones con bancos o entidades de crédito.

## 5.2.6 Costo fijos y variables

Según (Jagdich C. & Lardner, 2002, pág. 142) define que:

En la producción de cualquier bien por una empresa, intervienen dos tipos de costos; que se conocen como costos fijos y costos variables. A los costos fijos hay que enfrentarse sin importar la cantidad producida del artículo; es decir, no dependen del nivel de producción. Ejemplos de costos fijos son las rentas, intereses sobre préstamos y salarios de administración. Los costos variables dependen del nivel de producción; es decir, de la cantidad de artículos producidos. Los costos de los materiales y de la mano de obra son ejemplos de costos variables.

Tabla 67 Costo Variable

Servicios Basicos	Unitario	C.Mensual	C.Anual
Internet	30	30,00	360,00
Luz	35	35,00	420,00
Agua	36	36,00	432,00
Teléfono	22	22,00	264,00
<b>Total</b>		<b>123,00</b>	<b>1476,00</b>

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 68 Costos fijos

Nomina	CARGO	FECHA DE INGRESO	# DE DIAS	SUELDO BASICO	TOTAL INGRESOS	INGRESO BASE IEES	IEES	TOTAL DEDUCCIONES	TOTAL RECIBIR	IESS PATRONAL	IESS POR PAGAR	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	TOTAL PROVISIONES ANUAL	TOTAL PROVISION ANUAL
Carlos Moya	Administrador	01.01.2017	29	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 54,68	\$ 97,20	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 37,49	\$ 10,75	\$ 629,66	\$ 7.555,92	\$ 179,66	\$ 2.155,92
Zuly Vega	Secretaria Recepcionista	01.01.2017	29	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10	\$ 154,93	\$ 1.859,10
Patricio Rey	Vendedor	01.01.2017	29	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10	\$ 154,93	\$ 1.859,10
Carlos Soria	Bodeguero	01.01.2017	29	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10	\$ 154,93	\$ 1.859,10
				\$ 1.575,00	\$ 1.575,00	\$ 1.575,00	\$ 148,84	\$ 148,84	\$ 1.426,16	\$ 191,36	\$ 340,20	\$ 131,25	\$ 125,00	\$ 131,20	\$ 65,63	\$ 2.219,44	\$ 26.633,22	\$ 644,44	\$ 7.733,22

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 5.3 INVERSIONES

Según (Rebeco, 2007, pág. 17) indica que:

La inversión se clasifica en dos grandes rubros: inversión fija y variación de existencias. La diferencia clave entre inversión y consumo es que la inversión consiste en bienes que se mantienen, ya sea para la producción de bienes- como es el caso de las maquinarias y los edificios-, o como productos finales para ser vendidos en el futuro, en cuyo caso corresponden a inventarios.

### 5.3.1 Inversión Fija

Hoy en día (Rebeco, 2007, pág. 18):

La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usarán para producir nuevos bienes. En consecuencia, la inversión es la adición de bienes de capital al stock existente.

#### 5.3.1.1 Activos fijos

En resumen (Guzmán Vásquez, Guzmán Vásquez , & Romero Cifuentes, 2005, pág. 32) define que:

Los activos representan los bienes y derechos de propiedad de una organización. Los activos de un estudiante pueden ser sus zapatos, su chaqueta o su camisa. En est orden de ideas, los activos de una empresa pueden estar representados en muebles y enseres, equipos de cómputo, edificios, terrenos, inventarios, cuentas por cobrar, inversiones en acciones o dinero en efectivo.

Tabla 69 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Equipo de Computación	\$ 1,180.00
Equipo de Oficina	\$ 345.00
Muebles y Enseres	\$ 2,465.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,990.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

Contaran con todos los bienes que muestran en la tabla que son necesarios para el buen funcionamiento del proyecto y que, a través de estos bienes inmuebles, se distribuirá a los departamentos para un mejor funcionamiento.

Tabla 70 Equipos de Oficina

Equipos de oficina				
Descripciones	Cantidad	Unidad	V/U	V/T
Teléfono	4	Unidades	\$27,00	\$108,00
Fax	1	Unidad	\$125,00	\$125,00
Grapadora	2	Unidades	\$2,00	\$4,00
Perforadora	2	Unidades	\$1,50	\$3,00
Archivador	1	Unidad	\$105,00	\$105,00
<b>Total de equipos de oficina</b>				<b>\$345,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 71 Equipos de computación

Equipos de computación				
Descripciones	Cantidad	Unidad	V/U	V/T
Computadoras	2	unidades	\$500,00	\$1.000,00
Impresora Multifuncional	1	unidad	\$180,00	\$180,00
<b>Total de equipos de computación</b>				<b>\$1.180,00</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

Tabla 72 Muebles y Enseres

Muebles y enseres				
Descripciones	Cantidad	Unidad	V. Unitario	V. Total
Mesa	1	Unidad	\$90,00	\$90,00
Anaqueles	3	unidades	\$60,00	\$180,00
Escritorios	3	unidades	\$200,00	\$600,00
Vitrinas	6	unidades	\$150,00	\$900,00
Archivadores	2	unidades	\$80,00	\$160,00
Sillón Ejecutivo	1	Unidad	\$120,00	\$120,00
Sillas	5	Unidades	\$32,00	\$160,00
Silla Giratoria	3	Unidades	\$85,00	\$255,00
<b>Total de muebles y enseres</b>				<b>\$2.465,00</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 5.3.1.2 Activos Nominales (Diferidos)

Indica (Baca Urbina, 2001, pág. 195) que: “Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento, se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos”.

Tabla 73 Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	\$400,00
Gastos de Publicidad	\$90,00
Estudio de Factibilidad	\$120,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$610,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### **Análisis:**

En el presente proyecto todos los gastos que incurran dentro de la organización, los gastos de publicidad y el estudio de factibilidad de lo que se está proyectando, para dar inicio a la constitución del proyecto que ya se encuentran destinados para la ejecución.

### 5.3.2 Capital de trabajo

Menciona (Baca Urbina, 2001, pág. 168) que:

Está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay financiar la primera producción antes de recibir ingresos, donde se compara materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Tabla 74 Capital de Trabajo

Descripcion	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
CAPITAL TRABAJO GASTOS DE ADMINISTRACION	2.747,49	2.747,49	2.747,49	8.242,46
CAPITAL TRABAJO GASTOS DE VENTAS	90,00	90,00	90,00	270,00
CAPITAL DE TRABAJO GASTO INTERÉS	18,67	17,93	17,19	53,80
<b>TOTAL</b>	<b>2.856,16</b>	<b>2.855,42</b>	<b>2.854,68</b>	<b>8.566,26</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 5.3.3 Fuentes de financiamiento y usos de fondo

Indica (Baca Urbina, 2001, pág. 177) que:

Es un estado financiero auxiliar o complementario, elaborado y utilizado con el objetivo de conocer de donde provinieron los recursos de la organización en un periodo determinado (origen de fondos) y que destino se dio a tales recursos (aplicación de fondos), el estado de origen y aplicación de fondos expone cuales fueron las fuentes de recursos que tuvo la empresa en su actividad y la aplicación y distribución que se hizo de estos recursos en el mismo periodo.

Tabla 75 Fuentes de financiamiento y usos de fondo

Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financieros
<b>Inversiones en Activos Fijos</b>			
Edificio	0,00	0,00	0,00
Equipo de Computación	1.180,00	0,00	1.180,00
Equipo de Oficina	345,00	0,00	345,00
Muebles y Enseres	2.465,00	0,00	2.465,00
Maquinaria y Equipo	0	0,00	0,00
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>3.990,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.990,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	400,00	400,00	0,00
Estudio de Factibilidad	120,00	120,00	0,00
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>520,00</b>	<b>520,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Gastos de Administración	2.747,49	2.747,49	0,00
Gastos de Ventas	90,00	90,00	0,00
Gastos Financieros	544,13	544,13	0,00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>3.381,62</b>	<b>3.381,62</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>7.891,62</b>	<b>3.901,62</b>	<b>3.990,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

#### Análisis:

El proyecto trabajará a través de un capital propio del 49% y se financiará al banco un 51%, esto quiere decir que la empresa presenta recursos favorables ya que no podrá en riesgo ninguna de las partes y desde aquí partirá para la ejecución del proyecto.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 5.3.4 Amortización de Financiamiento

Menciona (Baca Urbina, 2001, pág. 196) que: “El término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años, los cargos anuales se calculan con base en los porcentajes de depreciación permitidos por las leyes impositivas”.

