



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BÁLSAMOS A BASE DEL PRINCIPIO
ACTIVO ALOE VERA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO.**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor(a)

Troya Álvarez Oscar Andrés

Tutor(a)

Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina, MBA

QUITO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

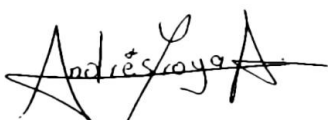
Yo, **Oscar Andrés Troya Álvarez**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “**Plan De Negocios Para La Producción Y Comercialización De Bálsamos A Base Del Principio Activo Aloe Vera, En El Distrito Metropolitano De Quito**”, como requisito para optar al grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de **Quito**, a los 21 días del mes de Agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: Troya Álvarez Oscar Andrés

Firma: 

Número de Cédula: 1753135308

Dirección: Pichincha, Quito, Cotacollao, Thomas.

Correo Electrónico: otroya2@indoamerica.edu.ec

Teléfono: +593 959428759

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan De Negocios Para La Producción Y Comercialización De Bálsamos A Base Del Principio Activo Aloe Vera, En El Distrito Metropolitano De Quito” presentado por TROYA ÁLVAREZ OSCAR ANDRÉS, para optar por el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 21 de Agosto del 2023

.....
Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina, MBA
020183649-1

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 21 de Agosto del 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Oscar Andrés Troya', with a large, stylized flourish at the end.

Troya Alvarez Oscar Andrés
17531350-8

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BÁLSAMOS A BASE DEL PRINCIPIO ACTIVO ALOE VERA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 21 de Agosto de 2023

Ing. Saeidi Parvaneh, PhD.

LECTOR/A

Econ. Mercedes Galarraga, MBA.

LECTOR/A

DEDICATORIA

Quiero dedicar estas líneas como muestra de mi más profundo agradecimiento. En primer lugar, agradezco a Dios por sus bendiciones y por ser mi guía en este camino. A mis amados padres Oscar y Pamela, hermana Kathy y abuelitos Humberto y Gladys, les agradezco de corazón por su incondicional compañía, motivación, cariño y apoyo. Son mi núcleo y mi pilar fundamental en la vida, y sin su aliento, nada de esto sería posible.

A todas las personas que me han respaldado de manera económica y moral, quiero expresarles mi gratitud. Su apoyo inquebrantable ha sido la fuerza que me ha impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Sin ustedes, este logro no sería una realidad. A todos ustedes, les doy mi más sincero agradecimiento.

Este trabajo es también suyo, ya que han formado parte de mi camino hacia el éxito. Gracias por creer en mí y estar a mi lado en cada paso de esta travesía. Su apoyo y cariño son invaluable, siempre llevaré sus palabras de aliento en mi corazón.

El Autor.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios, quien ha guiado mi camino y me ha brindado fortaleza en este proceso de graduación. A mi familia K.A.P.O, les agradezco de corazón por su apoyo constante y por ser mi fuente de inspiración. Ellos me han demostrado que los sueños están más cerca de lo que uno cree y que con determinación se pueden alcanzar. Agradezco también a mi tutora y a todos mis profesores por impartirme conocimientos valiosos que me han permitido crecer y desarrollarme como profesional, y me han ayudado a cumplir con mis objetivos académicos.

Un agradecimiento especial lo dedico a la Universidad Indoamérica, por abrirme sus puertas y brindarme todas las herramientas necesarias para mi formación profesional. Sin su apoyo este logro no hubiera sido posible. Todo lo que he alcanzado hasta ahora es gracias a ellos, y estoy profundamente agradecido por su contribución en mi camino hacia el éxito.

Gracias.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPITULO I.....	1
1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	1
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
Fundamentación del Servicio o Producto.	1
Tabla de componentes del producto o servicio	2
1.3 MERCADO.....	3
Público objetivo de su producto o servicio	3
Categorización de sujetos.....	4
Estudio de Segmentación	4
Plan de muestreo	5
Instrumentos para recopilar información	6
Diseño y recolección de información.....	8
Sistema De Información.....	8
Análisis e Interpretación	10
1.4 DEMANDA POTENCIAL	19
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	21
Análisis del microambiente	21
Análisis del macro ambiente	22
Proyección de la oferta.....	25
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	26
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	27
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	28
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN	30
CAPITULO II.....	32
2. OPERACIONES	32
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	32
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	32
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	37
Tecnología a aplicar	40
Factores que afectan las operaciones	41
2.2 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	43
Capacidad de Producción Futura.....	43
2.3 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	44
Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	44
2.4 CALIDAD.....	44
Método de Control de Calidad.	44

2.5	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	46
	Seguridad e higiene ocupacional.....	46
3.	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	50
3.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO	50
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	50
	Visión de la Empresa.....	50
	Misión de la Empresa.....	50
	Objetivos y estrategias	50
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	52
	Organización Interna	52
3.4	Descripción de puestos.....	54
3.5	CONTROL DE GESTIÓN	57
	Indicadores de gestión.....	57
	NECESIDADES DE PERSONAL	58
4	JURÍDICO LEGAL.....	59
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	59
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	59
4.3	REGISTROS DE MARCAS.....	66
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	68
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	68
5.2	PLAN DE INVERSIONES	68
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	69
	Mano de Obra.....	70
	Depreciación.....	70
	Proyección de la depreciación.....	71
	Detalle de Costos.....	71
	Proyección de Costos	72
	Detalle de Gastos.....	73
	Proyección Gastos	74
5.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO	75
	Forma de financiamiento.....	75
5.5	CÁLCULO DE INGRESOS	76
	Proyección de Ingresos.....	77
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	78
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	81
5.8	FLUJO DE CAJA	83
5.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	84
	Indicadores	84
	Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	84
	Valor Actual Neto (VAN)	84
	Tasa Interna de Retorno (TIR)	85
	Relación Beneficio Costo.....	85
	Período de Recuperación.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	2
Tabla 2	4
Tabla 3	4
Tabla 4	5
Tabla 5	5
Tabla 6	6
Tabla 7	7
Tabla 8	7
Tabla 9	8
Tabla 10	9
Tabla 11	10
Tabla 12	11
Tabla 13	12
Tabla 14	13
Tabla 15	14
Tabla 16	15
Tabla 17	16
Tabla 18	17
Tabla 19	18
Tabla 20	22
Tabla 21	23
Tabla 22	24
Tabla 23	25
Tabla 24	26
Tabla 25	30
Tabla 26	35
Tabla 27	35
Tabla 28	36
Tabla 29	37
Tabla 30	39
Tabla 31	40
Tabla 32	42
Tabla 33	43
Tabla 34	43
Tabla 35	44
Tabla 36	44
Tabla 37	45
Tabla 38	45
Tabla 39	47
Tabla 40	47
Tabla 41	48
Tabla 42	49
Tabla 43	49
Tabla 44	51
Tabla 45	53
Tabla 46	54
Tabla 47	55
Tabla 48	56

Tabla 49	57
Tabla 50	58
Tabla 51	60
Tabla 52	60
Tabla 53	61
Tabla 54	62
Tabla 55	62
Tabla 56	62
Tabla 57	63
Tabla 58	64
Tabla 59	65
Tabla 60	66
Tabla 61	68
Tabla 62	69
Tabla 63	70
Tabla 64	70
Tabla 65	71
Tabla 66	71
Tabla 67	72
Tabla 68	73
Tabla 69	73
Tabla 70	74
Tabla 71	74
Tabla 72	75
Tabla 73	75
Tabla 74	76
Tabla 75	76
Tabla 76	77
Tabla 77	78
Tabla 78	80
Tabla 79	82
Tabla 80	83
Tabla 81	85
Tabla 82	85
Tabla 83	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	11
Figura 2	12
Figura 3	13
Figura 4	14
Figura 5	15
Figura 6	16
Figura 7	17
Figura 8	18
Figura 9	19
Figura 10	20
Figura 11	26
Figura 12	27
Figura 13	33
Figura 14	34
Figura 15	37
Figura 16	46
Figura 17	52
Figura 18	53
Figura 19	54
Figura 20	81

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Ecuación 1	78
Ecuación 2	79
Ecuación 3	79
Ecuación 4	84
Ecuación 5	84
Ecuación 6	85

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BÁLSAMOS A BASE DEL PRINCIPIO ACTIVO ALOE VERA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTOR: Oscar Andrés Troya Álvarez

TUTOR: Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios, llamado "Pinta de Varón," tiene como objetivo crear una empresa dedicada a la elaboración y venta de bálsamo a base del principio activo Aloe Vera, enfocándose en las necesidades del cuidado facial masculino. La propuesta se centra en una iniciativa transformadora que utiliza ingredientes naturales en lugar de sustancias químicas como el propilenglicol, etanol, benzamil y zipanol. Con ello, se busca contribuir a la sostenibilidad ambiental y promover la conciencia del consumidor hacia la adquisición de productos naturales y no abrasivos. El mercado objetivo se delimita hacia la población de la zona norte de la ciudad de Quito, en el sector El Bosque, principalmente dirigido a personas de 18 a 50 años que muestran un interés marcado en una barba como moda facial masculina y están dispuestas a probar esta propuesta. Se llevó a cabo una encuesta que mostró una aceptación del 80% por el producto, lo que respalda la demanda existente y la necesidad de satisfacer a un nicho importante del mercado. Para dar inicio al proyecto, se definieron aspectos como la capacidad productiva, instalaciones, equipos, recursos humanos e inventarios necesarios. Asimismo, se eligió la figura de una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) como tipo de empresa. Finalmente, se realizó un análisis financiero que demostró la viabilidad del proyecto, con una inversión inicial de \$ 24.714,84 respaldado por indicadores financieros sólidos: un Valor Actual Neto (VAN) de \$42,216.52, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54%, un costo-beneficio de 1.33, y un período de recuperación de la inversión en el tercer año, dos meses y diecisiete días.

DESCRIPTORES: Barba, cuidado facial, emprendimiento, ingredientes naturales, plan de negocio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF BALMS BASED ON THE ACTIVE INGREDIENT ALOE VERA IN THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO.

AUTHOR: Oscar Andrés Troya Álvarez

TUTOR: Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina, MBA

ABSTRACT

The present business plan, named "Pinta de Varón," aims to create a company dedicated to the production and sale of balm based on the active ingredient Aloe Vera, focusing on the needs of male facial care. The proposal revolves around a transformative initiative that uses natural ingredients instead of chemical substances like propylene glycol, ethanol, benzamil, and zipanol. With this, we seek to contribute to environmental sustainability and promote consumer awareness towards acquiring natural and non-abrasive products. The target market is delimited towards the population in the northern area of Quito, in the El Bosque sector, primarily directed at individuals aged 18 to 50, showing significant interest in beards as a male facial fashion and willing to try out this proposal. A survey was conducted, showing an 80% acceptance rate for the product, which supports the existing demand and the need to satisfy an important market niche. To start the project, aspects such as production capacity, facilities, equipment, human resources, and necessary inventories were defined. Additionally, the legal structure chosen for the company was a Simplified Stock Company (SAS). Finally, a financial analysis was carried out, demonstrating the project's viability with an initial investment of \$24,714.84, supported by robust financial indicators: a Net Present Value (NPV) of \$42,216.52, an Internal Rate of Return (IRR) of 54%, a cost-benefit ratio of 1.33, and a payback period of the investment in the third year, two months, and seventeen days.

KEYWORDS: Beard, business plan, entrepreneurship, facial care, natural ingredients.

INTRODUCCIÓN

El Aloe vera, reconocido por sus propiedades medicinales y beneficios para la piel, ha ganado popularidad en el mercado de productos naturales y cosméticos. Esta demanda creciente crea una oportunidad prometedora para incursionar en este sector. Se reconoce que las MIPYMES por (Guadalupe et al., 2018), tienen un papel fundamental debido a que gran parte de los productos innovadores, nuevos modelos de negocio e innovaciones en general son impulsados por este sector. Por esta razón, se encuentran en una posición más ventajosa para aprovechar las oportunidades que brinda la desregulación del mercado, y son más ágiles y ambiciosas que las grandes corporaciones.

Sin embargo, para (Sánchez, 2022) menciona que el concepto de emprender se refiere a la habilidad que tienen las personas para tomar la iniciativa y resolver problemas del entorno a través de una idea de negocio que se convierte en realidad. El emprendimiento, visto como la capacidad de crear una idea o negocio, es un tema de gran interés en la sociedad, especialmente cuando está impulsado por la innovación.

Para (Mantilla y Palacio, 2019) señalan que la planeación estratégica es una herramienta ampliamente reconocida y empleada por las PYMES, como lo muestra que el 95% de las PYMES en la ciudad de Quito la han incorporado en sus estructuras organizativas. La dirección, uno de los pilares fundamentales de la administración, tiene una gran importancia en el mundo empresarial. Los aspectos clave analizados se centran en el liderazgo, los canales de comunicación internos, la motivación y la toma de decisiones.

Con una visión orientada hacia la calidad, la innovación y el compromiso con el cuidado del cliente, nuestro objetivo es posicionarnos como líderes en el mercado local de productos de cuidado personal basados en Aloe vera. Estamos seguros de que esta propuesta de negocio ofrece una oportunidad sólida y prometedora.

El Distrito Metropolitano de Quito, como una de las ciudades más importantes de la región, ofrece un mercado dinámico y diverso, con consumidores cada vez más conscientes de los beneficios de los productos naturales para el cuidado personal. Aprovechando esta tendencia y el potencial del Aloe vera, nuestro plan de negocios propone desarrollar un bálsamo de alta calidad, elaborado con ingredientes naturales, enfocados en brindar beneficios para la piel y el bienestar.

El plan de negocios se presentará por fragmentos presentando diversos aspectos clave de la producción y comercialización de bálsamos a base de Aloe Vera a continuación se describen los capítulos:

Capítulo I. Mercado y Comercialización: En primer capítulo, encontramos el mercado y la comercialización en este capítulo, se aborda la visión comercial del proyecto. Se exploran aspectos como la oferta y la demanda potencial, así como la creación de la marca y el logotipo del producto.

Capítulo II. Operaciones: En el segundo capítulo, se describen en detalle los procesos de producción de los bálsamos a base de Aloe Vera. Se consideran las normas de seguridad, la cantidad de trabajadores y maquinarias que se utilizarán en el futuro, así como la capacidad de producción prevista. La materia prima requerida se especifica con el único propósito de garantizar las instalaciones adecuadas y el cumplimiento de las normas de calidad.

Capítulo III. Área de Organización y Gestión: En el tercer punto, se presenta la estructura organizacional y de gestión, que define las jerarquías y funciones del personal. Se incluyen análisis FODA, misión, visión, objetivos y estrategias, estableciendo metas a corto, mediano y largo plazo que se pretenden alcanzar.

Capítulo IV. Jurídico Legal: Como cuarto punto, se proporciona información detallada sobre el ámbito jurídico relacionado con la creación de la empresa, incluyendo las normativas, leyes vigentes, patentes, reglamentos y permisos de funcionamiento necesarios. Además, se abordan las normas de calidad que permitirán el funcionamiento adecuado de la empresa en cumplimiento con las regulaciones legales establecidas.

Capítulo V. Evaluación Financiera: Y por último tenemos al quinto punto, este lleva a cabo un estudio financiero que incluirá el valor de la inversión inicial, ingresos, gastos, punto de equilibrio, estado de resultados, flujo de caja, cálculo del TMAR, VAN y TIR. Estos indicadores serán fundamentales para presentar oficialmente al mercado la empresa productora y comercializadora de bálsamos a través del principio activo Aloe Vera.

CAPITULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Establecer el mercado objetivo para la comercialización del bálsamo humectante facial, a través de un estudio de mercado que determine la demanda potencial insatisfecha del producto.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

Fundamentación del Servicio o Producto.

La apariencia de la barba es importante para causar una buena impresión en los demás, y esto implica prestar atención al cuidado de la barba para lucir bien y elegante. Si no se presta la debida atención al vello facial, puede demostrar falta de interés en la apariencia personal. Es importante destacar que el cuidado de la barba también implica cuidar la piel facial, que es delicada y requiere hidratación, nutrición y limpieza para lograr una barba con buena apariencia, caída uniforme, color y grosor. Para lograr esto, se recomienda el uso de bálsamos para la barba, que ayudan al crecimiento sano y uniforme del vello facial (Rodríguez, 2017).

En los últimos años, la importancia de la imagen personal de los seres humanos ha aumentado significativamente y los hombres han mostrado un creciente interés en este tema. A pesar de que la variedad de productos para el cuidado de la imagen personal masculina es limitada, la industria de los cosméticos y la belleza ha estado enfocada exclusivamente en las mujeres durante varios años. No obstante, el sector de las barberías ha experimentado un crecimiento en el país debido a que los hombres han decidido cuidar su aspecto personal mediante una barba bien cuidada y perfilada, lo cual se ha convertido en una moda y tendencia en los últimos tiempos (Leone, 2018).

La planta llamada aloe vera o sábila pertenece al grupo de las liliáceas y es ampliamente utilizada en la medicina tradicional para tratar diversas enfermedades, tales como problemas de la piel, afecciones oculares, dermatitis, rosácea, alopecia, cáncer de piel, malestares antivirales y trastornos intestinales. Esta planta es conocida por ser un potente regenerador

natural de células. El término Aloe o sábila se originó en África, Asia y el Mediterráneo, y su uso empírico en el pasado permitió que los avances científicos actuales muestren sus beneficios para la salud, ya que posee propiedades antioxidantes, antiinflamatorias y antibacterianas. La parte más utilizada de la planta son las hojas, especialmente el mucílago incoloro e inodoro de aspecto cristalino que se encuentra en la parte blanquecina de la hoja. Este mucílago tiene una amplia variedad de beneficios para la piel y se utiliza comúnmente en diversos cosméticos faciales (Collazo, 2021).

Los aceites esenciales son una mezcla de sustancias químicas sintetizadas por plantas que proporcionan el aroma de las flores, árboles, frutos, semillas, especias y algunos también de origen animal. Estos productos químicos son no grasos, se evaporan fácilmente, no se disuelven en agua y se oxidan cuando se exponen al aire. En los productos para el cuidado de la barba, se utilizan aceites esenciales como jojoba, coco, árbol de té, vitamina E y otros aceites que agregan aroma al producto (Rodríguez, 2017).