*Tabla 76 Amortización francesa*

Inversion	100%	7.891,62	
Cap. Propio	49%	3.901,62	
Financiamiento	51%	3.990,00	
Plazo	:	24	MESES
Interes	:	11,23%	0,47%
Pagos	:	MENSUAL	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 77 Amortización de financiamiento

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	3.990,00	0,00	0,00	0,00	3.990,00
1	3.990,00	18,67	176,15	157,48	3.832,52
2	3.832,52	17,93	176,15	158,21	3.674,31
3	3.674,31	17,19	176,15	158,96	3.515,35
4	3.515,35	16,45	176,15	159,70	3.355,65
5	3.355,65	15,70	176,15	160,45	3.195,21
6	3.195,21	14,95	176,15	161,20	3.034,01
7	3.034,01	14,20	176,15	161,95	2.872,06
8	2.872,06	13,44	176,15	162,71	2.709,35
9	2.709,35	12,68	176,15	163,47	2.545,88
10	2.545,88	11,91	176,15	164,24	2.381,64
11	2.381,64	11,14	176,15	165,00	2.216,64
12	2.216,64	10,37	176,15	165,78	2.050,86
13	2.050,86	9,60	176,15	166,55	1.884,31
14	1.884,31	8,82	176,15	167,33	1.716,98
15	1.716,98	8,03	176,15	168,11	1.548,87
16	1.548,87	7,25	176,15	168,90	1.379,97
17	1.379,97	6,46	176,15	169,69	1.210,28
18	1.210,28	5,66	176,15	170,48	1.039,79
19	1.039,79	4,87	176,15	171,28	868,51
20	868,51	4,06	176,15	172,08	696,43
21	696,43	3,26	176,15	172,89	523,54
22	523,54	2,45	176,15	173,70	349,84
23	349,84	1,64	176,15	174,51	175,33
24	175,33	0,82	176,15	175,33	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Como indica la tabla de amortización para la financiación del 51% del banco las cuotas son considerables y beneficioso para la empresa, ya que será factible para poder cubrir los pagos a tiempo, sin embargo todas estas son de manera consecutiva durante los 24 meses.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 5.3.5 Depreciación

Menciona (Zambrano, 2007, pág. 98) que:

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil.

Tabla 78 Depreciación

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Oficina	345,00	10	\$34,50	\$34,50	\$34,50	\$34,50	\$34,50
Equipos de Computación	1.180,00	3	\$393,33	\$393,33	\$393,33	\$393,33	\$393,33
Muebles y Enseres	2.465,00	10	\$246,50	\$246,50	\$246,50	\$246,50	\$246,50
<b>TOTAL</b>	<b>3.990,00</b>		<b>\$674,33</b>	<b>\$674,33</b>	<b>\$674,33</b>	<b>\$674,33</b>	<b>\$674,33</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

Podemos observar cómo se van a ir depreciando los equipos de oficina que está estimado para 10 años, equipos de computación para 3 años y por último los Muebles y Enseres para 10 años, de esta manera se podrán ir devaluando los activos.

### 5.3.6 Estado de Situación Inicial

Indica (Baca Urbina, 2001, pág. 203) que: "El estado de situación inicial mostrará la aportación neta que deberán realizar los accionistas o promotores del proyecto".

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 79 Estado de Situación Inicial

<b>Empresa "FLORSKIN"</b>		
<b>Estado de Situación Inicial</b>		
<b>al 31 de diciembre del 2017</b>		
<b>Activos</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>3.381,62</b>
Bancos	3.381,62	
<b>Activo no Corriente</b>		<b>4.110,00</b>
Edificio	0,00	
Equipo de Computación	1.180,00	
Equipo de Oficina	345,00	
Muebles y Enseres	2.465,00	
Estudio de Factibilidad	120,00	
<b>Otros Activos</b>		<b>400,00</b>
Gasto de Constitución	400,00	
<b>Total Activos</b>		<b>7.891,62</b>
<b>Pasivos</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>3.990,00</b>
Prestamo Bancario por pagar	3.990,00	
<b>Patrimonio</b>		<b>3.901,62</b>
<b>Capital</b>	<b>3.901,62</b>	
<b>Total Pasivo mas Patrimonio</b>		<b>7.891,62</b>
<b>Firma GERENTE</b>	<hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/>	<b>Firma CONTADOR</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 5.3.7 Estado de Resultado Proyectado

Según (Baca Urbina, 2001, pág. 204) indica que: “El estado de resultados pro-forma o proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo (FNE) con los cuales se realiza la evaluación económica”.

Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado

al 31 de diciembre del 2017						
Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>		<b>138.544,56</b>	<b>143.843,20</b>	<b>150.486,96</b>	<b>157.437,58</b>	<b>164.709,23</b>
Kitt Bellavei		138.544,56	143.843,20	150.486,96	157.437,58	164.709,23
<b>COSTOS DE VENTAS</b>						
		93.462,60	97.813,38	102.331,13	107.057,55	112.002,28
		93.462,60	97.813,38	102.331,13	107.057,55	112.002,28
<b>UTILIDAD BRUTA VENTAS</b>		<b>45.081,96</b>	<b>46.029,82</b>	<b>48.155,83</b>	<b>50.380,03</b>	<b>52.706,95</b>
<b>Gastos Operacionales</b>		<b>41.298,34</b>	<b>41.760,88</b>	<b>42.050,03</b>	<b>42.520,99</b>	<b>42.997,22</b>
Gastos Administrativos		40.703,70	41.159,58	41.620,57	42.086,72	42.558,09
Gastos de Ventas		420,00	424,70	429,46	434,27	439,13
Gastos Financieras		174,64	176,59	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>3.783,62</b>	<b>4.268,94</b>	<b>6.105,80</b>	<b>7.859,04</b>	<b>9.709,73</b>
Otros Ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Antes de Participación Empleados</b>		<b>3.783,62</b>	<b>4.268,94</b>	<b>6.105,80</b>	<b>7.859,04</b>	<b>9.709,73</b>
15 % Participación Laboral		567,54	640,34	915,87	1.178,86	1.456,46
<b>Utilidad Antes de Impuesto Renta</b>		<b>3.216,08</b>	<b>3.628,60</b>	<b>5.189,93</b>	<b>6.680,18</b>	<b>8.253,27</b>
Impuesto a la Renta PNOC						
<b>Utilidad Neta</b>		<b>3.216,08</b>	<b>3.628,60</b>	<b>5.189,93</b>	<b>6.680,18</b>	<b>8.253,27</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

### 5.3.8 Flujo neto de efectivo

Menciona (Zamarripa, 2005, pág. 109) que:

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el valor del dinero en función del tiempo, al retrotraer mediante la tasa de interés (tasa de intercambio intertemporal del dinero) los flujos netos de dinero a la fecha de inicio del proyecto.