Tabla de componentes del producto o servicio

Tabla 1
Características del Producto

N°	Componentes	Propiedades	Beneficios
1	Aloe Vera	El producto cuenta con una variedad de minerales como el magnesio, potasio, sodio, calcio, fósforo y hierro, además de varias vitaminas del grupo B, C y ácido fólico.	Tiene propiedades antisépticas y antibacterianas, lo que lo hace útil para tratar quemaduras y la piel en general. Es hidratante, especialmente para pieles secas y sensibles, y puede ayudar a reducir la aparición de arrugas. También tiene efectos calmantes y analgésicos, lo que ayuda a reducir el dolor e inflamación en la piel. Finalmente, estimula la producción de colágeno, lo que lo convierte en un cicatrizante efectivo.
2	Aceite de Almendra	El aceite es rico en ácidos grasos no saturados y tiene propiedades regenerativas y cicatrizantes que pueden ayudar con problemas en la	Además, puede prevenir el envejecimiento prematuro y evitar la pérdida de nutrientes y elasticidad de la piel. También puede mejorar los síntomas de

piel. También contiene una irritación y descamación de la gran cantidad de agua, piel. vitaminas A, B y E, proteínas y ácidos grasos que son beneficiosos para hidratar la piel

- 3 Aceite de Coco
- Se trata de una grasa de origen vegetal con saturación, que tiene propiedades beneficiosas para la piel, como la prevención de la sensación de picazón y ardor. Además, puede actuar como exfoliante al ayudar a eliminar las células muertas de la piel. Es un ingrediente versátil en productos cosméticos cuando se combina con otros ingredientes.
- El ácido láurico es un nutriente graso presente en gran cantidad, lo que le confiere propiedades beneficiosas para la piel, como la capacidad para combatir la psoriasis, la radiación UV, la dermatitis, la piel seca, las quemaduras y las heridas.

- 4 Manteca de Karité
- Considerada como un gran producto para el cuidado de la piel, uñas y cabello, posee gran capacidad de hidratación y protección de la piel.
- Contiene vitaminas A, D, E y F, que son esenciales para nutrir la epidermis. Protege la piel contra los elementos ambientales como el viento, el frío y el sol. Además, conserva la flexibilidad y la elasticidad de la piel al prevenir la deshidratación.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

1.3 Mercado

Público objetivo de su producto o servicio

Este producto está diseñado especialmente para hombres adultos que viven en la provincia de Pichincha, en el cantón Distrito Metropolitano de Quito. Es ideal para personas del sector urbano con edades entre 18 a 50 años que desean mantener su barba bien arreglada, hidratada y uniforme en su crecimiento. Es importante diferenciar entre un bálsamo y un aceite para barba, ya que son productos diferentes. El bálsamo contiene ingredientes hidratantes que nutren y sellan la piel, así como propiedades protectoras contra los rayos del sol. Por otro lado, un aceite hidrata y promueve el crecimiento del vello facial. El bálsamo es esencial

para nutrir el folículo piloso mediante capilarización, proporcionando una fijación para dar forma y determinar el grosor de la barba. Los elementos esenciales como aceite de coco y jojoba evitan que el vello seco se vuelva quebradizo y se rompa. El bálsamo es imprescindible para el uso diario, ya que proporciona varios beneficios para la piel, como una reducción de la grasa y una mayor hidratación. Es una opción necesaria para los hombres que se preocupan por su barba, ya que es un producto natural y no es abrasivo para la piel. Además, una vez aplicado en la piel, genera una capa de grasa natural que protege de los rayos UV. La competencia ofrece una variedad de bálsamos para todo tipo de piel, pero es importante considerar los ingredientes que contiene. Los bálsamos con mayores concentraciones de ceras y aceites son preferibles, ya que algunos competidores ofrecen productos con altos porcentajes de aceites esenciales solo por su aroma, sin ofrecer ningún beneficio adicional para la piel.

Categorización de sujetos

Tabla 2
Categorización de Sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres entre 18 y 50 años
¿Quién usa?	Hombres entre 18 y 50 años
¿Quién decide?	Hombres entre 18 y 50 años
¿Qué influye?	Amistades, familiares, sociedad en general

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Estudio de Segmentación

Tabla 3
Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	SOCIAL, ESTETICA
TIPO DE COMPRA:	COMPARACION
RELACION CON LA MARCA:	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Tabla 4
Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACIÓN 2022
PAÍS	Ecuador	18.260.819
REGIÓN	Sierra	7.120.221
PROVINCIA	Pichincha	2.818.300
CIUDAD URBANA Y RURAL	D. M Quito	2.422.822
SECTOR	El Bosque	151.320

Fuente: INEC
Elaborado por: Autor

Tabla 5
Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACIÓN 2022
EDAD	Entre 20 a 50 años	110.933
SEXO	Hombres	89.736
NIVEL DE INGRESOS	Medio (USD \$212,50 - USD \$1.062)	
ESCOLARIDAD	Indiferente	47.733
OCUPACIÓN	Indiferente	63.200

Fuente: INEC, CNE
Elaborado por: Autor

Plan de muestreo

Después de identificar el universo poblacional de 89,736 habitantes, que reside en la zona de El Bosque, el siguiente paso consiste en calcular el tamaño de la población. Para lograr esto, utilizamos el método de muestreo aleatorio simple, dado que conocemos la cantidad exacta de hombres en la zona y todos ellos tienen una probabilidad de ser seleccionados para la investigación. Este método se aplicó siguiendo la siguiente regla:

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

Tabla 6
Referencia para el cálculo de la población

VARIABLES	DATOS
n= tamaño muestra	?
N= universo población	89.736
Z= nivel de presunción 95%	1.96
e= equivocación poblacional 5%	0.05
<u>p= probabilidad a favor</u>	0.5
<u>q= probabilidad en contra</u>	0.5

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

$$n = \frac{89.736 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(89.736 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{86182.45}{225.30}$$

$$n = 382$$

De acuerdo con la información previa, se requiere encuestar a 382 individuos que se encuentren dentro del rango de edades de 20 a 50 años y formen parte de la PEA (Población Económicamente Activa) en la zona de el Bosque.

Instrumentos para recopilar información

Objetivo Específico: Determinas los medios a través de los cuales los residentes del sector El Bosque prefieren adquirir bálsamos humectantes para su piel.

Tabla 7
Necesidades de Recolección

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Tipos de canales Existentes	Secundaria	Libros	Sistemas de información
Información geográfica de mi mercado potencial	Secundaria	Estudio de segmentación	Sistemas de información
Tamaño del mercado potencial y crecimiento del sector cosmético	Secundaria	INEC, CASIC	Sistemas de información
Puntos de venta de mayor preferencia para el mercado potencial	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Objetivo Estratégico: Decidir los recursos necesarios en términos de materiales, tecnología y personal humano para crear un bálsamo humectante.

Tabla 8
Cuadro de necesidades

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Constitución Del Bálsamo	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Ventajas de los productos naturales	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Mecanismo necesario para la elaboración	Secundaria	Internet	Sistemas de información
Valor de la maquinaria	Secundaria	Internet	Sistemas de información

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Diseño y recolección de información.
Desarrollo de instrumentos
Información Secundaria

Sistema De Información

○ **Necesidad 1: Tipos de canales existentes**

Existen tres tipos de canales de distribución:

Canal largo: que involucra varios intermediarios como el fabricante, el mayorista, el minorista y finalmente el consumidor.

Canal corto: que tiene pocos intermediarios.

Canal directo: que no tiene intermediarios y permite una comunicación directa entre el productor y el consumidor.

○ **Necesidad 2: Información geográfica de mi mercado potencial**

Tabla 9
Información geográfica del mercado potencial

VARIABLE	DESCRIPCION	POBLACIÓN 2022
PAÍS	Ecuador	18.260.819
REGIÓN	Sierra	7.120.221
PROVINCIA	Pichincha	2.818.300
CIUDAD URBANA Y RURAL	D. M Quito	2.422.822
SECTOR	El Bosque	151.320

Fuente: INEC
Elaborado por: Autor

○ **Necesidad 3: Tamaño del mercado potencial y crecimiento del sector cosméticos**

El tamaño del mercado potencial según los datos recolectados es de 89.736 habitantes para el año 2022 pertenecientes a la PEA de la zona de El Bosque, el mercado de cosméticos de Ecuador ha crecido un 18%.

○ **Necesidad 4: Composición del bálsamo**

Tabla 10
Composición y Cantidad

COMPOSICIÓN		
Producto	Ingredientes	Cantidad
Cada 2 oz de bálsamo contiene:	Aceite de Coco Aceite de Almendra	16 gr
	Manteca de Karité Aloe Vera Cera de Abeja	30 gr

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

○ **Necesidad 5: Beneficios de los compuestos naturales**

Se enumera una serie de beneficios que se derivan del uso de compuestos naturales en bálsamos:

- Protege todos los tipos de piel, independientemente de sus características.
- Disminuye la probabilidad de sufrir problemas secundarios como sequedad, sarpullidos e irritación.
- La cosmética natural ha evolucionado a lo largo del tiempo, lo que ha permitido perfeccionar los bálsamos naturales en la actualidad.
- No es necesario aplicar grandes cantidades de producto para obtener resultados efectivos, ya que los efectos de los bálsamos naturales perduran durante mucho más tiempo que los bálsamos convencionales.

La cosmética natural se refiere a productos cosméticos que contienen ingredientes activos obtenidos de plantas, flores y minerales, los cuales son respetuosos tanto con la piel del usuario como con el medio ambiente. En contraste con la cosmética tradicional, estos productos no utilizan ingredientes químicos ni sintéticos que puedan ser perjudiciales para la piel o el medio ambiente. Además, los principios activos se extraen teniendo en cuenta los ciclos y estaciones naturales para minimizar su impacto en el medio ambiente (Vagheggi, 2019).

- **Necesidad 6: Maquinaria necesaria para la elaboración**

Es esencial contar con una máquina para la producción de productos cosméticos que contengan plantas. Estas máquinas se utilizan para mezclar, agitar y envasar los productos (como bálsamos). Tienen una capacidad de 70 paquetes por minuto, con un diámetro de tubo de 12.35 mm a 55 mm y una capacidad de llenado de 6 a 356 gramos, con una tolerancia del -2% (TECNA, 2022).

- **Necesidad 7: Costos de la maquinaria**

El valor de la maquinaria requerida para la producción del bálsamo es de \$500 a \$1000 dólares estadounidenses, va a depender de la marca y los requerimientos disponibles (TECNA, 2022).

Análisis e Interpretación

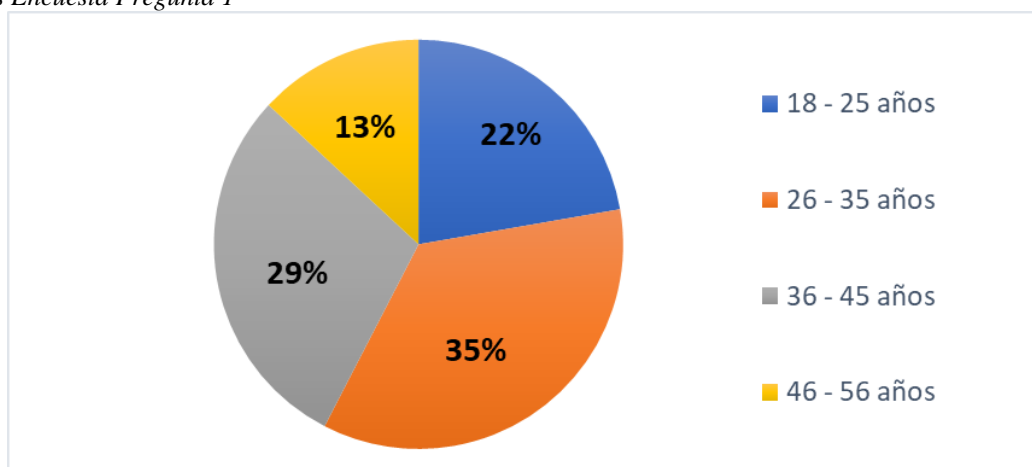
Edad

Tabla 11
Rango Edad Encuesta

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
18 - 25 años	85	22%
26 - 35 años	135	29%
36 – 45 años	112	35%
46 – 56 años	50	13%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Figura 1
 Datos Encuesta Pregunta 1



Análisis: El 35% de los encuestados se encuentra entre los 26 a 35 años, el 29% entre los 36 a 45 años, el 22% entre los 18 a 23 años, el 13% entre los 46 a 56 años.

Interpretación: La mayoría de nuestros encuestados poseen de 26 a 45 años tomando como un segmento de población en edad adulta económicamente activa, la muestra de 135 y 112 encuestados se encuentra en este rango mayor, el cual nuestra población objetivo se debe basar en el rango de edad entre 26 a 45 años.

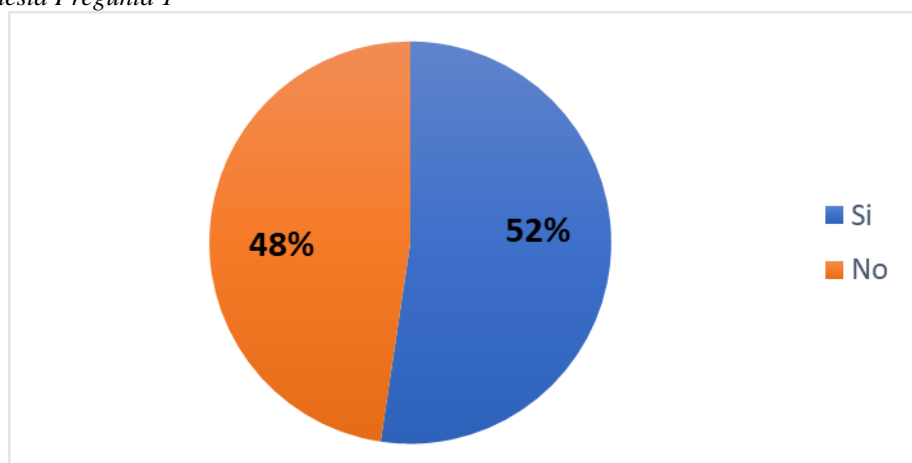
1. ¿Utiliza productos para el cuidado facial masculino?

Tabla 12
 Pregunta 1 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Si	200	52%
No	182	48%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 2
 Datos Encuesta Pregunta 1



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 52% de los encuestados respondieron que si utilizan productos para el cuidado facial masculino mientras que el 48% no utiliza productos faciales.

Interpretación: La muestra positiva de 200 encuestados es mayor a la otra variable el cual nos da conocimiento que en el sector El Bosque el cuidado facial y la apariencia masculina es importante y como resultado es un mercado potencial alto.

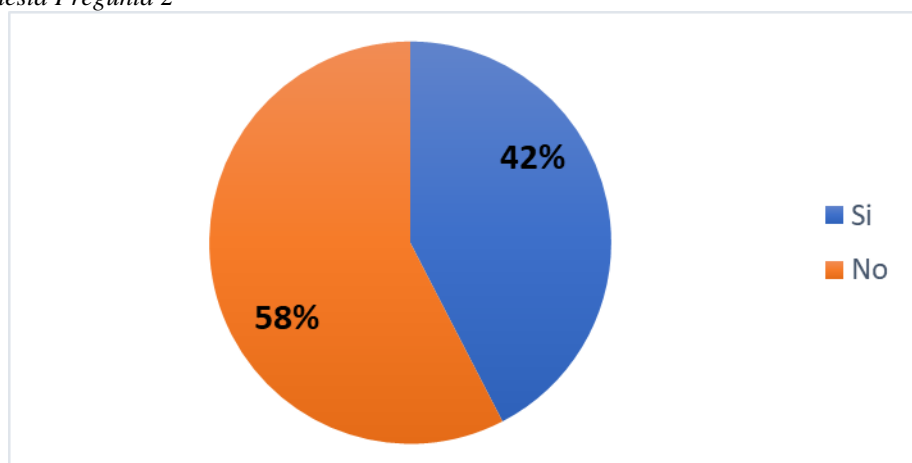
2. ¿Usted conoce que los bálsamos faciales a base de productos naturales en especial la Sábila, tienen muchos beneficios entre ellos que sirve para la y humectación de la piel?

Tabla 13
 Pregunta 3 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Si	162	42%
No	220	58%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 3
 Datos Encuesta Pregunta 2



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 58% de los encuestados respondieron que no conocen los beneficios de los productos naturales en los bálsamos faciales en especial el Aloe Vera mientras que el 42% respondió que si conocen todos los beneficios en este tipo de bálsamos.

Interpretación: La muestra de 220 encuestados nos indica que los hombres no conocen los beneficios de un bálsamo facial humectante con ingredientes naturales lo que nos da como resultado un producto llamativo para nuestro público objetivo.

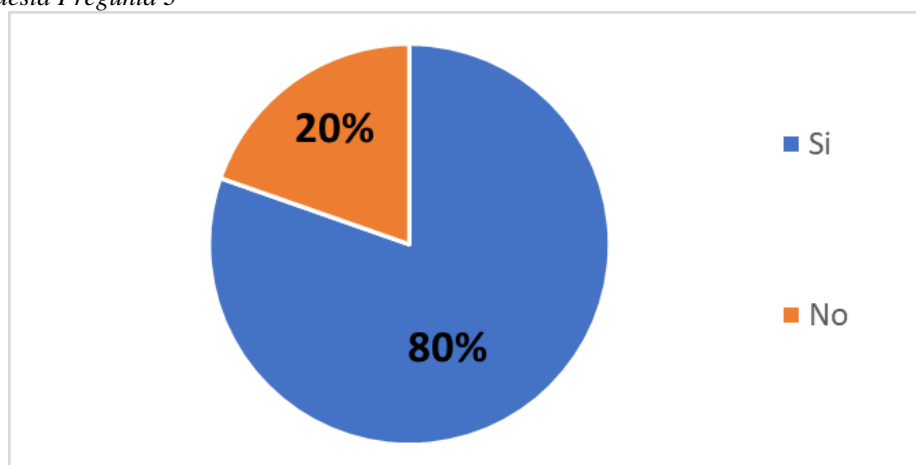
3. ¿Estaría dispuesto a comprar un bálsamo elaborado con ingredientes naturales como ceras, aceites esenciales y en especial el elemento Aloe Vera que ayuden a mantener la piel humectada?

Tabla 14
 Pregunta 3 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Si	307	80%
No	75	20%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 4
 Datos Encuesta Pregunta 3



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 80% de los encuestados respondieron que, si comprarán un bálsamo elaborado con ingredientes naturales para mantener la piel hidratada, mientras que el 20% respondieron que no comprarían un bálsamo con este tipo de características.

Interpretación: La muestra de 307 encuestados nos indica que el producto elaborado con ingredientes naturales le interesa al grupo masculino para el cuidado facial, ya que estos productos ofrecen una mayor absorción y oxigenación. Además, no contienen aromas sintéticos, conservantes ni perfumes artificiales, mientras que el 20% no comprarían el producto por desconocimiento y necesidad del consumidor.