Tabla 81 Flujo neto de efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-7.891,62			-3.450,00		1.798,33
Excedente Operacional		3.994,41	4.302,94	5.864,26	7.354,51	8.927,60
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-7.891,62</b>	<b>3.994,41</b>	<b>4.406,94</b>	<b>5.968,26</b>	<b>7.458,51</b>	<b>9.031,60</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 5.2.8.1 Flujo de caja

Menciona (Zamarripa, 2005, pág. 123) que:

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa, es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, lo cual se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

Tabla 82 Flujo de caja

Flujo de Caja						
Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>		<b>138.544,56</b>	<b>143.843,20</b>	<b>150.486,96</b>	<b>157.437,58</b>	<b>164.709,23</b>
Kitt Bellavei		138.544,56	143.843,20	150.486,96	157.437,58	164.709,23
(-) <b>COSTOS DE VENTAS</b>		93.462,60	97.813,38	102.331,13	107.057,55	112.002,28
		93.462,60	97.813,38	102.331,13	107.057,55	112.002,28
<b>UTILIDAD BRUTA VENTA</b>		<b>45.081,96</b>	<b>46.029,82</b>	<b>48.155,83</b>	<b>50.380,03</b>	<b>52.706,95</b>
(-) <b>Gastos Operacionales</b>		<b>41.298,34</b>	<b>41.760,88</b>	<b>42.050,03</b>	<b>42.520,99</b>	<b>42.997,22</b>
Gastos Administrativos		40.703,70	41.159,58	41.620,57	42.086,72	42.558,09
Gastos de Ventas		420,00	424,70	429,46	434,27	439,13
Gastos Financieras		174,64	176,59		0,00	0,00
(=) <b>Utilidad Operacional</b>		<b>3.783,62</b>	<b>4.268,94</b>	<b>6.105,80</b>	<b>7.859,04</b>	<b>9.709,73</b>
(+) Otros Ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) <b>Utilidad Antes de Participac</b>		<b>3.783,62</b>	<b>4.268,94</b>	<b>6.105,80</b>	<b>7.859,04</b>	<b>9.709,73</b>
(-) 15 % Participacion Laboral		567,54	640,34	915,87	1.178,86	1.456,46
(=) <b>Utilidad Antes de Impuesto</b>		<b>3.216,08</b>	<b>3.628,60</b>	<b>5.189,93</b>	<b>6.680,18</b>	<b>8.253,27</b>
(-) Impuesto a la Renta PNOC						
(=) <b>Utilidad Neta</b>		<b>3.216,08</b>	<b>3.628,60</b>	<b>5.189,93</b>	<b>6.680,18</b>	<b>8.253,27</b>
<b>DEPRECIACIONES (+)</b>		674,33	674,33	674,33	674,33	674,33
<b>AMORTIZACIONES (+)</b>		104,00	104,00	104,00	104,00	104,00
<b>EXCEDENTE OPERACION</b>		<b>3.994,41</b>	<b>4.406,94</b>	<b>5.968,26</b>	<b>7.458,51</b>	<b>9.031,60</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 5.4 EVALUACIÓN

### 5.4.1 Tasa de descuento

Indica (Schumpeter, 2015, pág. 118) que: “La tasa de descuento es un factor financiero que se utiliza en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y en particular para calcular el valor actual de un capital futuro o evaluar proyectos de inversión”.

Tabla 83 Tasa de descuento

TMAR o Tasa de Descuento	
Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	3,47%
<b>TMAR</b>	<b>15,30%</b>
<b>TMAR</b>	<b>0,1530%</b>

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 5.4.2 Valor actual neto (VAN)

Afirma (Jiménez Boulanger , Espinoza Gutiérrez , & Fonseca Retana , 2008, pág. 81) que:

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados.

Tabla 84 Valor actual neto

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-7.891,62			-3.450,00		1.798,33
Excedente Operacional		3.994,41	4.302,94	5.864,26	7.354,51	8.927,60
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-7.891,62</b>	<b>3.994,41</b>	<b>4.406,94</b>	<b>5.968,26</b>	<b>7.458,51</b>	<b>9.031,60</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

VAN =	-7.891,62	3.464,36	3.314,96	3.893,68	4.220,22	4.432,19
VAN =	-7.891,62	19.325,41				
VAN =	11.433,79					

### Análisis:

Según como refleja en la tabla que de proyección del valor actual neto se obtiene un valor de \$11.433,79, lo que indica que si es factible para la ejecución del proyecto.

### 5.4.3 Tasa de Interés de Retorno (TIR)

Con el objeto (Fernández Espinoza , 2008, pág. 132) define que:

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 85 Tasa de Interés de Retorno

VAN =	- P	FNE 1 (1 + i)^1	FNE 2 (1 + i)^2	FNE 3 (1 + i)^3	FNE 4 (1 + i)^4	FNE 5 (1 + i)^5
VAN =	-7.891,62	3.994,41 1,153	4.406,94 1,329409	5.968,26 1,5328086	7.458,51 1,76732829	9.031,60 2,037729518
VAN =	-7.891,62	3.464,36	3.314,96	3.893,68	4.220,22	4.432,19
VAN =	-7.891,62	19.325,41				
VAN =	11.433,79					
TIR =	58,23%					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

De los datos obtenidos, se puede concluir que la TIR concluye un 58,23% determinando que el proyecto es aceptable para la plantación de la microempresa, la cual va a dar buenos resultados.

### 5.3.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Indica (Malhotra, 2008, pág. 154) que:

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión, por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo, en el cual permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Tabla 86 Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-7.891,62	-7.891,62	1,00	-7.891,62	-7.891,62
1	3.994,41	-3.897,21	0,86	3.452,07	-4.439,54
2	4.406,94	509,73	0,75	3.291,48	-1.148,06
3	5.968,26	6.477,99	0,65	3.852,38	2.704,32
4	7.458,51	13.936,50	0,56	4.160,65	6.864,97
5	9.031,60	22.968,11	0,48	4.354,13	11.219,10

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

Tabla 87 Periodo de recuperación de la inversión en meses

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	4.406,94	-3.897,21	AÑO 3	3.852,38	-1.148,06
1 mes	367,24	-3.529,96	1 mes	321,03	-827,03
2 mes	367,24	-3.162,72	2 mes	321,03	-506,00
3 mes	367,24	-2.795,47	3 mes	321,03	-184,97
4 mes	367,24	-2.428,23	4 mes	321,03	136,06
5 mes	367,24	-2.060,98	5 mes	321,03	457,10
6 mes	367,24	-1.693,74	6 mes	321,03	778,13
7 mes	367,24	-1.326,49	7 mes	321,03	1.099,16
8 mes	367,24	-959,25	8 mes	321,03	1.420,19
9 mes	367,24	-592,00	9 mes	321,03	1.741,22
10 mes	367,24	-224,76	10 mes	321,03	2.062,26
11 mes	367,24	142,48	11 mes	321,03	2.383,29
12 mes	367,24	509,73	12 mes	321,03	2.704,32

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

### Análisis:

Una vez realizado el cálculo de inversión se determina que en los valores constantes se recuperará en 2 años 11 meses y para los valores actualizados se recuperar dentro de 3 años 4 meses.

### 5.3.5 Relación Costo Beneficio (RCB)

Piensa (Rosales Posas , 2010, pág. 155) “Es aquella que relaciona la sumatoria de todos los costos actualizados del proyecto (inversión y operación) con la sumatoria de todos los beneficios actualizados que genera el proyecto durante la vida útil.”

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 88 Relación Costo Beneficio

RBC= $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
Periodos	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	\$171.531,36	\$171.531,36	\$41.298,34	\$41.298,34
2	\$177.466,35	\$177.466,35	\$41.760,88	\$41.760,88
3	\$183.606,68	\$183.606,68	\$42.050,03	\$42.050,03
4	\$189.959,47	\$189.959,47	\$42.520,99	\$42.520,99
5	\$196.532,07	\$196.532,07	\$42.997,22	\$42.997,22
		<b>\$919.095,93</b>		<b>\$210.627,46</b>
<b>RBC</b>	<b>\$4,36</b>			
<b>GANANCIA</b>		<b>\$3,36</b>		
1 Kitt cremas		1		

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### Análisis:

De acuerdo a la relación de costo beneficio se puede observar que, por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$3,36, determinando que es rentable para el proyecto a plantarse.