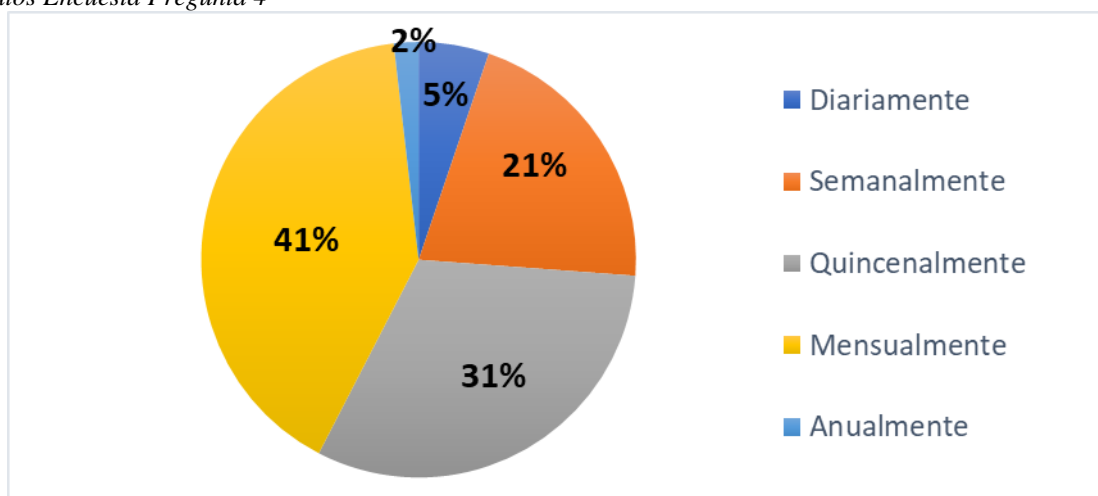
4. ¿Con que nivel de frecuencia, compraría el producto?

Tabla 15
 Pregunta 4 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Diariamente	20	5%
Semanalmente	80	21%
Quincenalmente	120	31%
Mensualmente	162	41%
Anualmente	7	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 5
 Datos Encuesta Pregunta 4



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 41% de los encuestados mencionan que la frecuencia del producto es mensualmente mientras que el 31% la compra es quincenalmente, el 21% la compra es semanalmente, el 5% la compra es diariamente y el 2% la compra es anualmente.

Interpretación: La muestra de 155 y 120 encuestados corresponde a la frecuencia más alta de compra del producto esto explica que los consumidores lo van a aplicar en el rostro de forma diaria en función a sus necesidades y propiedades de su barba, para que esta gane color, textura, caída, entre otros.

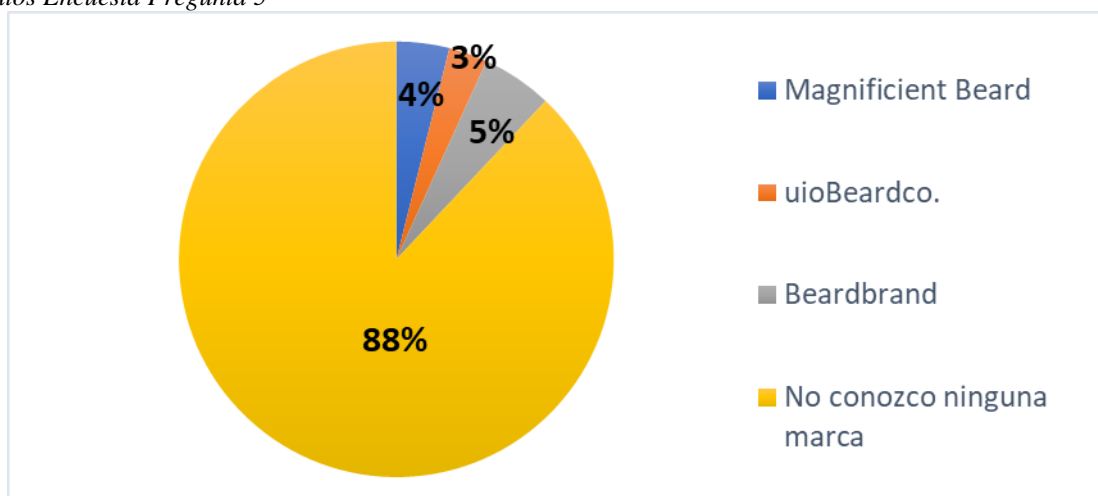
5. De las siguientes marcas de bálsamos humectantes faciales ¿Cuál usted consume o conoce?

Tabla 16
 Pregunta 5 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Magnificent Beard	15	4%
uioBeardco.	11	3%
Beardbrand	20	5%
No conozco ninguna marca	336	88%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 6
 Datos Encuesta Pregunta 5



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 88% de los encuestados mencionan que no conocen ninguna marca de bálsamos faciales humectantes, el 5% conoce la marca Beardbrand, el 4% Magnificent Beard y el 3% uioBeardco.

Interpretación: La muestra de 336 encuestados seleccionaron la opción de no conocer ninguna marca en específico ya que en Quito no existe publicidad ni medios de difusión que otorguen necesidad de compra para el público de los hombres, por tal razón en el mercado no existen mucha demanda de marcas y por ende los consumidores no generan el hábito de compra.

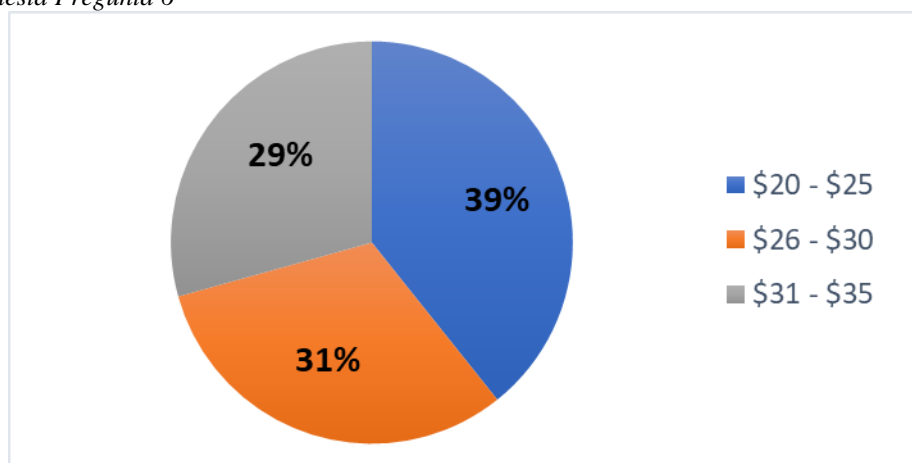
6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 17
 Pregunta 6 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
\$20 - \$25	150	39%
\$26 - \$30	120	29%
\$31 - \$35	112	31%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 7
 Datos Encuesta Pregunta 6



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 39% de los encuestados mencionan que estarían dispuestos a pagar por el producto un valor comprendido entre \$20 y \$25, mientras que el 31% entre \$26 y \$30 y el 29% entre un \$31 y \$35.

Interpretación: La muestra de 150 encuestados demuestra que conocen varios productos de la competencia por tal razón seleccionan un valor que se mueve en el mercado, el bálsamo al poseer ingredientes naturales como ceras, aceites y aceites esenciales su valor aumenta por ser humectante de tipo pomada.

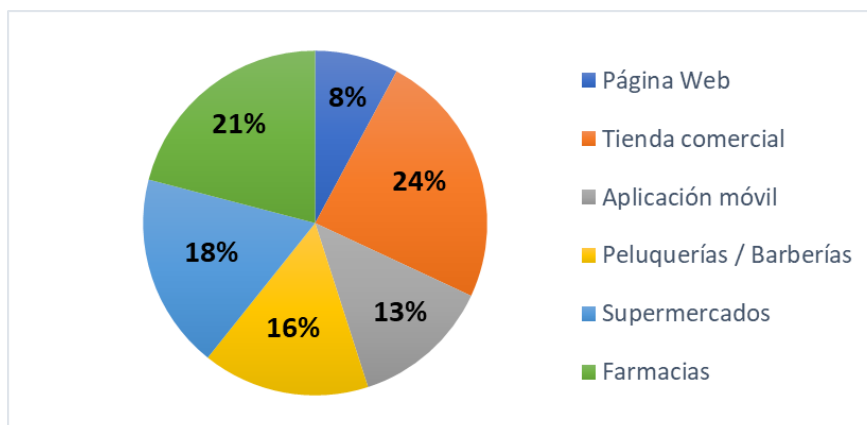
7. ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder adquirir nuestro producto?

Tabla 18
 Pregunta 7 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Página Web	30	8%
Tienda comercial	92	24%
Aplicación móvil	50	13%
Peluquerías / Barberías	60	16%
Supermercados	70	18%
Farmacias	80	21%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 8
 Datos Encuesta Pregunta 7



Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Análisis: El 24% de los encuestados mencionan que el lugar para adquirir el producto es una tienda comercial, el 21% farmacias, 18% supermercados, 16% Peluquerías / Barberías, 13% Aplicación móvil, 8% Página Web.

Interpretación: La muestra de 92, 80 y 70 encuestados corresponde a tienda comercial y farmacia y supermercados este fenómeno se da porque en un supermercado el público objetivo tiende a comparar el producto en función a varias marcas, precio, características, presentación, olor, entre otros para adquirir el que se adapte a sus necesidades al igual la agilidad de comprar un producto al paso por el contrario en una tienda comercial y farmacias al ser un trato más especializado con el consumidor, por cercanía al lugar de domicilio, para este tipo de productos esta otro tipo de experiencia que nuestro público estaría interesado por conocer.

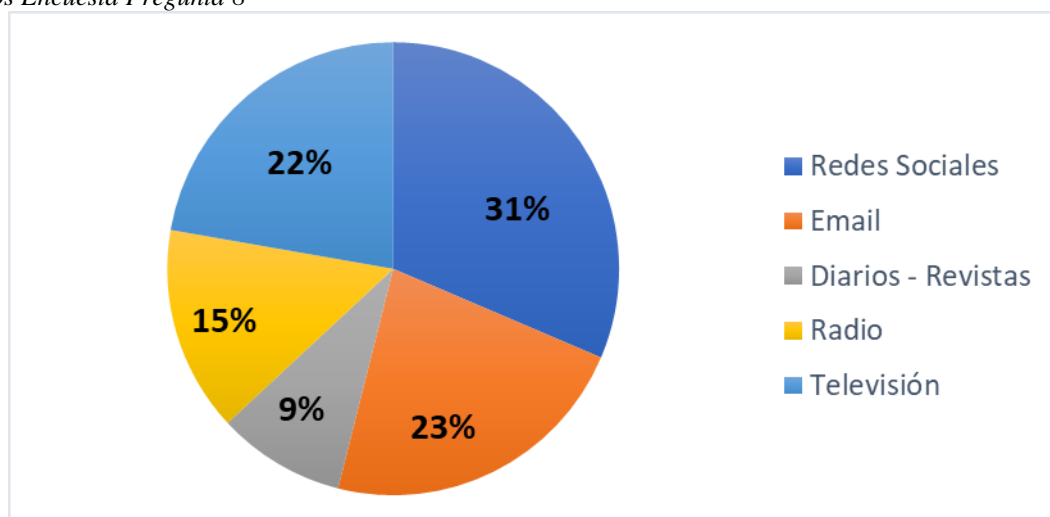
8. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría recibir información del producto?

Tabla 19
 Pregunta 8 Datos

Variable	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (fr%)
Redes Sociales	120	31%
Email	86	23%
Diarios – Revistas	35	9%
Radio	56	15%
Televisión	85	22%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Autor

Figura 9
Datos Encuesta Pregunta 8



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Análisis: El 31% de los encuestados mencionan que les gustaría recibir información del producto desde redes sociales, el 23% email, el 22% televisión, el 15% radio, el 9% diarios y revistas.

Interpretación: La muestra de 120 encuestados demuestra que las redes sociales son muy importantes para nuestro desenvolvimiento personal, podemos tener acceso a muchas ventajas que faciliten nuestro día a día, por esa razón fue la opción de mayor elección por nuestros encuestados a pesar de que email y televisión son medios digitales de multimedia y escritorio que podrían llegar a otro tipo de segmento con necesidades diferentes.

1.4 Demanda Potencial

Según (Castaño, 2005), la demanda se divide entre los consumidores que compran productos en pequeñas cantidades de dinero. Para realizar el estudio de la demanda tomamos en cuenta la indagación efectuada a la población entre hombres de la zona de El Bosque de la ciudad de Quito, dando un total de 89.736 personas para ello se necesita la información de dos preguntas realizada anteriormente en la encuesta estas son acerca de compraría o no el producto y frecuencia de consumo.

Datos:

Tabla 20

Datos Cálculo Demanda Potencial

N= 89.736

Pregunta	Ítem	Indicador
Compraría el producto (Pregunta 3)	SI	80%
Nivel de frecuencia de consumo (Pregunta 4)	162 encuestados	41% 1 unidad Mensual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

Tabla 21

Cálculo de la demanda potencial

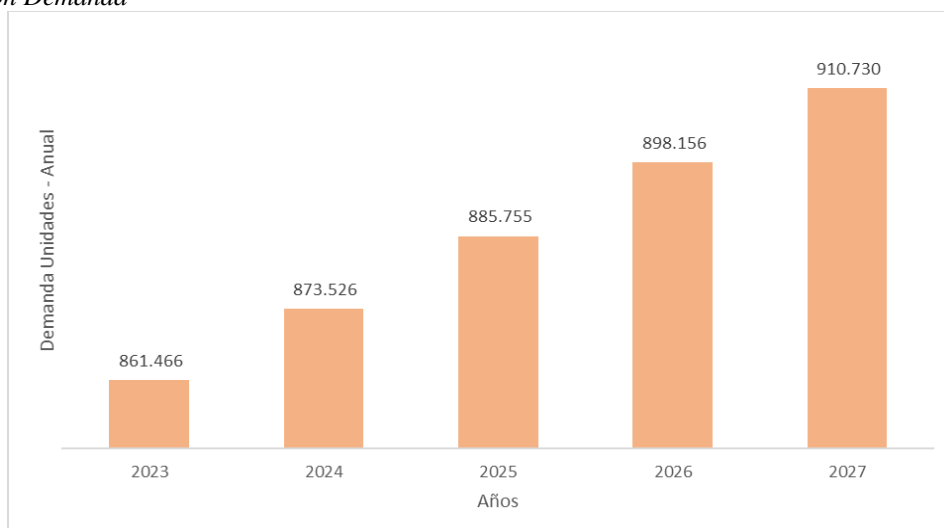
AÑOS	TASA ANUAL DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	PERSONAS DISPUESTAS A COMPRAR	DEMANDA ANUAL DE UNIDADES	DEMANDA EN MESES	DEMANDA DIAS
2023		71.789	861.466	71.789	2.393
2024		72.794	873.526	72.794	2.426
2025	1,40%	73.813	885.755	73.813	2.460
2026		74.846	898.156	74.846	2.495
2027		75.894	910.730	75.894	2.530
TOTAL		369.136	4.429.634	369.136	12.305

Fuente: Propia

Elaborado por: Autor

Figura 10

Proyección Demanda



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

En resumen, se estima una proyección de demanda para los próximos 5 años, basada en una tasa anual de crecimiento poblacional del 1,40%, lo que equivale a una cantidad de 75.894 posibles compradores en el 2027. En consecuencia, se estima una demanda total anual de 861.466 unidades, es decir, una demanda mensual de 71.789 unidades y una demanda diaria de 2.393 unidades.

1.5 Análisis del Macro y Microambiente

Al iniciar un nuevo negocio, es fundamental examinar detalladamente todas las variables y factores que pueden influir en su rendimiento, ya que estos pueden representar tanto oportunidades como amenazas para la empresa, según señala (Montgomery,2002).

Análisis del microambiente

Según (Ireland y Hoskisson, 2008), el modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta valiosa para examinar el mercado y determinar los factores que influyen en la rentabilidad de una industria y sus empresas. Al analizar una empresa en particular, se deben tener en cuenta las cinco fuerzas de Porter que podrían tener un impacto negativo en la empresa.

Poder de negociación con los proveedores

Al considerar que hay varias empresas locales que pueden proporcionarnos la materia prima necesaria para fabricar el producto, podemos afirmar que nuestra capacidad de comercialización es pequeña.

Poder de negociación con los compradores

Indicaremos todo lo relacionado con el bálsamo, incluyendo su proceso de elaboración, composición y beneficios para la piel, lo que nos permite tener un argumento sólido frente al consumidor. Debido a que nuestro producto es único, el poder de negociación del consumidor es mínimo.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

La posibilidad de que existan sustitutos de nuestro producto es alta debido a la gran variedad de cremas, lociones, exfoliantes, ácidos, jabones con otros beneficios a base de productos naturales disponibles en el mercado a precios competitivos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores es moderada ya que hay una creciente entrada de empresas que ofrecen productos similares y pueden ofrecer características iguales para los clientes.

Rivalidad entre competidores

Debido a la gran cantidad de opciones de bálsamos humectantes disponibles en el mercado, es importante realizar un estudio de la competencia para poder mejorar y ser competitivos en el mercado objetivo.

Análisis del macro ambiente

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

(Talancón, 2006) explica que la matriz de evaluación de los factores externos realiza una evaluación numérica de los factores externos, incluyendo tanto oportunidades como amenazas.

Tabla 20

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

COMPONENTE EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES	Valor	Calificación	Ponderación
Creciente demanda de bálsamos para la barba en el mercado	0,10	4	0,40
Facilidad de financiamiento para emprendimientos	0,06	3	0,18
Ingresar al mercado como un producto innovador	0,12	4	0,48
Innovación y desarrollo de nuevos productos para el cuidado facial masculino.	0,10	3	0,30
Tendencia creciente hacia productos naturales y orgánicos.	0,15	3	0,45
AMENAZAS	Valor	Calificación	Ponderación
Altos costos de importación de maquinaria	0,12	2	0,24
Desconocimiento del producto en el mercado	0,09	2	0,18
Situación política inestable	0,10	1	0,10
Posibles fluctuaciones en los precios de los ingredientes y costos de producción	0,06	1	0,06
Tasas altas en entidades financieras	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Interpretación: Con base en la matriz EFE a partir de lo expuesto anteriormente, se puede concluir que los resultados obtenidos se encuentran por encima del promedio establecido, el cual es de 2,5. El análisis ponderado general indica que la producción del bálsamo presenta una valoración positiva con respecto a las oportunidades y amenazas identificadas.

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

La interpretación de esta matriz consiste en explicar los factores internos que pueden influir en la ejecución de una empresa (Talancón, 2006).

Tabla 21
Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

COMPONENTE INTERNOS CLAVES			
FORTALEZAS	Valor	Calificación	Ponderación
Producto a base de compuestos naturales	0,15	3	0,45
Conocimiento de la elaboración del producto	0,10	4	0,40
Producción con materia prima de buena calidad	0,10	4	0,40
Producto innovador	0,05	4	0,20
Manejo adecuado de los recursos financieros	0,10	4	0,40
DEBILIDADES	Valor	Calificación	Ponderación
Falta de capital propio	0,10	2	0,20
Limitada capacidad de producción para satisfacer la creciente demanda	0,15	1	0,15
Falta de tecnología	0,10	1	0,10
Competencia acelerada en el mercado de productos para el cuidado de la barba	0,05	2	0,10
Falta de diversificación de productos en comparación con los competidores	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,60

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Interpretación: A partir de la matriz EFI y lo explicado previamente, el puntaje general ponderado es de 2,60, lo cual sugiere que está por encima del promedio y se puede confiar en la producción del producto. Además, contamos con un elemento muy significativo, el producto se elabora a base de compuestos naturales que no son abrasivos ni tóxicos para la piel del consumidor.