### 5.3.6 Punto de equilibrio

Describe (Horngren , Datar , & Foster, 2007, pág. 65) que:

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de los ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar las pérdidas operativas. El punto de equilibrio les indica cuánta las producciones deben vender para evitar una pérdida.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Tabla 89 Punto de equilibrio

<b>P.E. =</b>		$\frac{CF}{p - Cvu}$	
<b>Costos Fijos:</b>			
Gastos Administrativos	40.703,70		
Gastos de Ventas	420,00		
Gasto Financiero	174,64		
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>41.298,34</b>		
Precio de Venta	<b>125</b>		
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>0,00</b>		
<b>P.E. =</b>		$\frac{CF}{p - Cvu}$	<b>=</b>
		$\frac{41.298,34}{125}$	<b>= 330</b>
<b>P.E. =</b>		<b>330 X</b>	<b>125,00 = 41.298 Ventas</b>
<b>Comprobacion</b>			
<b>VENTAS</b>	<b>41.298,34</b>		
Costo Variable	-		
Margen de Contribución	41.298,34		
Costos Fijos	41.298,34		
Utilidad / Pérdida	-		

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

### 5.3.6.1 Figura del Punto de equilibrio

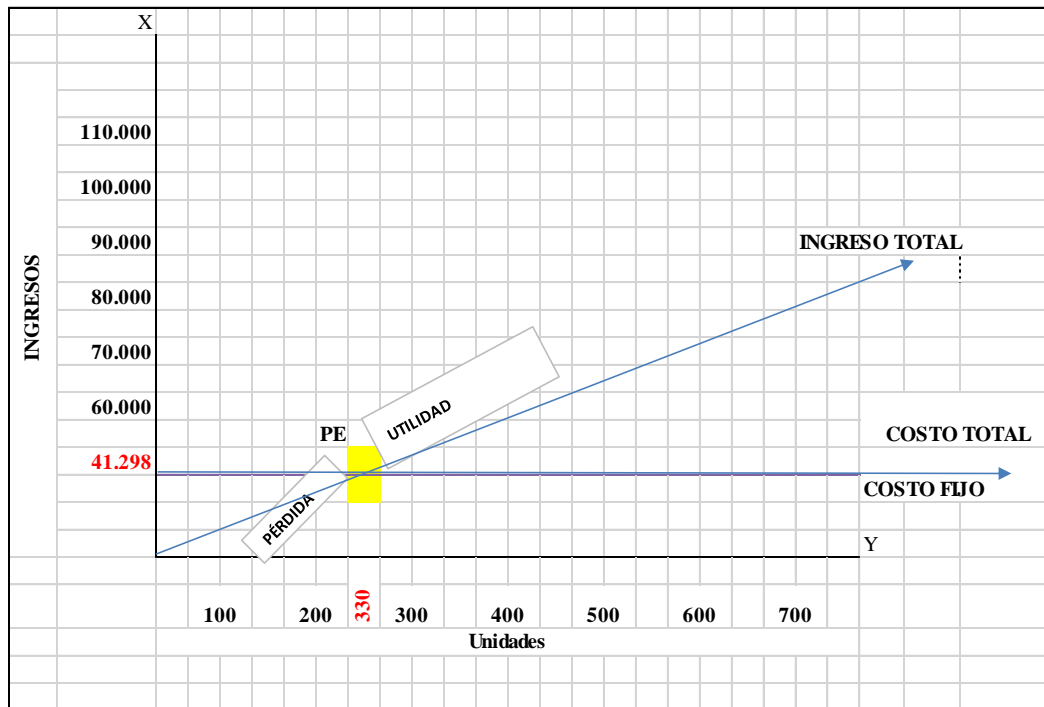


Figura 47 Figura del Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Flor Pindoy

#### Análisis:

De acuerdo al índice del punto de equilibrio se da a conocer la cantidad de producto que debe vender en un tiempo determinado, para a través de este índice conocer si hay pérdida o ganancia con el producto comercializar.

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## 5.4.7 ANÁLISIS DE LOS ÍNDICES FINANCIEROS

Expresa (Valbuena Álvarez, 2000, pág. 139) La utilización de razones o índices nos ayuda a interpretar la información que aparece en el balance general y en el estado de resultados; estos índices nos permiten evaluar rápidamente la posición de una empresa mediante la observación de la relación entre los renglones más importantes de sus estados financieros, así como de la comparación de los resultados de la unidad económica con los obtenidos por otras de la competencia.

### 5.4.7.1 Rendimiento sobre activos (ROA)

Según (Malhotra, 2008, pág. 167) indica que: "El ROA se define como el rendimiento económico sobre la inversión total realizada sin considerar la forma de su financiación".

### 5.2.7.2 Índice de endeudamiento

Agrega (Barajas Nova, 2008, pág. 87) "El índice de endeudamiento mide la contribución de los acreedores con relación a la contribución de los propietarios para financiar los activos de la compañía."

Tabla 90 Índice de endeudamiento

<b>R.O.A</b>	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$
<b>R.O.A</b>	=	$\frac{3.216,08}{3.990,00}$
<b>R.O.A</b>	=	0,81

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

**Análisis:**

Dentro de este indicador nos da a conocer el giro de negocio dentro de la empresa, dando como resultado un 81%, lo que demuestra que si es aceptable para la ejecución la misma.

**5.2.74 Rendimiento sobre patrimonio o capital (ROE)**

Indica (Baca Urbina, 2001, pág. 225) que: “Expresa rentabilidad y proporcionan mucha información sobre el uso que se está haciendo de los activos y de los fondos propios, respectivamente”.

*Tabla 91 Rendimiento sobre patrimonio o capital*

<b>R.O.E</b>	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
<b>R.O.E</b>	=	$\frac{3.216,08}{3.901,62}$
<b>R.O.E</b>	=	0,82

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

**Análisis:**

Mediante este indicador ROE, se da a conocer la rentabilidad sobre el capital, que determinan 82% lo que es razonable para la instalación de este proyecto.

### 5.4.7.3 Rendimientos sobre inversión (ROI)

Según (Baca Urbina, 2001, pág. 228) menciona que: “Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida y la inversión”.

Tabla 92 Rendimientos sobre inversión

<b>R.O.I</b>	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversion}}$
<b>R.O.I</b>	=	$\frac{3.216,08}{7.891,62}$
<b>R.O.I</b>	=	0,41

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Flor Pindoy

#### Análisis:

La rentabilidad de la inversión sobre este índice nos da a conocer que tiene un 41% lo que equivale a un margen aceptable para el funcionamiento del proyecto.

## CAPÍTULO VI

### 6. ANÁLISIS DE IMPACTO

#### 6.1 Impacto Ambiental

Indica (Rojas, 2009, pág. 21) que: “Se denomina así a las consecuencias provocadas por cualquier acción humana que modifique las condiciones de subsistencia o de supervivencia de los ecosistemas, estas acciones humanas provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social”.

La empresa FLORSKIN, una vez se encuentre en funcionamiento ayudará a reducir el impacto contra el medio ambiente, a través de la recolección de desechos de cartones y entregando específicamente de manera directa a fabricas que hagan uso de este material con el propósito de no afectar al medio ambiente, ya que la conservación y responsabilidad de la empresa será cuidar el medio ambiente con armonía.

## 6.2 Impacto económico

Menciona (Fabara F. , 2006, pág. 105) que:

El impacto económico ayuda a las Administraciones en la toma de decisiones sobre proyectos de inversión proporcionando información cuantitativa y cualitativa sobre los impactos en producción, empleo, recaudación impositiva o medioambiente, permitiendo justificar las decisiones de inversión frente a la sociedad y ante otras Administraciones.

El sector donde se ubicará la micro empresa será en el Sector de Cotocollao al norte de la Ciudad, ya que es un lugar comercial donde se puede dar a conocer del producto que ofrece la micro empresa cubriendo las necesidades del mercado, sin embargo, también ayudará al aporte del crecimiento y desarrollo del País, generando fuentes de trabajo a los que están desempleados y cumpliendo con todas las obligaciones reglamentadas por el Gobierno.

## 6.3 Impacto productivo

Según (Fabara F. , 2006, pág. 131) menciona que: “Consiste en la manipulación y modificación intencionada de la naturaleza, para obtener de ella lo necesario para subsistir, ya que es una actividad constituida y específica de la condición humana”.

El proyecto no tendrá mayor impacto que puedan afectar a los seres humanos ni al medio ambiente, porque no produce derivados que incurra daño a la sociedad, sin embargo, se colaborará para mantener un ambiente saludable y que esto permita

tener una buena presentación y a su vez impulsar al proyecto y al desarrollo de la misma.

#### **6.4 Impacto Social**

Menciona (Mora & Muñoz de Bustillo Llorente, 2005, pág. 142) que: “Es la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida de la persona o personas que las ejecutan, debido al producto de las investigaciones”.

La Micro empresa FLORSKIN, se orientará a que el producto tenga una buena aceptación en el mercado y así incentivar a dar soluciones frente a las necesidades de la sociedad, con la implantación del negocio será una salida para las personas que se encuentren desempleadas para que obtengan un empleo digno y a través de esto disminuiría la tasa de desempleo siendo un impacto social positivo para la sociedad.

Al momento la también con la ejecución del proyecto, se dará mayor interés a cada uno de los empleados para que tengan todos los beneficios de ley a su favor, motivándolos a que puedan obtener un buen ambiente de trabajo demostrando todas las capacidades para el buen manejo a su cargo.

## CAPÍTULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

Luego de haber realizado un análisis para la ejecución del proyecto se determina los siguientes puntos.

- Para realizar el proyecto primero se tomó en cuentas todos los índices económicos del país, con la finalidad de obtener una respuesta y a través de estos factores poder realizar un estudio de mercado para verificar si es viable el desarrollo de la misma.
- Dentro del análisis situacional del proyecto, se puede destacar todas las características internas de la empresa, con el fin de conocer las oportunidades fortalezas que existe dentro de aquello, como es el mejoramiento al momento de realizar la entrega del producto y que el cliente quede satisfecho con nuestro servicio, también se pudo analizar las debilidades y amenazas, ya que hay crecimiento en el mercado actual y esto hace que los impuestos crezcan poniendo en desafío al proyecto.

- Se realizó un estudio de mercado, lo cual se pudo determinar la aceptación para la instalación de una distribuidora en el sector de Cotocollao, teniendo una cogida del 90% de las personas que están interesadas en consumir del producto, demostrando que es rentable dentro del proyecto.
  
- Para la instalación de la empresa se consideró todos los bienes que van a intervenir, es decir los equipos de computación, muebles y enseres y equipos oficina, para llevar a cabo todas las actividades planificadas a través de esta manera llevar cumplir con los objetivos propuestos.
  
- A través del estudio financiero del proyecto se pudo determinar para empezar a trabajar se abrirá con un capital de inversión de \$7.891, 62, dado esta inversión el periodo de recuperación a valores constantes es de 2 años 11 meses del mismo el periodo de recuperación a valores actualizados es a 3 años 4 meses, una vez realizado el análisis se determina un TIR de 58,23% obteniendo un VAN de \$11.433,79, lo que concluye, si es factible para la creación de la empresa, así también se pudo determinar que el costo beneficio es muy favorable ya que por cada dólar invertido se tendrá una rentabilidad de \$3.36, de igual manera se aplicaron los índices de endeudamiento logrando obtener buenos resultados a futuro.
  
- Una vez realizados los análisis de impactos ambientales, económicos, productivos y social se pudo determinar que son factores muy claves para el funcionamiento adecuado

dentro de la organización, sin embargo la empresa no tiene mayor incidencia en contra del impacto ambiental.

## 7.2 Recomendaciones

- Realizar todos los pasos necesarios para la ejecución del proyecto, administrativa, comercial y operativa, esto con el propósito que todos apoyen al crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Se realizará un estudio de mercado cada cierto tiempo con la finalidad de conocer las alternativas o exigencias de cada consumidor o a su vez lanzar un nuevo producto.
- Estar pendiente de todas las innovaciones de cada producto y mantener al margen de las necesidades del cliente, y a través de este factor se pueda tomar una decisión para mejorar y tener éxito por la venta del producto.
- La empresa dará capacitación al trabajador con el fin de incentivar al crecimiento y cumplir con todos los objetivos y metas propuestas en su puesto a cargo para que a través de ella logre tener buenos resultados de trabajo.
- Realizar un plan de marketing para llegar a cumplir con todos los objetivos planteados y a través de esta manera también dar a conocer más de los productos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Huertas García, R., & Domínguez Galcerán, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. España: S. L.  
Recuperado el 06 de Marzo de 2017
- Albert Suñe, F. G. (2004). *MANUAL PRACTICO DE DISEÑO DE SISTEMAS PRODUCTIVOS*. Madrid: Diaz de Santos, S.A. Recuperado el 14 de 03 de 2017
- Alvarez, A. (2004). *El Entorno Económico: Como entenderlo y anticipar su evolución*. México: RA-MA.
- Arieta, E. (2011). *Economía*. Barcelona: Bubok.
- Arizpe, J. F. (2011). *Dirección de Capital Humano*. Distrito Federal: Trillas S.A. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Azua, M. (2009). *El factor social*. IBM Press.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (Cuarta edición ed.). Lisboa: Interamericana editores S.A. Recuperado el 31 de 07 de 2016
- Barajas Nova, A. (2008). *Finanzas para no Financistas* (Cuarta ed.). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Barrios, V. I. (30 de Noviembre de 2011). *Academia Edu*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de [http://www.academia.edu/8790218/Ambiente\\_externo\\_de\\_las\\_organizaciones\\_de](http://www.academia.edu/8790218/Ambiente_externo_de_las_organizaciones_de)
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Pearson. Recuperado el 05 de Febrero de 2017
- Billene, R. A. (2005). *Análisis de costos*. Argentina: Ediciones jurídicas cuyo.
- Buján, C. (29 de octubre de 2014). *Los gastos financieros: qué son y cómo se deducen*. Obtenido de <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Caceres, I. A. (30 de marzo de 2011). *Blog*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016, de <http://gestion-admtiva.blogspot.com/>
- Cardona, C. R. (2010). *Fundamento de Administracion*. Bogota: Ecoe Ediciones. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Caro, R. E. (7 de Abril de 2012). *Administracion Moderna*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2016, de <http://www.administracionmoderna.com/2012/04/la-gestion-operativa-y-la-gestion.html>
- Castejon, R. M. (14 de Abril de 2014). *Solo de Interes*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2016, de <http://solo-de-interes.com/definiciones-organizacion-aplicaciones/>
- CASTRO, J. N. (2010). *INVESTIGACION INTEGRAL DE MERCADOS*. COLOMBIA: MCGRAW-HILL.
- Damianovic, N. (2008). *Población y sociedad. aspectos demográficos*. Chile: Instituto Nacional de Estadísticas.
- Delgado, S. C., & Martillo, I. (2007). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos macroeconómicos*. Quito, Ecuador: Servicios académicos intercontinentales. Recuperado el 2016 de Noviembre de 29
- Diaz, Marco;. (24 de Nviemvre de 2008). *Blogs*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de [Blogs: http://bellezaporunproposito.co/la-historia-de-las-cremas-humectantes-e-hidratantes/](http://bellezaporunproposito.co/la-historia-de-las-cremas-humectantes-e-hidratantes/)
- Fabara, F. (2006). *Terminologia utilizada en economía y finanzas* (Primera edición ed.). Quito: LNS. Recuperado el 06 de Julio de 2016
- Fabara, F. (2006). *Terminología utilizada en economía y otras ciencias afines* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Servicios Gráficos Abigafl.
- Fernández Espinoza , S. (2008). *Los proyectos de inversión* (Primera ed.). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Franklin, T. y. (2010). *Principios de Administración*. Colonia San Juan Tlihuaca: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Fuentelsaz Gallego, C., Icart Isern, M., & Pulpón Segura, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. España: Gráficas rey. Recuperado el 06 de Febrero de 2017
- Giancarlos. (26 de octubre de 2015). *Conduce tu Empresa*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2016, de <http://blog.conducetuempresa.com/2012/04/el-organigrama-en-los-negocios-para-que.html>
- Griffin, R. (2011). *Administración* (Decima ed.). Mexico: Cengage. Recuperado el 05 de Febrero de 2017, de [https://books.google.com.ec/books?id=BquP2eK1J\\_0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=BquP2eK1J_0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Guzmán Castro , F. (2010). *Introducción a la Ingeniería Económica*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Guzmán Vásquez, A., Guzmán Vásquez , D., & Romero Cifuentes, T. (2005). *Contabilidad Financiera*. Colombia: Universidad del rosario.
- Herrera, J. A. (2013). *Evaluación de Proyectos Construcción*. Republica Dominicana: Copyright.
- Herrera, J. E. (2014). *Proyecto: enfoque gerencial*. Bogota: Ecoe ediciones. Recuperado el 16 de 03 de 2017
- Herrera, J. E. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial*. 04: Ecoe ediciones. Recuperado el 16 de 03 de 207
- Herrera, J. E. (s.f.). *Proyectosñ*.
- Horngren , C., Datar , S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial*. México: Pearson Educación.
- ILPES. (2006). *Guía para la presentación de proyecto*. Mexico: Siglo veintiuno editores.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