Matriz de perfil competitivo (MPC)

Según (Daniel, 2014), esta matriz es utilizada para identificar las características de las organizaciones que compiten en un mismo mercado y determinar en qué aspectos deben mejorar. Luego, se procede a identificar las organizaciones con las que nuestra propia organización competirá.

Tabla 22
Matriz de perfil competitivo (MPC)

Factores Importantes para el Éxito	Pinta De Varón		uioBeardco		Magnificent Beard		
	Valor	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
Producto Natural y Medicinal	0,20	2,00	0,40	2,00	0,40	2,00	0,40
Calidad del producto	0,20	3,00	0,60	4,00	0,80	3,00	0,60
Maquinaria especializada	0,05	2,00	0,10	4,00	0,20	3,00	0,15
Innovación de nuevos productos	0,35	2,50	0,88	2,00	0,70	2,00	0,70
Personal calificado	0,20	3,00	0,60	4,00	0,80	4,00	0,80
TOTAL	1,00		2,58		2,90		2,65

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Análisis: como se observa la marca uioBeardco (Ecuador) y Magnificent Beard (Ecuador) tienen mayor ponderación, luego es seguida por Age of Beard (Ecuador), en este último punto se demuestra un punto más fuerte de la organización como es la innovación de nuevos productos al ser el bálsamo con el principio activo Aloe Vera.

Proyección de la oferta.

Lammb (2013) describe la oferta de productos que se ofrecen en distintos lugares a diferentes precios en un período de tiempo determinado. Durante la investigación de campo en el sector de El Bosque, se identificó la presencia de un centro comercial más grande de la zona llamado Centro Comercial El Bosque en el establecimiento existe locales de salud, belleza, supermercado, peluquerías/ barberías, farmacias que venden este tipo de bálsamos, con un promedio de entre 10 – 30 productos diarios en sus estantes. La cantidad de espacio asignado a cada marca de bálsamo depende del interés y aceptación del producto por parte de los consumidores. El local que más vende bálsamos para la barba humectantes es la barbería Ace Barber Studio, mientras que las farmacias Fybeca, Medicity, Pharmacys tienen una menor venta sin embargo en el supermercado Supermaxi no exhiben productos de bálsamo de barba ya que hay productos sustitutos.

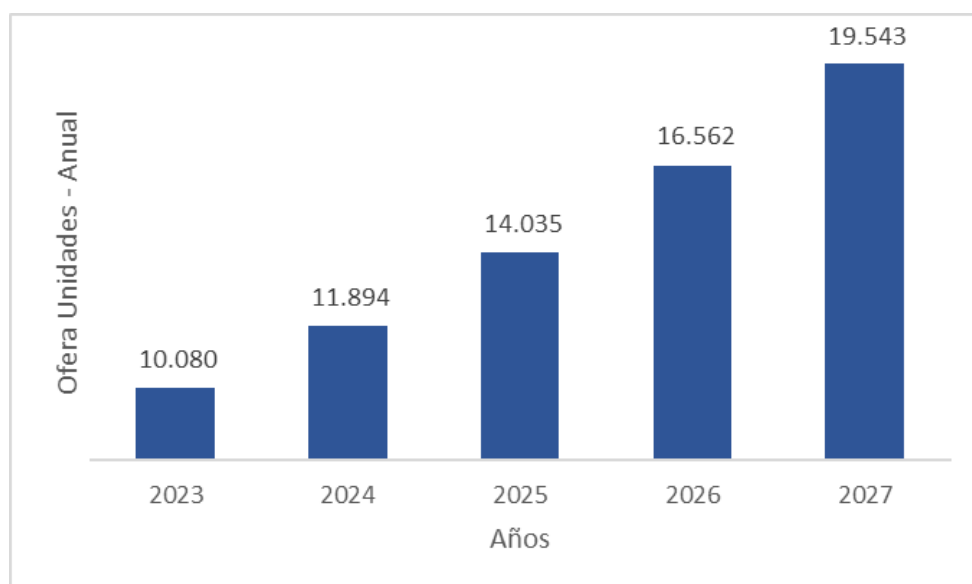
Los fines de semana son los días de mayor afluencia de personas en este tipo de locales y se requiere una frecuencia mayor de inventario de bálsamos en las perchas, con una cantidad promedio de entre 20 y 40 bálsamos por día. Para los años posteriores, se hizo una proyección utilizando la tasa de crecimiento del sector industrial de cosméticos, cremas, bálsamos del año 2022, que fue del 18% anual. uioBeardco y Magnificent Beard son los bálsamos más vendidos en la zona. A partir de estos datos, se estima que se demandan alrededor de 10.080 bálsamos al año en la zona de El Bosque, lo que significa que en estos locales se ofertan unos 72.114 bálsamos por cada 5 años. A continuación, se calcula la proyección de la oferta con estos datos:

Tabla 23
Proyección de la oferta

AÑOS	TASA DEL CRECIMIENTO DEL SECTOR	OFERTA EN UNIDADES / ANUAL	OFERTA EN UNIDADES / MENSUAL	OFERTA EN UNIDADES / DIARIAS
2023		10.080	840	28
2024		11.894	991	33
2025	18%	14.035	1.170	39
2026		16.562	1.380	46
2027		19.543	1.629	54
TOTAL		72.114	6.010	200

Fuente: CASIC, Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Figura 11
Proyección de la oferta



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

De acuerdo con (Rosales, 2007), la demanda potencial insatisfecha se refiere a la cantidad de bienes y servicios que podrían ser consumidos en el futuro.

Tabla 24
Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA UNIDADES	OFERTA UNIDADES	DPI /AÑO	DPI / MESES	DPI / DIA
2023	861.466	10.080	851.386	70.949	2.365
2024	873.526	11.894	861.632	71.803	2.393
2025	885.755	14.035	871.720	72.643	2.421
2026	898.156	16.562	881.594	73.466	2.449
2027	910.730	19.543	891.187	74.266	2.476

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Según los resultados obtenidos al calcular la demanda potencial no cubierta, la producción y venta de un bálsamo facial hecho con ingredientes naturales para hidratar la piel tendría la capacidad de satisfacer una demanda potencial no satisfecha de 851.386 en el mercado para el año 2023, y de 891.187 para el 2027.

1.7 Diseño de marca (branding)

El diseño de marca se refiere al proceso de creación de una identidad visual y verbal única para una empresa o producto, con el objetivo de diferenciarlo de la competencia y comunicar su propósito y valores de manera efectiva al mercado objetivo (Aaker, 2010)

- **Nombre de la marca:** Pinta de Varón *by* KAPO
- **Logotipo:**

Figura 12
Logotipo Marca



Elaborado por: Autor

- **Eslogan:** Tener barba lo es todo.
- **Percepción y posicionamiento:** Un bálsamo de barba hecho con ingredientes naturales y de alta calidad puede ser un gran punto de venta. Muchos consumidores están buscando productos más amigables con el medio ambiente y menos tóxicos para su piel. Si un bálsamo de barba puede destacar su uso de ingredientes naturales, esto puede ser una gran ventaja para atraer a estos consumidores y demostrar el compromiso de la marca con la sostenibilidad.

Nuestro bálsamo de barba ofrece diferentes opciones de aroma, puede atraer a una gama más amplia de consumidores y permitirles personalizar su experiencia de cuidado de la barba. Además, hay que destacar un aroma agradable puede ayudar a diferenciar el producto de otros en el mercado y hacer que sea más atractivo para los consumidores.

- ***Diferenciación:***

En la línea de productos para el cuidado e hidratación de la barba, existen varias opciones disponibles en el mercado. Sin embargo, en Ecuador la producción de este tipo de productos es limitada. En el sector El Bosque, encontramos varias marcas que destacan por su potencial y diferenciación en cada uno de sus productos. Para nuestro bálsamo Pinta de Varón, destacaremos los principales elementos que lo diferencian de la competencia. El ingrediente principal en nuestro bálsamo es el Aloe Vera, conocido por sus propiedades hidratantes, calmantes, regenerativas y antiinflamatorias que mejoran la elasticidad de la piel y promueven una apariencia saludable y radiante. Además, nuestro producto cuenta con una experiencia para el consumidor, ofreciendo en un futuro una isla en el centro comercial para aumentar su experiencia o acuerdos con farmacias, supermercados o tiendas comerciales, para aumentar la distribución del producto en más puntos de interés para el consumidor. La elección del aroma también es importante para un producto masculino, por lo que ofrecemos dos opciones: "Vintage" y "Contemporáneo", atractivos para aquellos que buscan una fragancia y para los que prefieren un bálsamo sin aroma, pero con propiedades hidratantes.

1.8 Estrategias de marketing

El marketing mix es definido como "el conjunto de variables controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado objetivo" (Kotler y Armstrong, 2021, p. 54). Este se refiere a las herramientas que utiliza una empresa para llevar a cabo su estrategia de marketing, incluyendo el producto, precio, promoción y distribución. Estas variables pueden ser ajustadas por la empresa para alcanzar sus objetivos de marketing y satisfacer las necesidades del consumidor, a continuación, se redactan las estrategias de marketing mix con relación al producto bálsamo de barba marca "Pinta de Varón" para el sector del Bosque.

Estrategia de Producto:

- Estrategia de diferenciación: agregar un ingrediente exclusivo o una característica única al bálsamo de barba para diferenciarlo de otros productos en el mercado.

- Estrategia de calidad del producto: Promocionar la eficacia de los ingredientes utilizados en la fabricación del bálsamo de barba, incluyendo aceites esenciales y mantecas naturales.
- Estrategia de expansión de línea de productos: ampliar la línea de productos del bálsamo de barba, ofreciendo diferentes aromas, tamaños o ingredientes para atender las necesidades y preferencias de los diferentes clientes.

Estrategias de Precio:

- Estrategia de penetración de mercado: ofrecer el bálsamo de barba a un precio más bajo que el de la competencia para captar una mayor cuota de mercado.
- Estrategia de precios psicológicos: establecer un precio de \$14.99 en lugar de \$15.00, que puede parecer más atractivo para los consumidores.
- Estrategia de descuento: Ofrecer descuentos por volumen para compras de varias unidades del bálsamo de barba.

Estrategias de Plaza

- Estrategia de distribución intensiva: poner el bálsamo de barba en tantos puntos de venta como sea posible, incluyendo farmacias, tiendas especializadas, supermercados y en línea, para aumentar la visibilidad y el acceso del producto.
- Estrategia de exclusividad: establecer acuerdos exclusivos con una cadena de tiendas específica o un sitio web de comercio electrónico para vender el bálsamo de barba, creando un sentido de exclusividad y mayor valor percibido.
- Estrategia por fidelización: Utilizar programas de lealtad para recompensar a los clientes que compran regularmente el bálsamo de barba.

Estrategia de Promoción:

- Estrategia de publicidad en línea: utilizar anuncios en redes sociales, como Instagram y Facebook, así como en motores de búsqueda, para promocionar el bálsamo de barba y llegar a un público objetivo específico.
- Estrategia de marketing de influencers: asociarse con influencers masculinos en redes sociales y plataformas de YouTube para que promocionen el bálsamo de barba y lleguen a una audiencia más amplia.
- Estrategia de marketing por muestras: Ofrecer muestras gratuitas del bálsamo de barba para que los clientes potenciales puedan probar el producto antes de comprarlo.

1.9 Plan de comunicación

El plan de medios es un conjunto de decisiones estratégicas que se toman para seleccionar los medios adecuados para promover un producto o servicio. Según (Kotler y Armstrong, 2016), el plan de medios se enfoca en seleccionar los medios más efectivos para transmitir el mensaje publicitario a la audiencia objetivo, teniendo en cuenta el presupuesto y los objetivos de marketing de la empresa. También implica la asignación de recursos y la definición de los plazos para la ejecución de la campaña publicitaria.

Tabla 25

Plan de medios

Objetivo: Aumentar la participación en el mercado y generar mayores ingresos a largo plazo para la marca “Pinta de Varón”, destacando los beneficios que ofrece en términos de precios atractivos, incentivos, promociones y mejoras en la salud en distintas plataformas publicitarias.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	MEDIO PUBLICITARIO	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Aumentar el conocimiento de la marca y generar interacción con los seguidores.	Crear contenido de calidad y original para el perfil de las Redes Sociales de la marca, que incluya información sobre los beneficios del producto, tutoriales de uso y fotos atractivas de hombres con barbas cuidadas.	Crear publicaciones diarias en el perfil de Instagram, así como historias y reels para mostrar diferentes aspectos del producto y de la marca.	Instagram TikTok Facebook	\$4.320 Anual	Vendedor/a Administrador/a	Ventas obtenidas al mes Aumento de número de seguidores y leads en Redes Sociales

<p>Generar interacción directa con clientes potenciales y aumentar las ventas del producto.</p>	<p>Participar o patrocinar eventos de barberos locales y ofrecer descuentos en el producto a los asistentes.</p>	<p>Identificar eventos locales que atraigan a hombres con barba y coordinar con los organizadores para participar como patrocinadores. Ofrecer descuentos exclusivos en el bálsamo de barba a los asistentes y distribuir folletos y muestras del producto.</p>	<p>Eventos de barberos locales Ferias artesanales de belleza y cuidado facial</p>	<p>\$700 - \$800 Anual</p>	<p>Vendedor/a Administrador/a</p>	<p>Ventas obtenidas al mes / Aumento de participación en el mercado de cosméticos faciales de hombre.</p>
<p>Aumentar el tráfico a la página web y mejorar la conversión de visitantes en clientes.</p>	<p>Crear una página web atractiva y fácil de navegar, con información detallada sobre los productos, testimoniales y una sección de preguntas frecuentes.</p>	<p>Diseñar y desarrollar la página web, crear contenido relevante y optimizado para SEO, integrar un chat en vivo para atención al cliente, implementar un sistema de análisis para medir el tráfico y la tasa de conversión.</p>	<p>Página Web</p>	<p>\$500 - \$700 Anual</p>	<p>Vendedor/a Administrador/a</p>	<p>Número de visitantes únicos, tasa de conversión, tiempo promedio en la página y tasa de rebote.</p>

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

CAPITULO II

2. Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer la capacidad productiva, insumos, equipos, maquinaria y materiales necesarios para la elaboración de bálsamos de barba hidratantes, identificando los recursos y actividades clave que permitan cumplir con las especificaciones de calidad vigentes.

2.2 Descripción del proceso

Se describen varias etapas en el proceso de elaboración del bálsamo humectante con ingredientes naturales. A continuación, se detallan los pasos necesarios para fabricar el producto.

Ingreso y documentos necesarios

Se llevará a cabo un proceso de control y selección de proveedores para la compra de la materia prima, a fin de garantizar que estos cumplan con los estándares de producción requeridos por la empresa. Este proceso será realizado mediante los métodos de control previamente establecidos.

Inspección de los productos necesarios para la elaboración

Se requerirá que los productos necesarios para la elaboración satisfagan las necesidades de la organización en cuanto a la materia prima y cumplan con todas las características necesarias; de lo contrario, deberán ser devueltos al primer proceso.

Almacenamiento

Durante el proceso de almacenamiento, un trabajador de bodega se encargará de transferir los productos a los envases en óptimas condiciones de almacenamiento para prevenir daños en el bálsamo.

Agitación y mezclado

Los empleados operativos se encargarán de combinar y agitar las diversas materias primas utilizadas en el bálsamo.

Control de calidad

Durante este proceso, un operario se encargará de verificar que el bálsamo cumpla con todas las características físicas y los ingredientes de la mezcla necesaria. En caso de no cumplir con los estándares de calidad, el proceso volverá al inicio de los pasos anteriores para reiniciar la producción.

Modificación del producto terminado

Después de haber completado el proceso anterior, se procederá a envasar y etiquetar el bálsamo.

Almacenaje del producto terminado

Podemos almacenar el producto terminado en un lugar específico y adecuado para su posterior despacho, el cual se realizará de acuerdo con las necesidades y requerimientos de cada cliente.

Mapa de Procesos

Figura 13

Mapa de procesos - Pinta de Varón

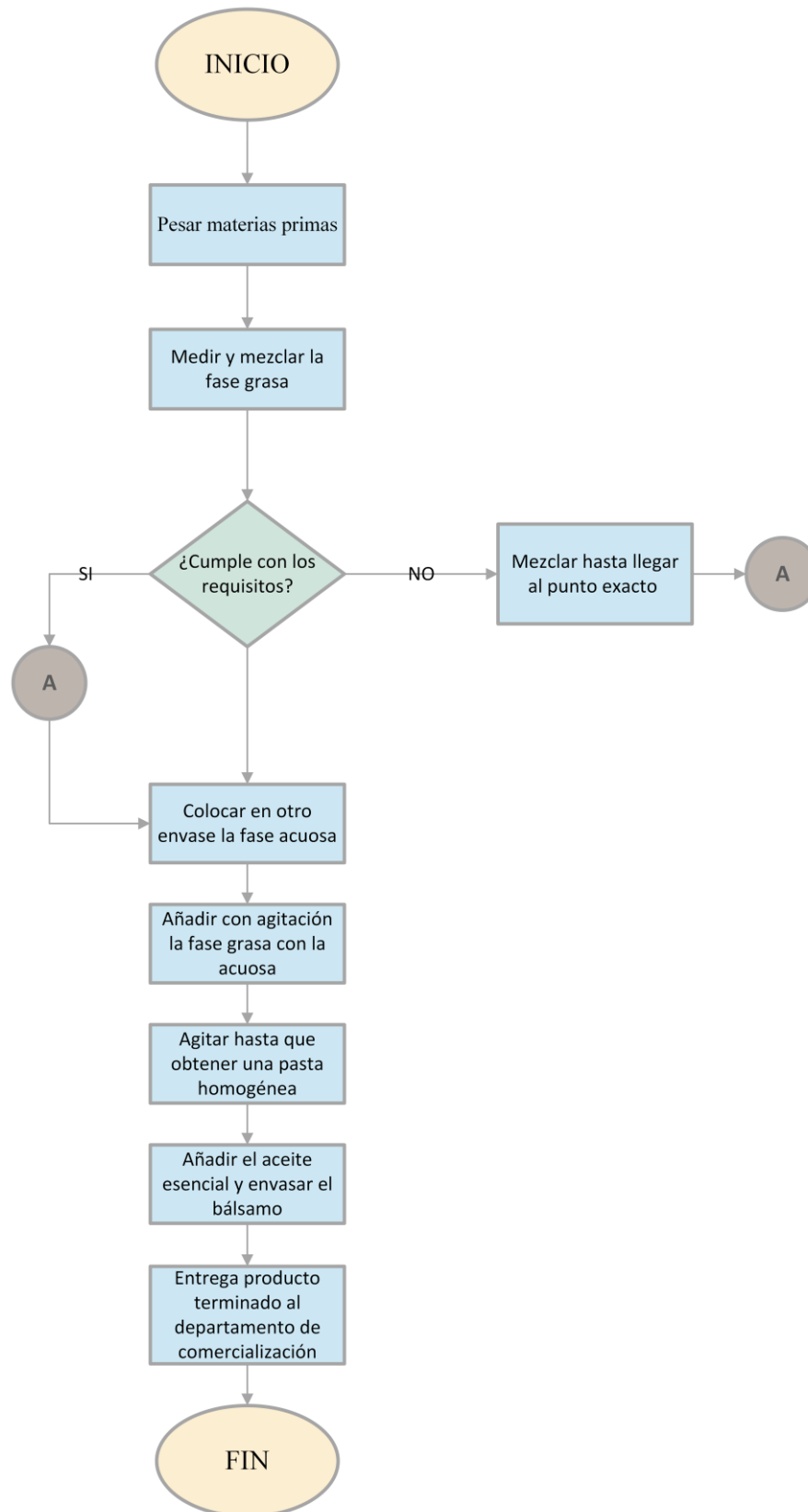


Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Diagrama de flujo del proceso de producción


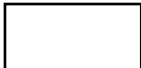
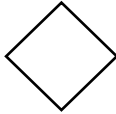

Figura 14

Diagrama de flujo proceso de producción



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Tabla 26
Simbología Flujograma

Descripción	Simbología	
	<i>Símbolo</i>	<i>Descripción</i>
El diagrama de flujo es una herramienta gráfica que permite representar visualmente las etapas y actividades de un proceso, algoritmo o sistema. Esta representación gráfica facilita la comprensión y análisis del proceso, lo que permite identificar posibles mejoras o soluciones a problemas que puedan surgir en el mismo (Ortiz, 2019).		Indica el inicio o final de un proceso
		Representa una actividad llevada a cabo
		Decisión, indica un punto de toma de decisión de tipo SI, NO.
		Indica que un proceso continua desde este punto en otro círculo

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Tabla 27
Relato Técnico de Producción

Procedimiento para la producción del bálsamo:	Procedimiento de envasado:	Procedimiento de etiquetado:
1. Separar y pesar las materias primas individualmente.	1. Dejar reposar y enfriar la mezcla líquida del bálsamo.	1. Separar los envases según su tipo o tamaño.
2. En un recipiente de medición de vidrio, mezclar los ingredientes grasos como el aceite de coco, aceite de almendra, aceite de jojoba, aloe vera, cera de abeja y manteca de karité. Luego, calentar con agitación hasta alcanzar una temperatura de 70°C.	2. Dividir en partes iguales según el peso deseado.	2. Pegar las etiquetas correspondientes a cada envase.
3. En otro recipiente, colocar los ingredientes acuosos, es decir, la vitamina e, el aceite de árbol de té y calentar hasta 60°C.	3. Preparar los envases y llenarlos con el bálsamo.	3. Organizar los envases etiquetados en grupos o lotes.
4. Agregar lentamente y con agitación constante la fase acuosa a la grasa a 70°C y agitar hasta obtener una pasta homogénea.	4. Cerrar los envases y limpiar cualquier exceso del bálsamo.	4. Preparar los envases agrupados para ser entregados según las solicitudes de los clientes.
	5. Revisar que todos los envases contengan la misma cantidad del bálsamo.	

5. Añadir el extracto de los aceites esenciales; cuando el bálsamo alcance una temperatura de 20°C, separar del fuego, dejar que se enfríe y finalmente, envasar el bálsamo.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Distribución física de la planta

A través de esta distribución, se determina la ubicación y disposición de los procesos y áreas de la organización, específicamente en la zona de El Bosque en la ciudad de Quito.

Instalaciones de la planta

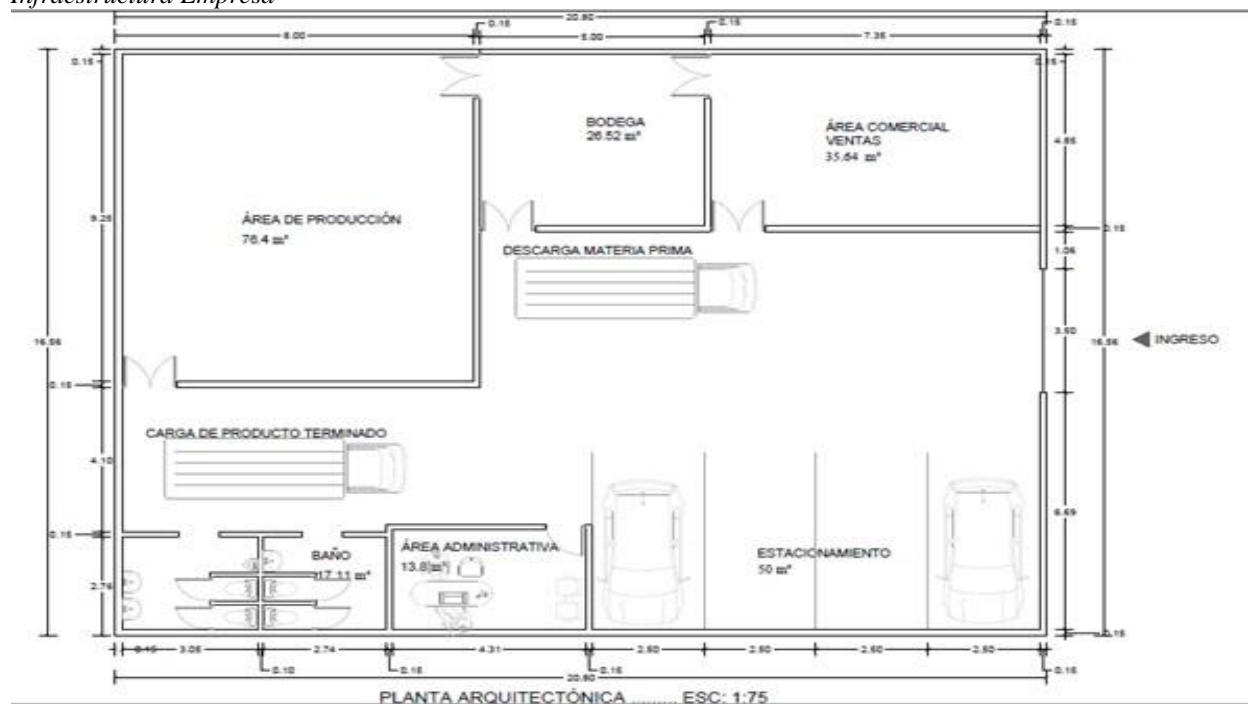
A continuación, se presenta una tabla detallando la infraestructura de la empresa, que consta de 6 áreas con dimensiones específicas asignadas a cada una de ellas.

Tabla 28
Infraestructura de la empresa

Descripción	Medida (m²)
Área Administrativa	13,8 m ²
Área de Producción	76,4 m ²
Área Comercial – Ventas	35,64 m ²
Bodega	26,52 m ²
Estacionamiento	50 m ²
Baño	17,11 m ²
<hr/>	
TOTAL 344,39 m²	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor


Figura 15
Infraestructura Empresa



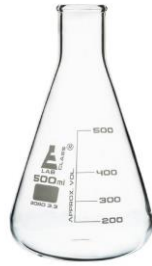
Elaborado por: Autor

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Tabla 29
Descripción de Equipos

Actividad	Equipo	Características	Costo
Mezcla de ingredientes para la elaboración del bálsamo.	 Vaso de precipitación	El vidrio templado de alta resistencia es producido utilizando vidrio no poroso que mantiene su forma, no se mancha ni absorbe olores. Este tipo de vidrio se utiliza en diversas aplicaciones, como procesos de precipitación, calentamiento o agitación de líquidos, preparación de disoluciones, entre otros.	\$360,00 Seis Unidades

Se utiliza para homogeneizar y calentar los componentes de manera consistente.



Matraz de Erlenmeyer

Se trata de un recipiente transparente con forma cónica y una abertura en su extremo estrecho, a menudo con un cuello cilíndrico adicional. Su utilidad radica en la posibilidad de realizar mezclas mediante agitación y permitir una evaporación controlada de líquidos.

\$900,00
Seis Unidades

Permite aplicar calor y agitación directamente a cualquier recipiente de vidrio, tiene espacio para 5 plazas



Agitador "Multimatic" 5-- Temperatura máxima de 300°C
N con calefacción

- Plataforma superior en acero inoxidable AISI 304 con grabado central en cada plaza que facilita la colocación del recipiente a agitar
- Regulación individual de la velocidad en cada plaza

\$1.126,00
2 agitadores

Una caja registradora automática es un dispositivo utilizado principalmente en establecimientos comerciales y de venta al por menor para realizar y registrar transacciones de venta de manera eficiente.



Caja Registradora Automática

- Registrar y calcular ventas: Permite ingresar el precio de los productos o servicios vendidos y calcular el total de la venta.
- Gestión de efectivo: Facilita el manejo de dinero en efectivo al contar y registrar las transacciones monetarias de manera precisa.

\$55,00
Unidad

La silla de tocador brinda comodidad y confort a los clientes durante el proceso de aplicación o prueba de los productos. Permite que los clientes se sienten de manera relajada y disfruten de la experiencia.



Silla de tocador con ruedas/reposabrazos

Cómodo asiento y respaldo: La silla está apoyada por patas de metal en cinco ruedas. Esta silla está diseñada para mejorar la comodidad de tu asiento.

Altura ajustable: esta silla de oficina con elevación de gas está construida con un cilindro de elevación de gas para garantizar tu seguridad a todas las alturas.

\$130,00
Dos Unidades

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Las horas-hombre son una medida que representa el tiempo de trabajo necesario para completar una tarea o proyecto, multiplicando las horas de trabajo de una persona por el número de personas involucradas. Es una forma de estimar la cantidad total de horas requeridas para realizar una actividad o alcanzar un objetivo específico.

Tabla 30
Personas, Horas, Actividad

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Pesar materias primas	02 min	Operario 1	7 horas x 1 operador = 7h
Medir y mezclar la fase grasa	03 min	Operario 1	7 horas x 1 operador = 7h
Colocar en otro envase la fase acuosa	02 min	Operario 1 y 2	7 horas x 2 operarios = 14h
Añadir con agitación la fase grasa con la acuosa	02 min	Operario 1 y 2	7 horas x 2 operadores = 14h
Agitar hasta obtener una pasta homogénea.	02 min	Operario 1 y 2	7 horas x 2 operadores = 14h



Reposar la pasta homogénea	01 min	Operario 1 y 2 7 horas x 2 operadores = 14h
Añadir el aceite esencial y envasar el bálsamo	02 min	Operario 1 y 2 7 horas x 2 operadores = 14h

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Tecnología a aplicar

Para llevar a cabo la producción del bálsamo humectante, será necesario contar con un equipo informático que permita recibir información de clientes y proveedores. Además, se requerirá la instalación de programas como un sistema financiero, de procesos y de facturación, que agilizarán la gestión de la empresa. Asimismo, se precisará una impresora para imprimir documentos necesarios en el proceso.

Tabla 31
Tecnología a aplicar

Actividad	Equipo	Características	Costo
Tiene la capacidad de recibir, redactar, guardar y almacenar información, desempeñando múltiples actividades en el proceso.	 Ordenador portátil	Procesador i5, Memoria RAM de 8 GB, Tarjeta gráfica Intel Graphics, Disco duro 350 - 500 SSD, portátil pantalla estándar HD.	\$600,00
Encargarse de recibir y efectuar llamadas tanto de proveedores como de clientes de la organización, seguimiento de venta y postventa, redes sociales, etc.	 Teléfono Inteligente	Procesador Qualcomm, 256GB almacenamiento, 8 GB RAM, 5000mAh, 1440 x 3088 pixeles, 200 MP cámara posterior, 24 MP cámara selfie, 5G.	\$350,00

Una impresora térmica de recibos se utiliza para imprimir recibos de forma rápida y eficiente. Utiliza tecnología térmica directa para generar la impresión, lo que significa que no requiere tinta ni tóner.



Impresora térmica

Tecnología térmica directa: Utiliza calor para generar la impresión, eliminando la necesidad de utilizar tinta o tóner.

Alta velocidad de impresión: Puede imprimir recibos de forma rápida, lo que permite agilizar el proceso de atención al cliente. \$230,00

Tamaño compacto: Suelen ser dispositivos compactos y de diseño ergonómico, lo que facilita su ubicación en espacios reducidos y su transporte.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Factores que afectan las operaciones

Existen varios factores que pueden afectar a una empresa dedicada a la producción y comercialización de bálsamo de barba. Algunos de los factores más relevantes son:

1. Tendencias del mercado: Los cambios en las preferencias de los consumidores, las modas y las tendencias de cuidado personal pueden influir en la demanda y la aceptación de los productos de bálsamo de barba.

2. Cambios tecnológicos: Los avances tecnológicos pueden tener un impacto significativo en la producción y comercialización de bálsamo de barba. Es importante estar al tanto de las últimas innovaciones en ingredientes, procesos de fabricación y canales de distribución para mantenerse competitivo.

3. Calidad del producto: La calidad del bálsamo de barba es crucial para mantener la satisfacción de los clientes y su lealtad a la marca. Cualquier problema de calidad o falta de cumplimiento de los estándares puede tener un impacto negativo en la reputación de la empresa.

4. Costos de producción: Los costos de los ingredientes, la mano de obra, el embalaje y otros insumos pueden afectar la rentabilidad de la empresa. Es esencial controlar los costos de manera efectiva y buscar eficiencias en los procesos de producción.

5. Regulaciones y normativas: La industria de productos de cuidado personal está sujeta a regulaciones y normativas relacionadas con la seguridad, la etiqueta y los ingredientes. Cumplir con estas regulaciones es fundamental para operar legalmente y mantener la confianza del cliente.

Ficha técnica de composición por producto

Tabla 32

Nivel de inventario

Materia prima	Inventario
Aceite de coco	8 gr
Aceite de almendra	8 gr
Aceite de jojoba	2 gr
Extracto de Aloe Vera	12 gr
Cera de Abeja	9 gr
Manteca de Karité	9 gr
Vitamina E	4 gr
Aceite de Árbol de Té	2 gr
Aceite esencial	2 gr

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Número de trabajadores

Tabla 33*Número de Trabajadores y funciones*

Nº	CARGOS	FUNCIONES	CONTRATO
1	Operario	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción e inspección de la materia prima • Mezclado de ingredientes • Envasado, etiquetado, almacenamiento. • Revisar el estado de los equipos y máquinas e informar cualquier anomalía 	Indefinido

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

2.2 Capacidad de Producción

En el caso particular del bálsamo humectante elaborado con ingredientes naturales, se ha estimado el tiempo requerido para cada proceso, resultando en un tiempo de demora de 14 minutos por unidad de producto. Teniendo en cuenta una jornada laboral de 5 días a la semana y un mes de 20 días calendario, se ha calculado la capacidad de producción del producto.

De acuerdo con estos parámetros, la capacidad de producción diaria del bálsamo humectante facial alcanzará un total de 30 unidades diarias con un total de 7.200 unidades para el primer año de producción de la organización.

Tabla 34*Producción Periódica*

Periodo	Unidades Producidas
Diaria	30 unidades
Semanales	150 unidades
Mensual	600 unidades
Anual	7.200 unidades

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Capacidad de Producción Futura.

La empresa aumentará su capacidad de producción en función a la tasa de crecimiento anual del Consejo de las Industrias de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar en Latinoamérica (CASIC), que es del 18% en el año 2019. Teniendo en cuenta esta proyección, la organización tiene previsto adquirir de manera continua maquinaria especializada en la producción de bálsamos para respaldar el incremento de la capacidad operativa de la empresa a lo largo del tiempo.

A continuación, se detalla la capacidad de producción proyectada:

Tabla 35

Capacidad de producción futura

Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
7.200	8.496	10.025	11.830	13.959

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

2.3 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

A continuación, en la siguiente detallamos la materia prima a utilizar para la elaboración del producto:

Tabla 36

Especificación de materias primas

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Aceites, mantecas, ceras, esencias de productos naturales	Estos aceites, mantecas, ceras y esencias se usan para tratar la humectación de la piel.	Productos químicos tales como propilenglicol, etanol, benzamil, zipanol	Mercado de Quito Centros Naturistas Comercial de Químicos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

2.4 Calidad

Método de Control de Calidad.

Hojas de comprobación

A continuación, se presenta el formato de una hoja de inspección que se utilizará en nuestra empresa, para realizar un seguimiento sistemático y estructurado de los procedimientos, características o atributos específicos de un bálsamo de barba

Tabla 37
Planilla de Inspección

PLANILLA DE INSPECCIÓN								
Causas		1	2	3	4	5	6	Total
1	Desperfectos en los envases.	//		///		/	///	10
2	Distribuidores no entregan la materia prima para la elaboración en el tiempo acordado		///			///		6
3	Etiquetado no está en el tiempo destinado				////			5
4	No se receipta la materia prima adecuadamente a los distribuidores de esta.		//					2
RESULTADO								23

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Diagrama de Pareto

El diagrama de Pareto permitirá identificar y enfocarse en los problemas más frecuentes o críticos que afectan la calidad del producto, para tomar acciones correctivas y mejorar su desempeño.

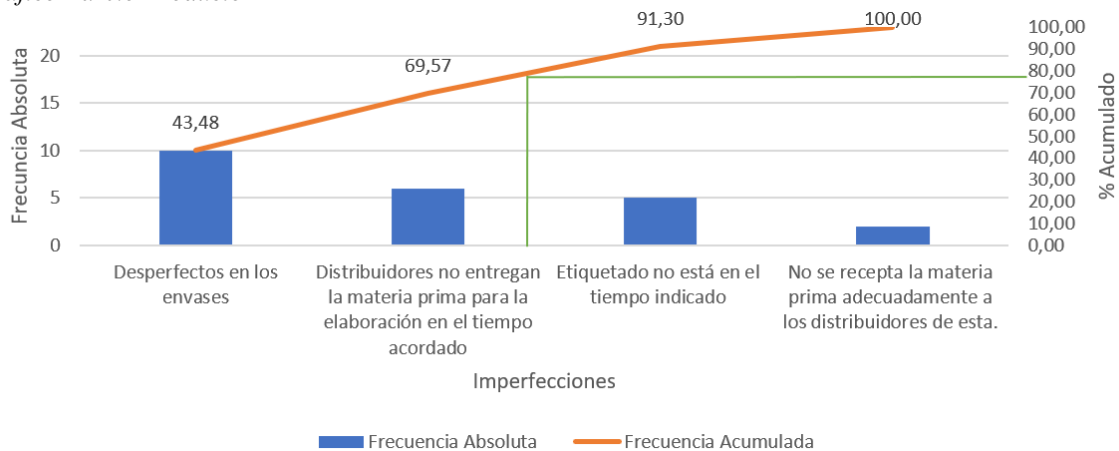
Tabla De Distribución De Frecuencias

Tabla 38
Diagrama de Pareto – Imperfecciones de la elaboración

TIPO DE IMPERFECCIÓN	FRECUENCIA	Fr (%)	Far (%)
Desperfectos en los envases	10	43,48%	43,48%
Distribuidores no entregan la materia prima para la elaboración en el tiempo acordado	6	26,09%	69,57%
Etiquetado no está en el tiempo indicado	5	21,74%	91,30%
No se receipta la materia prima adecuadamente a los distribuidores de esta.	2	8,70%	100%
TOTAL	23	100,00	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Figura 16
Gráfico Pareto Producto



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Análisis:

Mediante la gráfica de Pareto se puede determinar que las fallas prioritarias para el producto bálsamo de barba son problemas de defectos en los envases y distribuidores no entregan la materia prima para la elaboración en el tiempo acordado. Dichas causas constituyen los llamados “pocos vitales”, es decir fallas importantes las cuales el administrador de la organización debe aumentar tiempo y recursos para eliminarlas.