INEC. (01 de marzo de 2016). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2016, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo\\_0316.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf)

Internacional, P. I. (2016). *Alfrero Borrero Páez, Olson Ortiz Tobar*. Barranquilla: Universidad del Norte. Recuperado el 16 de 03 de 2017

Jagdich C., A., & Lardner, R. (2002). *Matemáticas aplicadas a la administración y economía*. México: Pearson Educación.

James C. Van Horne y John M. Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016

James C. Van Horne y John M. Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el Noviembre de 29 de 2016

James C. Van Horne y John M. Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico : PEARSON EDUCACIÓN .

Jiménez Boulanger , F., Espinoza Gutiérrez , C. L., & Fonseca Retana , L. (2008). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Juan Gonzalo Franco. (2011). *Notas de Mercado de Gerencia*. Recuperado el 20 de noviembre de 2016, de [http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio\\_digital/virtualteca/libros/notas\\_geren\\_mercadeo.pdf](http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/libros/notas_geren_mercadeo.pdf)

Krugman, P., Olney, M., & Wells, R. (2008). *Fundamentos de economía*. Barcelona: Reverte S. A. Recuperado el 24 de Febrero de 2017

Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamentos de economía*. Barcelona, España: Reverté, SA.

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Lapitz, R., Gorfinkiel, D., Acosta, A., & Gudynas, E. (2005). *EL OTRO RIESGO PAÍS Indicadores y desarrollo en la economía* (Segunda ed.). Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala. Recuperado el 2016 de Noviembre de 29
- López Belbeze, M. (2008). *Dirección comercial: guía de estudio* (Primera ed.). (S. d. Barcelona, Ed.) España: UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA. Recuperado el 03 de Marzo de 2017
- López López, M. D. (2010). *Fundamentos de Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada a la RSC*. España: Gesbíbulo. Recuperado el 15 de Enero de 2017 , de [https://books.google.com.ec/books?id=AEoxLiB9OZcC&pg=PA233&dq=concepto+de+entorno+empresarial&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=concepto%20de%20entorno%20empresarial&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=AEoxLiB9OZcC&pg=PA233&dq=concepto+de+entorno+empresarial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=concepto%20de%20entorno%20empresarial&f=false)
- Lopez, M. E. (13 de Septiembre de 2013). *El buzón de Pacioli*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Madrid, E. (04 de marzo de 2012). *cuadernodedavid*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016, de <http://cuadernodeldavid.blogspot.com/2012/03/la-historia-de-la-crema-hidratante.html>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). Ecuador: Pearson Prentice Hall. Recuperado el 31 de 07 de 2016
- Mas Ruiz, F. (2012). *Temas de investigación comercial*. España: Club Universitario. Recuperado el 05 de Febrero de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=bcU1TjgWzq8C&pg=PA35&dq=El+estudio+de+mercado+se+realiza+a+través+de+un+proceso+de+investigación+que+consiste+en+una+serie+de+etapas+que+guían+dicha+investigación+desde+su+concepción+hasta+llegar+al+análisis.&hl=es&sa=>
- Mesonero, M., & Alcaide, J. (2012). *Marketing Industrial*. Madrid: Esic. Recuperado el 01 de Diciembre de 2016

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Miranda Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos evaluación financiera, economica social ambiental* (Quinta ed.). Bogota: MM. Recuperado el 04 de Marzo de 2017
- Miranda, J. J. (2016). *Marco legal e institucional del proyecto*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Mondino, D., & Pendás, E. (2010). *Finanzas para Empresas Competitivas* (Segunda ed.). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Montenegro, E. N. (mayo de 2001). *Fundapymes*. Obtenido de Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero: <http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Mora, F. E., & Muñoz de Bustillo Llorente, R. (2005). *Conceptos de Economía*. Madrid: Alianza Editorial, S.A. Recuperado el 06 de Julio de 2016
- Munch, L. (2010). *Administracion de Gestion organizacional, enfoques y proceso administrativos*. Naucalpan de Juarez: Pearson. Recuperado el 06 de 11 de 2016
- Munch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enforques y proceso administrativos*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Munch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enforques y proceso administrativos*. Naucalpan de Juárez: Pearson. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Nakasone, G. T. (2005). *Análisis de los Estados Financieros para la toma de decisiones*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ortiz, O. L. (2001). *El Dinero: La teoria, la politica y las instituciones*.
- Paco. (5 de febrero de 2015). *ACADEMIA DE INVERSION*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016, de <http://www.academiadeinversion.com/principio-de-autoridad-concepto-ejemplos-y-como-evitarlo/>
- Pilipis, J. (2006). *Glosario del Diseno*. ISBN. Recuperado el 06 de Diciembre de 2016
- Porto, J. P. (2012). *Capital de trabajo*. Obtenido de <http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Quintero, J. C. (01 de agosto de 2013). *eumed.net*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016, de <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>
- RAMOS, A. M. (s.f.). *ESTADO DE FUENTES Y USO DE FONDOS*. Obtenido de <https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/08/sena-estado-de-fuentes-y-usos.pdf>
- Rebeco, J. d. (2007). *Macroeconomía Teoría y Políticas*. México : Pearson Educación .
- Reyes Ramos, O. (2013). *Nuevas Tendencias en el Negocio Electrónico*. Bloomington: Palibrio.  
Recuperado el 03 de Marzo de 2017
- Rivera, P. R. (2005). *El Marketing en el Pequeno Comercio*. Espana : Ideas Propias.
- Robbins, S. P. (2005). *Administracion*. Naucalpan de Juarez: Pearson.
- Rodríguez, S. H. (2008). *Administración Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. México: McGraw-Hill. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016
- Rojas Graell, J., & Bertran Codina, S. (2010). *El plan de viabilidad: Guía práctica para su elaboración y negociación*. Barcelona: Profit Editorial. Recuperado el 01 de Enero de 2017
- Rojas, C. (2009). *Estudio del impacto ambiental*. Bogota: Pearson educación. Recuperado el 10 de Octubre de 2016
- Rojas, S. (21 de octubre de 2009). *Análisis de la demana*. Obtenido de <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Rosales Posas , R. (2010). *La Formulación y Evaluación de Proyectos* (Primera ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Rosales Posas, R. (2007). *Formulación Y la Evaluación de Proyectos*. San José: EUNEID.  
Recuperado el 06 de Marzo de 2017
- Saenz, A. C. (2010). *Principios de Mercadeo*. Bogota: Ecoe Ediciones. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag P, J. (2017). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 05 de Febrero de 2017
- Schumpeter, J. (2015). *Historia del análisis económico* (Primera edición ed.). Barcelona: Planeta S.A. Recuperado el 07 de Julio de 2016
- Schvad, L. (2011). *Maquinas y Herramientas*. Argentina: Coleccion Encuentro Inet.
- Sergio. (14 de junio de 2011). *Blog*. Obtenido de <http://sergiox312.blogspot.com/2011/06/antecedentes-de-la-crema-hidratante.html>
- SRI. (27 de noviembre de 2016). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri;jsessionid=oOlcx+sLy8rYQ-vyBw+MA28j>
- universidad central. (2012). *belleza sa*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluacion de Proyecto* (Septima Edicion ed.). Mexico D,F: Mc Graw Hill. Recuperado el 14 de 03 de 2017
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico D,F: Mc Graw Hill. Recuperado el 14 de 03 de 2017
- Valbuena Álvarez, R. (2000). *La Evaluación del Proyecto en la Decisión del Empresario* (Primera ed.). México : Facultad de Economía, UNAM .
- Vargas Sánchez, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica un Enfoque Latinoamericano*. México: Perarson Educación. Recuperado el 06 de Marzo de 2017
- Vertice, E. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Vertice. Recuperado el 14 de 03 de 2017
- Villegas, C. F. (2001). *Contabilidad de costos Enfoque gerencial y de gestion*. Bogota: Pearson Educacion de Mexico .
- Zamarripa, F. (2005). *Contabilidad general*. Lima: Unión tipografía Hispano-Americana. Recuperado el 19 de septiembre de 2016

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Zambrano, W. (2007). *Contabilidad ciclo diversificado*. Guayaquil: Copyright. Recuperado el 12 de Julio de 2016

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

# ANEXOS

---

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 1



**SRI**  
Le hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

**NUMERO RUC:** 1707077291001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** ESTRELLA ORTIZ MARCO VINICIO

**NOMBRE COMERCIAL:** STEM SERVICIOS TECNICOS

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS      **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:**      **NUMERO:**

---

**FEC. NACIMIENTO:** 08/01/1964      **FEC. ACTUALIZACION:** 02/02/2012

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 23/10/1995      **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

**FEC. INSCRIPCIÓN:** 01/11/1995      **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIAL ELECTRICO.

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SANTA PRISCA Calle: AV. MARISCAL SUCRE Número: 2958  
Intersección: LAS CASAS Referencia: A UNA CUADRA DEL COLEGIO GRAN BRETAÑA Teléfono: 022587596 Email:  
steming@hotmail.com

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- \* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

---

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

**JURISDICCIÓN:** \ REGIONAL NORTE PICHINCHA      **CERRADOS:** 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
DIRECCION REGIONAL NORTE  
02 FEB 2012  
SERVICIOS TRIBUTARIOS

Usuario: CHV310310      Lugar de emisión: QUITO/PAEZ 655 Y RAMIREZ      Fecha y hora: 02/02/2012 16:31:56

Página 1 de 2



Anexos 1 Ruc

Fuente: Investigación propia

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 2

**Registro de Empresas**

**Información Empresa**

\* Tipo de Empresa:  PUBLICA  PRIVADA

\* RUC:

\* Razón Social:

\* Actividad Económica:    
Para conocer el detalle de actividades económicas refiérase al botón de ayuda al final del formulario.

\* Dirección:

\* Teléfono:  Extensión:    
Ej: 032972922 / 0992625800

\* Fax:  Ext. Fax:

\* Provincia:

\* Ciudad:

**Información Representante**

\* Representante Legal - Nombres Completos:

\* Representante Legal - Tipo de Identificación:

\* Correo Electrónico:

▼ Para fines internos de validación

Anexos 2 Certificación Electronica  
Fuente: Banco Central del Ecuador

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 3

Proceso de trámite de soporte de Usuario | Página Web de SENA | Guía del uso | Mi página | Cerrar sesión

Ecua-Pass

Tramites operativos | Servicio de Información | Soporte al Cliente | Ventanilla Única

Menu izquierdo | Ventanilla Única | 4.4 Elaboración de CO | Soporte de Usuario

Solicitud Tramites

MIPRO

Certificados de Origen SGP	Seleccionar
Certificados de Origen ATPDEA	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/ALADI	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/MERCOSUR	Seleccionar
Certificados de Origen ACE65	Seleccionar
Certificados de Origen Terceros Países	Seleccionar
Certificados de Origen Acuerdo de Cartagena	Seleccionar
Modulo de Subida en Lote Para Certificados de Origen	Seleccionar

Anexos 3 Certificación de origen  
Fuente: www.aduana.gob.ec

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

## Anexo 4

### FORMULARIO PARA EL INGRESO DE TRÁMITE DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
RUC / RISE:	Nombre Comercial:		
Establecimiento No.:	Principal:	Sucursal:	Patente / RAET:
Actividad Económica:	Predio No.:		
PERSONA NATURAL			
C.C. / Pasaporte:	Nombres y Apellidos:		
PERSONA JURÍDICA			
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Nombres y Apellidos Repr. Legal:		
Fecha Nombramiento Repr. Legal:	Razón Social:		
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)			
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).			
Texto del Rótulo			Ubicación del rótulo
			Tamaño de la fachada <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado
Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Adosado a la fachada frontal <input type="checkbox"/> m <sup>2</sup>
		Tipo de material	Adosado a la pared mediana <input type="checkbox"/> m <sup>2</sup>
			Adosado a la pared lateral <input type="checkbox"/> m <sup>2</sup>
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Paseo/Av.	Calle principal	Número	Calle secundaria
Sector o Referencia para ubicación		Piso	Oficina / Departamento
		Edificio	
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	Horario de atención

### INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.

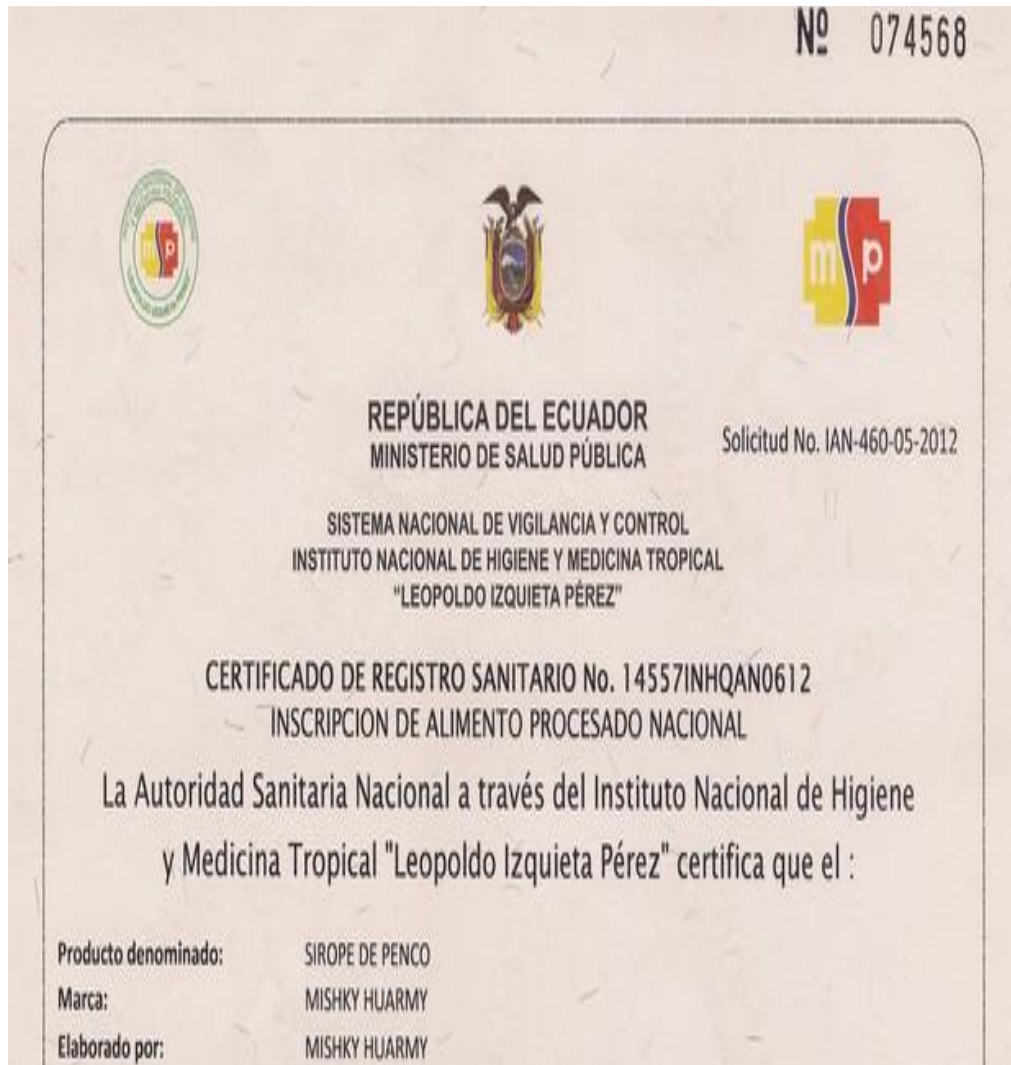
INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del Municipio involucradas en el proceso de emisión de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Bomberos, Turismo, y Rotulación.	
<b>RUC / RISE No.:</b>	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRB.
<b>Nombre Establecimiento:</b>	Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.
<b>Establecimiento No.:</b>	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el número de establecimiento descrito en el RUC / RISE e identificar con una X el castillo correspondiente.
<b>Patente / RAET:</b>	Corresponde al número de registro de la Patente o RAET
<b>Predio No.:</b>	Corresponde al número de predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
<b>Actividad Económica:</b>	Registre la descripción de cada una de las actividades económicas que se realiza en el mismo establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.
TIPO DE CONTRIBUYENTE	
<b>PERSONA NATURAL:</b>	
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del pasaporte.
Nombres y Apellidos:	Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio.
<b>PERSONA JURÍDICA:</b>	
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Nombres y Apellidos Repr. Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
Fecha Nombramiento Repr. Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal. / Vigencia: fecha en la que caduca el nombramiento del representante legal.
Razón Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
<b>TURISMO:</b>	
En esta sección de ser el caso, deberá registrarse claramente la información solicitada. En concordancia con el Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos. Toda actividad económica relacionada con el sector del Turismo debe contar con Registro Turístico.	
<b>IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):</b>	
En esta sección deberá registrarse claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rótulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.	
<b>DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:</b>	
En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.	
<b>CRUCES DE UBICACIÓN:</b>	
Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.	
<b>DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:</b>	
El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.	