2.5 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad e higiene ocupacional

La norma ISO 45001 es un estándar reconocido internacionalmente que establece los requisitos para un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo. Aplicar la norma ISO 45001 en una empresa de producción y comercialización de bálsamos de barba conlleva una serie de beneficios significativos.

Tabla 39

Norma ISO 45001 - Beneficios en la organización

Norma ISO 45001

- La implementación de esta norma garantiza un enfoque proactivo hacia la prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales lo que contribuye a un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los empleados
 - La empresa se beneficia al mejorar su reputación y cumplir con los requisitos legales y reglamentarios relacionados con la seguridad y salud en el trabajo
 - Mediante la identificación de peligros, la evaluación de riesgos y la implementación de controles adecuados, se reducen los accidentes y se minimizan los impactos negativos en la salud de los trabajadores.
 - El cumplimiento de los estándares de seguridad y salud laboral promueve la eficiencia y la productividad, al tiempo que fomenta la participación de los empleados en la mejora continua de los procesos y prácticas de seguridad.
-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

En resumen, aplicar la norma ISO 45001 en una empresa de producción y comercialización de bálsamos de barba es un compromiso con la seguridad y el bienestar de los trabajadores, así como con la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

Según la legislación vigente en Ecuador, todas las empresas, independientemente de su tamaño o actividad, están obligadas a implementar un sistema de gestión de seguridad, salud y medio ambiente laboral. Por lo tanto, las organizaciones deben cumplir con las siguientes acciones requeridas por la ley.

Tabla 40

Requisitos Permiso Cuerpo de Bomberos

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos

- Formulario declarativo de ocupación firmado por el propietario del Proyecto en el siguiente link: Declarativo Área Técnica (se verificará las firmas de validación)
 - Copia del certificado de Visto Bueno de Planos
 - Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P
 - Copia de los planos SCI aprobados y sellados
-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 41

Permisos de funcionamiento

Registro Sanitario y permiso de funcionamiento
<ul style="list-style-type: none">• Solicitud para permiso de funcionamiento - Planilla de Inspección
<ul style="list-style-type: none">• Copia del RUC del establecimiento-Copias de la Cédula y Certificado de votación del propietario o representante legal
<ul style="list-style-type: none">• Croquis de ubicación de la planta procesadora. Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioquímico – opción alimentos) en caso de industria, mediana y pequeña industria.
<ul style="list-style-type: none">• Copia del registro del título en la SENESCYT
<ul style="list-style-type: none">• Listado de productos a elaborar - Flujograma de Proceso, por la línea de producción. - Copia del certificado del curso de Buenas Prácticas de Manufactura.
<ul style="list-style-type: none">• 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)
<ul style="list-style-type: none">• Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito).

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Cuidado sanitario

Es fundamental que todos los empleados, especialmente aquellos que trabajan en el área de producción, sigan un protocolo de seguridad y cuidado al manipular sustancias y equipos para la preparación del bálsamo.

Además, se ha tenido en cuenta la situación actual de la pandemia junto a los riesgos asociados con la presencia de bacterias y gérmenes dañinos en el cuerpo humano, los cuales pueden transmitirse a través de la garganta, cabello, nariz o piel.

Por lo tanto, se han implementado las siguientes medidas de precaución:

Tabla 42
Normativa de Higiene

Normativa de Higiene

- Lavarse las manos constantemente antes y después de manipular los materiales o materia prima.

- Usar malla para el cabello

- Usar guantes para manipular la materia prima.

- Mantener las uñas bien cortadas y evitar realizar trabajos con heridas recientes.

- Mantenerse puesta la mascarilla dentro del área de producción

- Usar constantemente alcohol para desinfectar las manos y objetos manipulados

- Desinfectar las áreas de trabajo todos los días

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Hay una serie de peligros que se han analizado para contrarrestarlos y plantear algunas reglas para evitarlos:

Tabla 43
Salud Ocupacional

Salud Ocupacional

- Alzar artículos pesados con el apoyo de dos o más compañeros.

- Mantener un lugar de distancia apropiada

- Colocar los objetos en su lugar y cerrar puertas para evitar golpes.

- Poner los objetos afilados boca abajo y en lugares seguros.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Establecer la estructura organizativa de la empresa dedicada a la producción y comercialización de bálsamos de barba, a fin de definir los distintos niveles jerárquicos que permitirán supervisar y gestionar su funcionamiento, implementando indicadores para medir el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Visión de la Empresa

“Ser la marca líder a nivel nacional en el cuidado masculino, reconocidos como referentes en la industria, brindando soluciones innovadoras para nuestros consumidores siendo elección número uno de los hombres que buscan productos de confianza para el cuidado facial, generando un impacto positivo en su imagen y autoestima”

Misión de la Empresa

“Proporcionamos a nuestros clientes productos que nutran, hidraten y den forma a su barba, utilizando ingredientes naturales y formulaciones especializadas, fomentando un aspecto saludable y atractivo.”

Objetivos y estrategias

Los objetivos estratégicos se derivan del análisis FODA, el cual se fundamenta en las matrices EFE y EFI, las cuales son elaboradas en el departamento de Marketing.

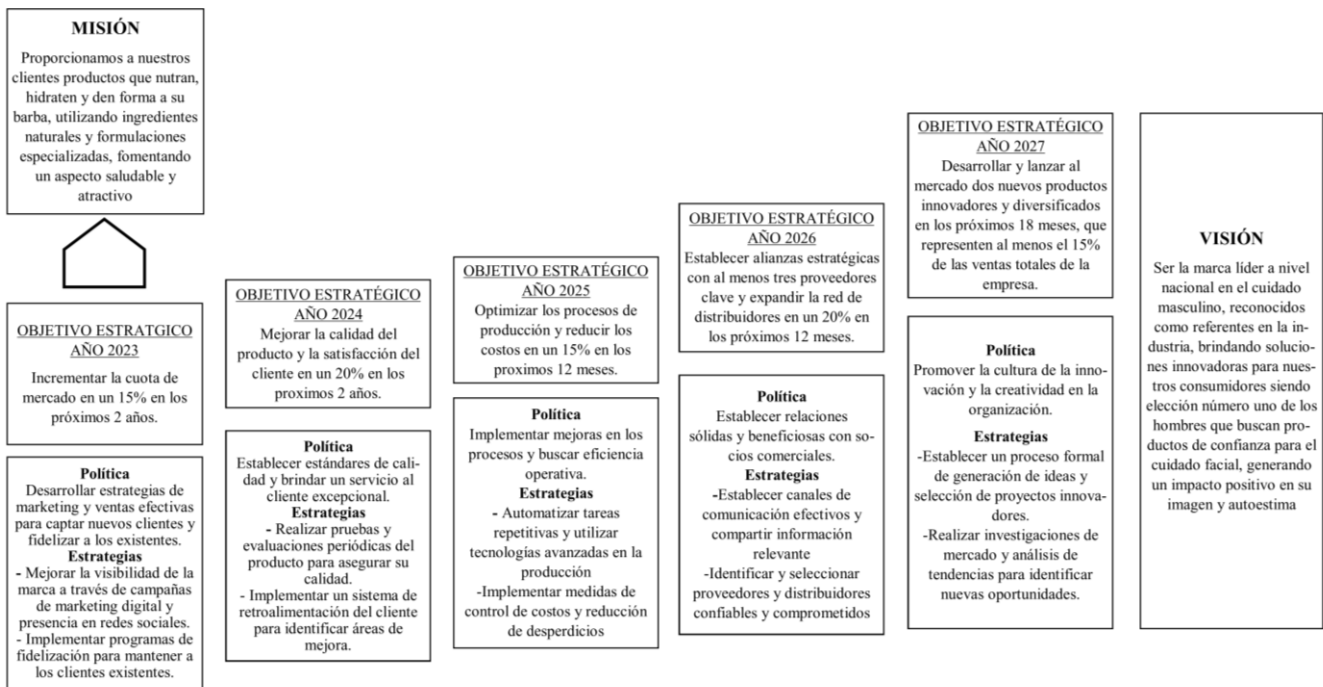
Tabla 44
Matriz FODA "Pinta de Varón"

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Producto a base de compuestos naturales	Creciente demanda de bálsamos para la barba en el mercado
Conocimiento de la elaboración del producto	Facilidad de financiamiento para emprendimientos
Producción con materia prima de buena calidad	Ingresar al mercado como un producto innovador
Producto innovador	Innovación y desarrollo de nuevos productos para el cuidado facial masculino.
Manejo adecuado de los recursos financieros	Tendencia creciente hacia productos naturales y orgánicos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de capital propio	Altos costos de importación de maquinaria
Limitada capacidad de producción para satisfacer la creciente demanda	Desconocimiento del producto en el mercado
Falta de tecnología	Situación política inestable
Competencia acelerada en el mercado de productos para el cuidado de la barba	Posibles fluctuaciones en los precios de los ingredientes y costos de producción
Falta de diversificación de productos en comparación con los competidores	Tasas altas en entidades financieras

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

El mapa estratégico utilizado en la producción y comercialización de bálsamos es una herramienta esencial para guiar y alinear las actividades de la empresa en busca de sus metas. Este análisis se fundamenta en la estructura del mapa estratégico, que incluye cinco objetivos estratégicos a largo plazo, acompañados de sus respectivas políticas y estrategias para su cumplimiento. Estos objetivos se establecen con una proyección de cinco años, buscando asegurar el éxito sostenible de la organización en el mercado de los bálsamos.

Figura 17
Mapa Estratégico



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

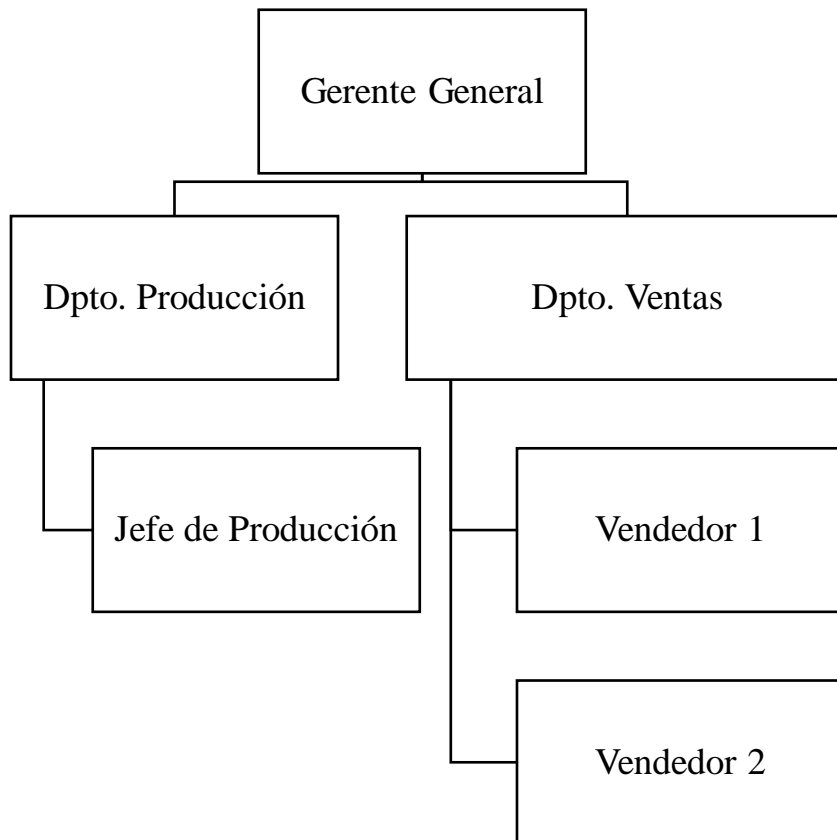
3.3 Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

“PINTA DE VARON by: KAPO”

Organigrama Estructural

Figura 18
Organigrama Estructural



Elaborado por: Autor

Tabla 45
Simbología Organigrama

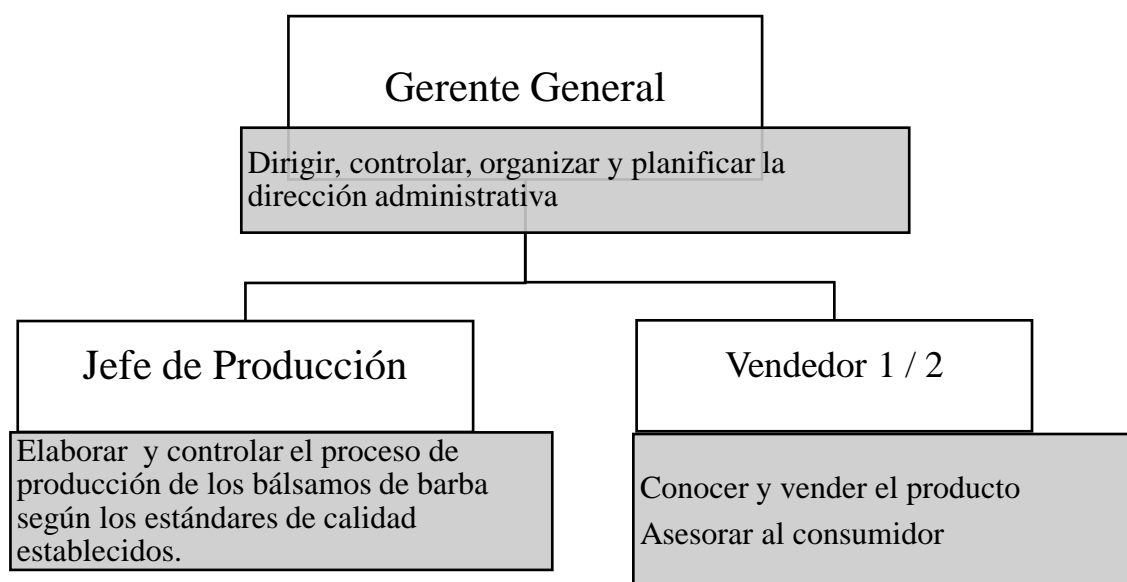
Simbología				
	Mando			
	Relación de apoyo	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
	Relación especialización	A. Administrativa	Andrés Troya	17/05/2023

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

“PINTA DE VARON by: KAPO”

Organigrama Funcional

Figura 19
Organigrama Funcional



Elaborado por: Autor

3.4 Descripción de puestos.

La descripción de los puestos nos va a permitir identificar las actividades y funciones de los trabajadores de Pinta De Varón, las cuales se describen a continuación:

Tabla 46

Descripción del Puesto - Administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Administrador

Jefe inmediato superior: Ninguno

Supervisa a: Operarios, Vendedor

II OBJETIVO DEL PUESTO: Administrador

Cumplir los objetivos organizacionales, planificando estrategias para mejorar las operaciones de la empresa.

III FUNCIONES

- Planificar las actividades de la empresa.
 - Organizar
 - Dirigir y controlar los procesos administrativos
 - Respetar a la empresa de forma legal.
 - Guiar a los colaboradores para trabajar y cuidar sus logros y metas de la empresa.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Lic. en Administrador de Empresas, Economista, Marketing, Finanzas.

Experiencia: Mínimo 1 o 2 años en cargos similares.

Habilidades: Trabajar en equipo, cumplimiento de objetivos, liderazgo y comunicación.

Formación: Conocimiento en el área administrativa contable.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 47

Descripción del puesto - Jefe de Producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Producción

Jefe inmediato superior: Administrador

Supervisa a: Ayudante de Producción

II OBJETIVO DEL PUESTO: Jefe de Producción

Controlar la producción, el almacenamiento, los pedidos y coordinar los equipos de trabajo.

III FUNCIONES

- Vigilar el cumplimiento de normas de seguridad, higiene y actividades.
 - Asegurarse de un buen funcionamiento del área de logística.
 - Analizar las posibles mejoras de producción y cumplimiento de los estándares de calidad.
 - Ejecutar y supervisar planes de seguridad industrial.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Químico / Químico Cosmetólogo

Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares / Egresados de ingenieros químicos o cosmetólogos

Habilidades: Buena comunicación, capacidad de planificación.

Formación: Cursos: Manejo y manipulación de cosméticos / cremas / bálsamos.

Buenas prácticas de manufactura.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 48

Descripción del Puesto - Vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Ventas

Jefe inmediato superior: Administrador

Supervisa a: Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO: Vendedor

Comercializar el producto en las diferentes zonas para alcanzar y superar los objetivos de ventas establecidos por la empresa

III FUNCIONES

- Cumplir con las metas propuestas en ventas.
 - Captar y desarrollar nuevos clientes.
 - Comercializar el producto y asesorar al cliente sobre los beneficios de este.
 - Ser responsable con la mercadería que tiene a su cargo.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Comercial, Marketing, Administración, Cosmetóloga, Dermocosmiatra.

Experiencia: Mínimo de 1 o 2 años en cargos similares.

Habilidades: Organizado, Proactivo, Técnica en ventas, Excel básico.

Formación: Conocimiento en técnica de ventas.

Habilidades de interacción con el consumidor.