Anexos 4 LUAE

Fuente: pam.quito.gob.ec

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 5



Anexos 5 Registro Sanitario  
Fuente: Investigación propia

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 6

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
**Dirección Metropolitana Financiera**  
**Comprobante de Pago N° 8026155**  
**PATENTE MUNICIPAL**

Título de Crédito: 20082075611      Fecha de Emisión: 27/09/2010  
Año Tributación: 2008      Fecha de Pago: 27/09/2010

**Información Personal:**  
Cédula / RUC: 00000000000000  
Contribuyente: GOOD CHILDREN S.A

**Ubicación:**  
Clave Catastral:      Nro. de Predio: 0207561  
Dirección: AV 9 DE OCTUBRE      LET. CASA :  
Barrio: IÑAQUITO      Parroquia: GONZALES SUAREZ      Placa: 19244

**Información:**  
ECH. CATASTRO : 25/09/2006      PERSONA : JURIDICA  
BASE IMPONIBLE : \$ 800.00  
CAPTAL CONTABLE : \$ 800.00  
ACT. : COMERCIO EXTERIOR (IMPORTACIONES Y/O EXPORTACIONES)


**Descripción:**

**Concepto:**

DERECHO D PATENT	\$10.00
CUERPO DE BOMBER	\$1.00
SERVICIO ADMINIS	\$0.20

Forma de Pago: EFEC      Parcial: Descuento o Rebeja de Ley  
Cajero: CISNEROS LA      Institución:  
Ventanilla: 03      Agencia:  
Trans. Municipal: 5137780      Trans. Banco:  
Subtotal: \$11.20  
Total: \$11.20

**Importante:**

        
DIRECTORÍA METROPOLITANA FINANCIERA      Pag.: 1  
CONTRIBUYENTE

Anexos 6 Patente Municipal  
Fuente: Investigación propia

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA,  
DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON  
COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR  
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 7

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Actualización de Datos del Registro Patronal  
Septiembre 8 del 2010 10:22

Resumen del Registro del Empleador

A continuación se presenta:  
\* Resumen del registro(s) patronal.  
\* Oficina del IESS asignada para todo trámite.  
\* Lista de requisitos a ser presentados en la Oficina del IESS asignada, junto con estos se deberá presentar la solicitud de entrega de clave, ésta debe ser impresa posicionándose con el ratón en el botón "Imprimir Solicitud de Clave".

Datos de la Empresa			
Razon Social	VOLKANIX S.A.	No. de RUC	0992674466001
Tipo de Empleador	EMPRESA PRIVADA - SOCIEDADES / COMPANIAS	Fecha de Registro	2010-09-07
Tipo de Empresa	SOCIEDAD	Fecha Constitución	2010-07-14
Compañía	COMPAÑIAS ANONIMAS	No. de Trabajadores	2
Datos de la Oficina Seleccionada			
Nombre de la Oficina	VOLKANIX S.A.	Código Oficina	0001
Tipo de Oficina	OFICINA PRINCIPAL		
Provincia	GUAYAS		
Cantón	GUAYAQUIL		
Parroquia	NUEVE DE OCTUBRE		
Dirección	LIZARDO GARCIA 103 AV. 9 DE OCTUBRE	Teléfono	095499475
Edificio	EL BRILLANTE	Fax	
Mail			
Datos del Representante Legal			
Nombre	RODRIGUEZ VERA KELLY PATRICIA	Cédula de Ciudadanía	1311971509
Dirección	LIZARDO GARCIA103AV. 9 DE OCTUBRE	Teléfono	094497299
Mail			
Fecha Inicio Vigencia	2010-07-14	Fecha Fin Vigencia	2060-07-14
Actividades			
Actividad Económica	ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES Y SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS		
Calificador de Riesgo Principal	OTROS ARTICULOS MANUFACTURADOS N.C.P.		
Producto/Servicio	VENTA DE AMBULANCIAS		
Oficina del IESS Asignada para el Trámite Respectivo			
Oficina	Agencia Local en Guayaquil Norte		
Dirección	CDLA.BOLIVARIANA, CARCHI Y GALAPAGOS		

Por el momento la clave se le entregará en las oficinas principales del IESS.

<http://hl4.iess.gov.ec/emp/PrjEmpRegJSPhtml/ksempm1500ja.jsp?suc=0001&ru>  
INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Anexos 7 Registro Patronal  
Fuente: Investigación propia

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017

Anexo 8

**Ministerio de Salud Pública**

R.F. N°: [Barcode]

**CERTIFICADO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**  
SERVICIOS DE SALUD  
CLASE DE RIESGO **A**

De conformidad a lo establecido en la Ley Orgánica de Salud, y al informe de inspección N° 0150-2014-00000 emitido por la Comisión Técnica, se confiere al presente Certificado a:

COMTEAVI COMUNIDAD TERAPEUTICA APRENDER A VIVIR S.A.  
Nombre o razón social del establecimiento

FONSECA PAEZ RICARDO ABRAHAM  
Propietario o representante legal del servicio de salud

Código: 1.7.2 Tipo: COMUNIDAD TERAPEUTICA  
Responsable técnico: CHRISTINA IVANA ENRIQUE AVIER

Dirección:  
Provincia: FLORESCA Cantón: OYTO Parroquia: COTACOLLAO  
Sector: EDIFICIO Calle principal: OCTAVA TRANSVERSAL  
Nro.: 29C Intersecciones: AV. C. SALD

Actividad (es) del servicio: SERV. DE REHABILITACION FISIOTERAPIAS

Fecha de emisión: 17/02/14 Fecha de vencimiento: 17/02/15

*[Signature]*  
Director Provincial de Salud

Anexos 8 Permiso de salud  
Fuente: www.google.com.ec

APORTAR AL CUIDADO DE LA SALUD MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREMAS CON COLÁGENO, UBICADA EN LA PARROQUIA DE COTACOLLAO, SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016-2017