Cursos de cosmetología, dermocosmiatra básico.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.5 Control de Gestión

Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión que utilizará “PINTA DE VARÓN” se dividirá según las áreas que se manejen, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 49
Indicadores de Gestión

ÁREA	ELEMENTO	INDICADOR
Administrativa	Contratación	$\frac{\text{Carpetas recibidas para personal}}{\text{Personal Contratado}}$
	Proveedores	$\frac{\# \text{ de proveedores nuevos}}{\# \text{ de proveedores totales}}$
	Evaluación	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Fondos propios}}$
	Costos	$\frac{\$ \text{ costos de insumos}}{\$ \text{ costos de producción}}$
	Calidad	$\frac{\# \text{ de devoluciones}}{\# \text{ de pedidos entregados}}$
Producción	Inspección	$\frac{\# \text{ de productos sin especificaciones}}{\# \text{ de productos inspeccionados}}$
Marketing / Ventas	Calidad del Servicio	$\frac{\# \text{ de clientes insatisfechos}}{\# \text{ de clientes satisfechos}}$
	Cliente	$\frac{\# \text{ de clientes nuevos}}{\text{Total de clientes}}$
	Cartera	$\frac{\$ \text{ ventas realizadas}}{\$ \text{ ventas planificadas}}$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Necesidades De Personal

Dado que la empresa se encuentra en etapas iniciales de posicionamiento en el mercado, contará con un equipo de cinco colaboradores. De estos, cuatro son empleados internos de la organización, desempeñando roles clave como Administrador, 2 Operarios y Vendedor.

En cuanto al área contable, se contratará un profesional externo bajo un esquema de honorarios.

Las necesidades de personal estarán sujetas al desarrollo del proyecto, y se prevé un aumento del equipo en el área de producción y ventas para el tercer año. Además, se tiene planificado incorporar un contador permanente en la plantilla de la empresa.

Tabla 50
Necesidades de Personal

PERSONAL				
AÑO	Administrador	Producción	Ventas	Contador
Año 1	1	1	2	-
Año 2	1	1	2	-
Año 3	1	2	2	1
Año 4	1	3	3	1
Año 5	1	3	3	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Definir la estructura y requisitos legales que la empresa deberá considerar para su constitución, identificando y cumpliendo con los requisitos necesarios para el inicio de las operaciones.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa "Pinta de Varón S.A.S" se dedica a la fabricación y venta de bálsamos elaborados a partir del principio activo del aloe vera. Se trata de una sociedad mercantil que puede ser constituida tanto por personas naturales como jurídicas, bajo la forma legal de S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada).

La ubicación de la empresa será en el sector del Bosque, en la ciudad de Quito. Es importante destacar que la constitución de este tipo de empresas puede ser realizada por una o varias personas, ya sean individuos o entidades legales, y el proceso de constitución es de forma gratuita.

El objetivo principal de "Pinta de Varón S.A.S" es impulsar el crecimiento económico a través de la formalización de emprendimientos e innovaciones, brindando así un respaldo al desarrollo comercial del Ecuador. Además, la empresa busca fomentar la educación y la cultura emprendedora en el país.

Tabla 51

Constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada

Constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)

se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

-
1. Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica).

 2. Reserva de la denominación.

 3. Contrato privado o escritura.

 4. Nombramiento(s).

 5. Solicitud de inscripción con la información requerida para registrar al usuario en el sistema, incluyendo:
 - a. Tipo de solicitante.
 - b. Nombres completos.
 - c. Número de identificación.
 - d. Correo electrónico.
 - e. Teléfono fijo y/o celular.
 - f. Provincia.
 - g. Ciudad.
 - h. Dirección.

 6. Copia(s) de la cédula de identidad o pasaporte.
-

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)

Elaborado por: Autor

Tabla 52

Constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) en Ecuador

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

para constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) en Ecuador

-
1. Crear reserva de denominación:
 - a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec.
 - b. Acceder al portal de trámites - sector societario.
 - c. Iniciar sesión con usuario y clave, seleccionar la opción reserva de denominación.
 - d. Acceder a la opción constitución.
 - e. Seguir los pasos indicados en el proceso, eligiendo el tipo de compañía S.A.S.
 - f. Continuar siguiendo las indicaciones del proceso.

 2. Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos, formularios de registro:
 - a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec.
-

-
- b. Acceder a las Guías del Usuario y descargar los formatos y documentos requeridos.
 - c. Llenar la información solicitada en los documentos descargados.
-

3. Enviar los documentos obligatorios a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente:

- a. Solicitud de constitución.
 - b. Archivo PDF que contenga el Contrato Privado/Escritura + Reserva firmado electrónicamente.
 - c. Archivo PDF por cada nombramiento, firmado electrónicamente.
 - d. Archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores, junto con la copia de las cédulas o pasaportes correspondientes.
-

4. Una vez recibida la solicitud, se creará un trámite de constitución de S.A.S y se enviará la información de inicio del proceso al correo electrónico del solicitante.

5. El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades. En caso de ser necesario, se enviarán correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. Si no hay observaciones o una vez que se superen, se generarán las razones de inscripción del contrato o escritura, así como del o los nombramientos, según corresponda.

Es importante tener en cuenta el anexo 1 mencionado en la guía constitucional de sociedades por acciones simplificadas, proporcionada por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

Fuente: Superintendencia de Compañías Valores y Seguros
Elaborado por: Autor

Tabla 53
Firma electrónica para constituir una S.A.S

¿Cómo obtener la firma electrónica para constituir una S.A.S.?

Hay entidades reconocidas y acreditadas que se dedican a ofrecer servicios de certificación de información y otros servicios relacionados. Estos servicios incluyen la emisión de firmas electrónicas autorizadas. Para obtener una firma electrónica autorizada, es necesario seguir los procedimientos establecidos en las guías elaboradas por estas entidades. Estas guías brindan instrucciones detalladas y precisas sobre el proceso que se debe seguir.

(BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (POR MEDIO DEL REGISTRO CIVIL DEL ECUADOR)

<https://www.registrocivil.gob.ec/certificado-de-firma-electronica/>

<https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos>

SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S.A.

<https://www.securitydata.net.ec/>

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)

Elaborado por: Autor

Tabla 54

Crear un usuario y contraseña en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

¿Cómo crear un usuario y contraseña en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros?

Para dar inicio al proceso de registro, es importante que se registre como usuario en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Para facilitar esta tarea, le recomendamos utilizar el siguiente enlace como guía de referencia:

https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/res_usu.zul

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaborado por: Autor

Tabla 55

Reservar la denominación de una S.A.S

¿Cómo reservar la denominación de una S.A.S.?

Una vez haya completado su registro, recibirá un nombre de usuario y una contraseña que le servirán para reservar una denominación en el portal web institucional. Para llevar a cabo este procedimiento, le recomendamos seguir los pasos indicados en la guía para usuarios, la cual está disponible en el siguiente enlace:

https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/reser_den.zul

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)

Elaborado por: Autor

Tabla 56

Portal Único de Trámites Ciudadanos

Portal Único de Trámites Ciudadanos

Aquellos contribuyentes que deseen abrir un Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Según la información proporcionada por el Portal Único de Trámites Ciudadanos (2020), aquellos contribuyentes que deseen abrir un Registro Único de Contribuyentes (RUC) para llevar a cabo actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito deben inscribirse en el Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET). Este trámite

está dirigido a personas naturales o jurídicas, tanto nacionales como extranjeras, que realicen actividades económicas de forma permanente dentro del mencionado distrito. El proceso de inscripción no tiene costo y se realiza de manera presencial.

Los requisitos necesarios para obtener la inscripción son los siguientes:

1. Presentar la cédula original o pasaporte para verificar la información.
 2. Completar y firmar el formulario de inscripción, en el caso de personas naturales, o el representante legal de las sociedades.
 3. Firmar el acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
 4. Presentar una copia u original de una planilla de servicios básicos que demuestre el lugar donde se realiza la actividad económica, o un contrato de arrendamiento legalizado.
 5. Presentar el certificado del RUC del contribuyente.
 6. Presentar el certificado del RUC del contador (solo para personas naturales o jurídicas que están obligadas a llevar contabilidad).
-

Fuente: Portal Único de Trámites Ciudadanos

Elaborado por: Autor

Tabla 57

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Requiere registrar a un nuevo empleador siguiendo los siguientes pasos

- Acceder al sitio web del IESS en www.iess.gob.ec
 - Seleccionar la opción "empleador-registro nuevo empleador".
 - Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y elegir el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
 - Completar los datos obligatorios que están marcados con asterisco.
 - Finalizar el registro patronal e imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
 - Dirigirse a las agencias del IESS o Centros de Atención Universal con los documentos requeridos para obtener la clave patronal.
-

Este proceso se realiza con el objetivo de cumplir con los requisitos relacionados con los empleados de la organización, tales como:

Pago de aportes: Se calcula el aporte de los trabajadores en relación de dependencia, considerando como materia gravada todos los ingresos regulares y susceptibles de

valoración monetaria percibidos por el trabajador, que no puede ser inferior al establecido por el IESS. El pago se realiza dentro de los 15 días posteriores al mes correspondiente.

Rubros del Salario de aportación: Se considera para el cálculo de las contribuciones y aportaciones del seguro general obligatorio todos los ingresos regulares susceptibles de valoración monetaria entregados al trabajador para su libre disposición.

Tiempo parcial: El salario base de aportación para los contratados a tiempo parcial se calcula según los días laborados y no puede ser inferior a la parte proporcional del salario básico unificado. Sin embargo, para cubrir la prestación de salud por enfermedad y maternidad, se realizará al menos el 4.41% sobre el salario básico unificado.

Fuente: Portal Único de Trámites Ciudadanos
Elaborado por: Autor

Tabla 58

Ley Orgánica para la racionalización, reutilización y reducción de plástico de un solo uso.

Ley Orgánica para la racionalización, reutilización y reducción de plástico de un solo uso.

Esta legislación tiene validez a nivel nacional y su objetivo principal es regular la gestión de residuos plásticos, especialmente los de un solo uso, con el propósito de promover su reutilización y reciclaje. Además, busca incentivar el uso de envases y productos fabricados con materiales reciclados o biodegradables, con el fin de contribuir a la preservación del medio ambiente.

Los principales objetivos de esta ley son:

- Implementar gradualmente medidas para reducir la presencia de plásticos de un solo uso en el mercado nacional desde su origen.
- Estimular la reducción en la generación de residuos plásticos y fomentar su aprovechamiento a través de la reutilización, el reciclaje y la transformación industrial.
- Promover la disminución de la contaminación causada por los residuos plásticos en entornos como quebradas, ríos, mares, lagos, lagunas y áreas protegidas del sistema nacional.
- Fomentar la sustitución de plásticos de un solo uso por envases y productos biodegradables como una alternativa más amigable con el medio ambiente.

Fuente: Portal Único de Trámites Ciudadanos
Elaborado por: Autor

Tabla 59

Permiso de Funcionamiento

Permiso de Funcionamiento

Documento expedido por la ARCSA

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador, la creación de una empresa debe formalizarse a través de un proceso de constitución electrónica que implica el registro público y escrito de la empresa. Este proceso se realiza utilizando un software que procesa la información proporcionada por los usuarios y genera el nombramiento de los representantes legales. Además, los contratos de la compañía son inscritos en el Registro Mercantil y se obtiene el Registro Único de Contribuyentes para cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes.

Los establecimientos que están sujetos a control y supervisión sanitaria y que cumplen con todos los requisitos establecidos en la normativa vigente para operar, excepto los establecimientos de servicios de salud.

1. Acceda al sistema informático de la ARCSA a través de la dirección permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec utilizando su nombre de usuario y contraseña. Si no dispone de un usuario, deberá registrarse en el enlace proporcionado.
2. Una vez registrado, podrá obtener el permiso de funcionamiento siguiendo las instrucciones detalladas en el documento "Obtención Permiso de funcionamiento" disponible para su descarga en formato PDF.
3. Rellene el formulario proporcionado, adjuntando los requisitos correspondientes según la actividad del establecimiento.
4. Una vez emitida la orden de pago, podrá imprimir el documento y, después de 24 horas desde la generación de la orden de pago, proceder al pago del importe indicado.

Es esencial cumplir con todos los pasos y requisitos del procedimiento para obtener el Permiso de Funcionamiento de manera adecuada. El cumplimiento de estas instrucciones garantiza que el establecimiento cumple con los requisitos sanitarios establecidos y está autorizado para operar según la normativa vigente.

Fuente: Permiso de Funcionamiento ARCSA

Elaborado por: Autor

4.3 Registros de marcas

Para registrar y obtener la patente de la empresa "Pinta de Varón S.A.S", es necesario seguir un proceso que asegure la protección de la propiedad intelectual. Dicho trámite se lleva a cabo mediante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), anteriormente conocido como el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). La duración inicial de la patente es de 10 años, y es renovable de manera inmediata durante un periodo de seis meses antes o después de la fecha de vencimiento.

Tabla 60

Registro de la marca en el SENADI

Pasos para llevar a cabo el registro de la marca en el SENADI:

- Ingresar a la página web institucional www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccionar el botón de SENADI en Línea de la página principal.
- Si ya cuenta con casillero registrado en el SENADI, ingresar a la opción:
- Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual.

Se desplegará un formulario que debe completar con el usuario y contraseña que haya establecido cuando generó su casillero en SENADI (Ex IEPI).

En caso de no contar con un casillero de SENADI, ir desde el menú a la opción:

- Crear Cuenta en Mi Casillero Virtual.

Se desplegará el siguiente formulario:

- Llenar la Solicitud del Casillero Virtual con los datos requeridos. Al momento de Ingresar su información cumpla con todos los campos obligatorios.
- Se recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en su solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema. Retornar a la página web institucional del SENADI www.derechosintelectuales.gob.ec.
- Ir a la opción de Servicios en Línea.
- Ingresar a la opción Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual

Introducir el usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.

La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de esta acción, usted ha creado un casillero virtual, por lo que, puede ya cerrar la aplicación. Recuerde que en este casillero recibirá todas las notificaciones generadas por los trámites ingresados.

- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.
 - Introducir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales.
 - Seleccionar el tipo de solicitud que desea ingresar
 - Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios.
-

Toda la información para registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario. Recuerde que la información ingresada por usted es la que será registrada en su trámite, si requiere un cambio de datos por alguna razón deberá hacerlo como un trámite de alcance o modificación al registro.

- Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.
- Si no existen cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago.
- Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago por el servicio.
- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente al módulo de Solicitudes en Línea.
- Identificar en la parte inferior la solicitud guardada y seleccionar el botón Iniciar Proceso.
- Ingresar el número de Depósito/Comprobante/CUR que se encuentra registrado en el comprobante de pago.
- Escanear el comprobante de pago o el registro de pago correspondiente, y adjuntarlo en formato PDF.
- Seleccionar aceptar.

CAPITULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Plantear el plan de inversión inicial, el costo y gasto que llevará la elaboración y comercialización de bálsamos faciales. El mismo que permitirá determinar la posibilidad económica que tendrá el proyecto y así nos permitirá tomar una decisión sensata.

5.2 Plan de inversiones

Para determinar el Plan de Inversión de Pinta de Varón S.A.S., es necesario determinar los elementos necesarios, brindándole así el inicio de las actividades del negocio, los cuales se detalla a continuación.

Tabla 61

Plan de Inversión

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
ACTIVOS FIJOS			\$ 5.731,00
Muebles y enseres			\$ 2.165,00
Silla de Tocador	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Vaporizador Doble con Ozono (Frío y Caliente)	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Luces Led, Espejos, Escritorios, Conexiones, Letras Acrílico	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Caja Registradora	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Isla Modular Centro Comercial	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Equipos de Computación			\$ 1.180,00
Dell Inspiron i5 12va	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora Térmica EPSON	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Xiaomi Poco Smartphone	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Maquinaria y Equipos			\$ 2.386,00
Vaso de Precipitación 1000ml	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Matraz de Erlen Meyer 1000ml	6	\$ 150,00	\$ 900,00
Agitador "Multimatic" 5 Plazas	2	\$ 563,00	\$ 1.126,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 675,28
Gastos de Constitución			\$ 675,28
Registro de marca	1	\$ 208,00	\$ 208,00
Sistema Contable: Instalación, Suscripción	1	\$ 259,28	\$ 259,28
Constitución S.A.S	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	1	\$ 108,00	\$ 108,00
TOTAL PLAN INVERSIÓN			\$ 6.406,28
Capital de trabajo (3 meses)			\$ 18.308,56
TOTAL			\$ 24.714,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

El plan de inversión inicial necesario para iniciar el negocio es de \$5.108,28. Esta cifra engloba diversos conceptos, como muebles y enseres, equipos de computación, maquinaria y equipos y gastos de constitución. Esto nos proporciona el monto total de la inversión inicial requerida.

Tabla 62
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS		\$ 6.807,23
Materia Prima Directa	\$ 1.613,33	\$ 4.839,98
Mano de Obra Directa (Operario)	\$ 655,75	\$ 1.967,25
COSTOS INDIRECTOS		\$ 621,28
Materia Prima Indirecta	\$ 58,40	\$ 175,20
Insumos Isla (exfoliante, gel hidratante, algodón)	\$ 50,00	\$ 150,00
Materiales de Limpieza	\$ 30,00	\$ 90,00
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$ 20,53	\$ 61,60
Servicios Internet	\$ 48,16	\$ 144,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 6.236,49
Sueldos y Salarios (Administrador)	\$ 1.026,70	\$ 3.080,10
Suministros de Oficina (papel térmico, esferos, clips, grapas)	\$ 10,40	\$ 31,20
Gastos Servicios Básicos (Producción)	\$ 41,73	\$ 125,19
Gasto Arriendo Isla Centro Comercial	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00
GASTOS DE VENTA		\$ 4.643,55
Publicidad	\$ 360,00	\$ 1.080,00
Sueldos y Salarios (Vendedores)	\$ 1.187,85	\$ 3.563,55
TOTAL	\$ 4.555,00	\$ 18.308,56

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Al analizar la tabla sobre inversión inicial, podemos notar que el monto total de la inversión inicial es de \$5.108,28. Además, se debe sumar el capital de trabajo trimestral con un total de \$18.114,44. Es así como nos da un valor de \$23.222,72 sumando capital de trabajo y plan de inversión.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

Mano de Obra

En esta sección se describe el personal necesario para la operación de "Pinta de Varón S.A.S.". Esto incluye un administrador, un operario y dos vendedores.

Tabla 63
Mano de Obra

No	Cargo	Días Labo rados	Sueldo Base	XIII	XIV	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente	20	\$800,00	\$ 66,67	\$ 37,50	\$ 89,20	\$ 33,33	\$1.026,70
2	Operario	20	\$500,00	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 55,75	\$ 20,83	\$655,75
3	Vendedor/a	20	\$450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 50,18	\$ 18,75	\$593,93
4	Vendedor/a	20	\$450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 50,18	\$ 18,75	\$593,93
TOTAL			\$ 2.200,00	\$ 183,33	\$ 150,00	\$ 245,30	\$ 91,67	\$ 2.870,30

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

En la tabla 63 se estipula que se destinará un total de \$2870,30 mensuales para cubrir los costos de mano de obra. Cabe recalcar que el costo sobre el motivo vacaciones se prevé a los colaboradores que cumplan el año de en la organización, el valor reflejado es una provisión del cálculo mensual. Esta suma se destinará al pago del administrador, el operario y los vendedores.

Depreciación

Tabla 64
Depreciación

Descripción	Vida Útil	Valor	% Depreciación	Depreciación Anual
Muebles Y Enseres	10	\$ 2.165,00	10%	\$ 216,50
Equipos De Computación	3	\$ 1.180,00	33,33%	\$ 118,00
Maquinaria	10	\$ 2.386,00	10%	\$ 795,25
Total, Depreciaciones				\$ 1.129,75

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

En la tabla 64 se detalla la depreciación anual de \$ 1.129,75 multiplicados por el porcentaje de depreciación, todos estos valores son para el primer año.

Proyección de la depreciación

La estimación de la depreciación de los activos fijos de la empresa "Pinta de Varón S.A.S." se muestra en detalle. Durante los primeros tres años, la depreciación asciende a un total de \$848,39, mientras que, para los años siguientes, el monto total es de \$455.10. Estos valores corresponden a la duración de depreciación asignada a cada uno de los bienes que la empresa poseerá.

Tabla 65

Proyección de la Depreciación

Descripción	VALOR DEP. AÑO 1°	VALOR DEP. AÑO 2°	VALOR DEP. AÑO 3°	VALOR DEP. AÑO 4°	VALOR DEP. AÑO 5°
Muebles Y Enseres	\$216,50	\$216,50	\$216,50	\$216,50	\$216,50
Equipos De Computación	\$393,29	\$393,29	\$393,29	-	-
Maquinaria	\$238,60	\$238,60	\$238,60	\$238,60	\$238,60
Total	\$848,39	\$848,39	\$848,39	\$455,10	\$455,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Detalle de Costos

Los costos son también conocidos como los consumos, los egresos proporcionados por el mismo proceso de fabricación, como costos directos e indirectos. A continuación, la Tabla 66 se encontrará los costos de "Pinta de Varón S.A.S."

Tabla 66

Detalle de Costos

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (USD)
COSTOS DIRECTOS		
Materia Prima Directa	\$ 1.613,33	\$ 19.359,94
Mano de Obra Directa (Operario)	\$ 655,75	\$ 7.869,00
TOTAL	\$ 2.269,08	\$ 27.228,94
COSTOS INDIRECTOS		
Materia Prima Indirecta	\$ 58,40	\$ 700,80
Insumos Isla (exfoliante, gel hidratante, algodón)	\$ 50,00	\$ 600,00
Materiales de Limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$ 20,53	\$ 246,40
Servicios Internet	\$ 48,16	\$ 577,92
TOTAL	\$ 207,09	\$ 2.485,12
TOTAL, COSTOS	\$ 2.476,17	\$ 29.714,06

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Proyección de Costos

Esta proyección se realiza para los próximos cinco años, y se basa en el promedio de la tasa de inflación de Ecuador en los últimos cinco años, desde 2023 hasta 2027. Estos datos se obtuvieron del Banco Mundial (Banco Mundial, 2022) y del Banco Central del Ecuador (BCE, 2022), y muestran una tasa de inflación del 1,0068%. Utilizando esta información previa, se procede a calcular la proyección de costos, que se presentarán como evidencia.

Tabla 67
Proyección de Costos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa	\$1.613,33	\$19.359,94	\$19.554,85	\$19.751,73	\$19.950,59	\$20.151,45
Mano de Obra Directa (Operario)	\$655,75	\$7.869,00	\$7.948,23	\$8.028,25	\$8.109,08	\$8.190,72
TOTAL	\$2.269,08	\$27.228,94	\$27.503,08	\$27.779,98	\$28.059,67	\$28.342,17
COSTOS INDIRECTOS						
Materia Prima Indirecta	\$58,40	\$700,80	\$707,86	\$714,98	\$722,18	\$729,45
Insumos Isla (exfoliante, gel hidratante, algodón)	\$50,00	\$600,00	\$606,04	\$612,14	\$618,31	\$624,53
Materiales de Limpieza	\$30,00	\$360,00	\$363,62	\$367,29	\$370,98	\$374,72
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$20,53	\$246,40	\$248,88	\$251,39	\$253,92	\$256,47
Servicios Internet	\$48,16	\$577,92	\$583,74	\$589,62	\$595,55	\$601,55
TOTAL	\$207,09	\$2.485,12	\$2.510,14	\$2.535,41	\$2.560,94	\$2.586,72

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Detalle de Gastos

Este detalle es clasificado por gastos de ventas y gastos administrativos. El cual es detallado en la Tabla 68 y Tabla 69 de la Empresa “Pinta de Varón S.A.S.”

Tabla 68
Gastos Administrativos

Concepto	Unidad De Medida	Valor Unitario	Frecuencia Mensual Del Gasto	Valor Mensual	Valor Anual
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios (Administrador)	Dólares	\$1.026,70	1,00	\$1.026,70	\$12.320,40
Suministros de Oficina (papel térmico, esferos, clips, grapas)	Dólares	\$10,40	1,00	\$10,40	\$124,80
Gastos Servicios Básicos (Producción)	Dólares	\$41,73	1,00	\$41,73	\$500,77
Gasto Arriendo Isla Centro Comercial	Dólares	\$1.000,00	1,00	\$1.000,00	\$12.000,00
TOTAL				\$ 2.078,83	\$ 24.945,97
TOTAL, GASTOS				\$ 3.626,68	\$ 43.520,17

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

El valor anual de los gastos administrativos es de \$24,945.97, el cual se obtiene multiplicando por doce los valores mensuales correspondientes.

Tabla 69
Gastos de Venta

Concepto	Unidad De Medida	Valor Unitario	Frecuencia Mensual Del Gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos De Venta					
Publicidad	Dólares	\$360,00	1,00	\$360,00	\$4.320,00
Sueldos y Salarios (Vendedores)	Dólares	\$1.187,85	1,00	\$1.187,85	\$14.254,20
TOTAL				\$1.547,85	\$18.574,20
TOTAL, GASTOS				\$ 3.626,68	\$ 43.520,17

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

De acuerdo a la información presentada en la Tabla 69, los gastos de ventas anuales se calculan multiplicando el valor mensual por doce. Esto nos lleva a obtener un gasto total de ventas de \$43.520,17

Proyección Gastos

Realizamos una proyección de los gastos administrativos y de ventas para los próximos cinco años. Para esto, hemos considerado la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años, la cual es del 1,0068%.

Tabla 70

Proyección de Gastos Administrativos

Concepto	Valor Mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y						
Salarios (Administrador)	\$1.026,70	\$12.320,40	\$12.444,44	\$12.569,73	\$12.696,28	\$12.824,11
Suministros de						
Oficina (papel térmico, esferos, clips, grapas)	\$10,40	\$124,80	\$126,06	\$127,33	\$128,61	\$129,90
Gastos Servicios						
Básicos (Producción)	\$41,73	\$500,77	\$505,81	\$510,91	\$516,05	\$521,24
Gasto Arriendo						
Isla Centro Comercial	\$1.000,00	\$12.000,00	\$12.120,82	\$12.242,85	\$12.366,11	\$12.490,61
TOTAL	\$2.078,83	\$24.945,97	\$25.197,13	\$25.450,81	\$25.707,05	\$25.965,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

En la tabla 70 se puede observar que para el primer año se tiene un total de \$24.945,97, valores que para el quinto año incrementan \$25.965,87 y nos da un valor final de \$45.299,46

Tabla 71

Proyección Gastos de Venta

Concepto	Valor Mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	\$360,00	\$4.320,00	\$4.363,49	\$4.407,43	\$4.451,80	\$4.496,62
Sueldos y						
Salarios (Vendedores)	\$1.187,85	\$14.254,20	\$14.397,71	\$14.542,67	\$14.689,08	\$14.836,97
TOTAL	\$1.547,85	\$18.574,20	\$18.761,21	\$18.950,09	\$19.140,88	\$19.333,59
TOTAL, PROYECCIÓN DE GASTOS	\$3.626,68	\$43.520,17	\$43.958,33	\$44.400,90	\$44.847,93	\$45.299,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

En la tabla 71 se muestra que en el primer año el gasto de ventas tiene un valor de \$18,574.20. A medida que llegamos al quinto año, este gasto aumenta en \$19.333,59 alcanzando un total de \$45.299,46

5.4 Plan de Financiamiento

Forma de financiamiento

Al iniciar un negocio, se requiere de un capital inicial que puede provenir del propietario o de futuros socios del emprendimiento. En este caso, la organización cuenta con dos socios, uno de ellos desempeñando el rol de gerente y otros familiares. Para el proyecto, se decidió dividir el financiamiento de manera equitativa, con una contribución del 50% por parte de cada una de las partes, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 72
Plan de Financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO

Descripción	Subtotal	% Socios	Total, USD
<u>Recursos Propios</u>			
Aportación de Accionistas			\$ 24.714,84
Accionista 1 Gerente	\$12.357,42	50%	
Accionista 2 Familiares	\$12.357,42	50%	
TOTAL		100%	\$ 24.714,84

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Tabla 73
Estructura del Financiamiento

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Inversiones	Valor
Activos Fijos	\$5.731,00
Activos Diferidos	\$675,28
Capital De Trabajo	\$18.308,56
Total	\$24.714,84

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

5.5 Cálculo de Ingresos

"Pinta de Varón S.A.S" es una empresa que ofrece un producto que generará ingresos económicos brutos durante un período determinado. Para calcular los ingresos, se toman en cuenta la capacidad de producción y el valor unitario de producción.

Tabla 74
Cálculo Ingresos

Detalle	Costos Mensuales	Unidades Producidas Al Mes	Costo Unitario
Costos	\$ 2.476,17	450	\$ 5,50
Gastos	\$ 3.626,68	450	\$ 8,06
TOTAL	\$ 6.102,85		\$ 13,56

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

En la tabla 74 se detalla el costo unitario este se obtiene dividiendo el costo y gasto mensual sobre las unidades que se van a vender al mes. Es así como se obtiene un costo unitario de \$13.56. A continuación, se detalla las cantidades diarias, semanales, mensuales y anuales, que servirán de guía para poder determinar el precio de venta unitario.

5400	anual
450	mensual
113	semanal
23	diario

Tabla 75
Cálculo Precio de Venta Unitario

Producto	Unidad De Medida	Costo Total Mensual	Margen De Utilidad		Ingresos Mensuales	Productos Elaborados	Precio De Venta Unitario
			\$	%			
Bálsamo Facial a base de Aloe Vera	Unidad	\$ 13,56	\$ 3,39	25%	\$ 7.628,57	450	\$ 16,95

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Se obtiene un precio de venta unitario de \$16.95, valor que se multiplica del margen de utilidad del 25% con el valor del costo total mensual. Este margen de utilidad nos va a permitir acceder al mercado de forma competitiva dentro del Centro Comercial el Bosque, la cantidad de productos elaborados se da en relación del 75% de la capacidad de producción. Como resultado tenemos un restante de producción, el cual nos va a permitir ajustarnos si la demanda aumenta, promociones por marca nueva, etc. Con este stock sobrante se aplica la relación primeras entradas primeras salidas para tener inventario en buen estado.

Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se realiza tomando en cuenta dos factores importantes para el aumento de la cantidad mensual se efectúa una proyección en relación a la tasa de crecimiento poblacional del 3,48%, y para el precio de venta en relación a la tasa promedio de inflación del banco mundial del 1,0068%.

Tabla 76
Proyección de Ingresos

	Producto	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Precio De Venta	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
AÑO 1	Bálsamo Facial a base del Principio Activo Aloe Vera	450	5400	\$ 16,95	\$ 7.628,57	\$ 91.542,78
	TOTAL	450	5.400	\$ 16,95	\$ 7.628,57	\$ 91.542,78
AÑO 2	Bálsamo Facial a base del Principio Activo Aloe Vera	466	5588	\$ 17,12	\$ 7.973,52	\$ 95.682,20
	TOTAL	466	5.588	\$ 17,12	\$ 7.973,52	\$ 95.682,20
AÑO 3	Bálsamo Facial Con Aloe Vera	482	5782	\$ 17,30	\$ 8.334,07	\$ 100.008,79
	TOTAL	482	5.782	\$ 17,30	\$ 8.334,07	\$ 100.008,79
AÑO 4	Bálsamo Facial Con Aloe Vera	499	5984	\$ 17,47	\$ 8.710,92	\$ 104.531,03
	TOTAL	499	5.984	\$ 17,47	\$ 8.710,92	\$ 104.531,03
AÑO 5	Bálsamo Facial a base del Principio Activo Aloe Vera	516	6192	\$ 17,65	\$ 9.104,81	\$ 109.257,75
	TOTAL	516	6.192	\$ 17,65	\$ 9.104,81	\$ 109.257,75

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

En la tabla 76 se determina la proyección de ingresos con un total de \$91.542,78 para el año uno, el valor que forma parte del quinto año en función a la proyección es de \$109.257,75.

5.6 Punto de equilibrio

A continuación, se calcula el punto de equilibrio de Pinta de Varón”, el cálculo comprende en unidades, dólares y porcentaje de equilibrio.

Tabla 77

Datos Cálculo Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos	\$ 1.184,32	\$ 28.529,74	\$ 29.714,06
Gastos	\$ 43.520,17		\$ 43.520,17
TOTAL	\$ 44.704,49	\$ 28.529,74	\$ 73.234,23
Unidades de Producto			5.400
Precio de Venta Unitario			\$ 16,95
Costo Variable Unitario			\$ 5,28

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

En la Tabla 77, se obtiene como costo variable unitario un valor total de \$5,28, este cálculo se realizó a través de una división entre costo variable anual total sobre unidades de productos anual.

Punto de equilibrio en cantidad

Ecuación 1

Punto de Equilibrio Cantidad

$$PeQ = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PeQ = \frac{\$44.704,49}{\$11,67}$$

$$PeQ = 3.831 \text{ unidades}$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Determinamos que el punto de equilibrio en cantidad, como resultado tenemos un total de 3.831 unidades para el año uno para llegar a nuestro punto de equilibrio.

Punto de equilibrio en dólares \$

Ecuación 2

Punto de equilibrio \$

$$Pe\$ = \text{Punto de equilibrio (unidades)} \times \text{Precio de venta unitario}$$

$$Pe\$ = 3.831 \times \$16.95$$

$$\mathbf{Pe\$ = \$64.944,86}$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Determinamos que el punto de equilibrio en dólares \$, como resultado tenemos un total de \$64.944,86 dólares para el año uno para llegar a nuestro punto de equilibrio.

Punto de equilibrio en porcentaje %

Ecuación 3

Punto de equilibrio %

$$Pe\$ = \frac{\text{Punto de equilibrio \$}}{\text{Ingresos operacionales año 1}}$$

$$Pe\$ = \frac{\$ 64.944,86}{\$ 91.542,78}$$

$$\mathbf{Pe\$ = 71\%}$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Determinamos que el punto de equilibrio en porcentaje %, es de 71% por ciento, para el año uno, este porcentaje representa que en el año al llegar al noveno mes vamos a llegar al punto de equilibrio.

Tabla 78
Punto de equilibrio

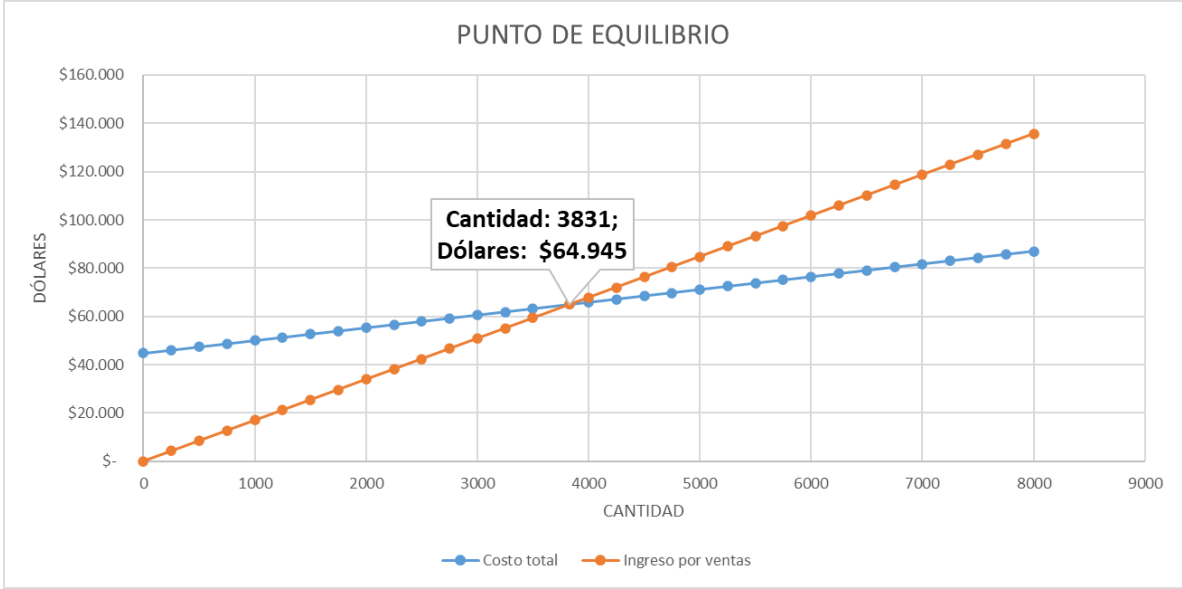
Unidades Vendidas	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
0	\$ 44.704	\$ -	\$ 44.704	\$ -
250	\$ 46.025	\$ 4.238	\$ 44.704	\$ 1.321
500	\$ 47.346	\$ 8.476	\$ 44.704	\$ 2.642
750	\$ 48.667	\$ 12.714	\$ 44.704	\$ 3.962
1000	\$ 49.988	\$ 16.952	\$ 44.704	\$ 5.283
1250	\$ 51.309	\$ 21.190	\$ 44.704	\$ 6.604
1500	\$ 52.629	\$ 25.429	\$ 44.704	\$ 7.925
1750	\$ 53.950	\$ 29.667	\$ 44.704	\$ 9.246
2000	\$ 55.271	\$ 33.905	\$ 44.704	\$ 10.567
2250	\$ 56.592	\$ 38.143	\$ 44.704	\$ 11.887
2500	\$ 57.913	\$ 42.381	\$ 44.704	\$ 13.208
2750	\$ 59.234	\$ 46.619	\$ 44.704	\$ 14.529
3000	\$ 60.554	\$ 50.857	\$ 44.704	\$ 15.850
3250	\$ 61.875	\$ 55.095	\$ 44.704	\$ 17.171
3500	\$ 63.196	\$ 59.333	\$ 44.704	\$ 18.491
3831	\$ 64.945	\$ 64.945	\$ 44.704	\$ 20.240
4000	\$ 65.838	\$ 67.809	\$ 44.704	\$ 21.133
4250	\$ 67.158	\$ 72.048	\$ 44.704	\$ 22.454
4500	\$ 68.479	\$ 76.286	\$ 44.704	\$ 23.775
4750	\$ 69.800	\$ 80.524	\$ 44.704	\$ 25.096
5000	\$ 71.121	\$ 84.762	\$ 44.704	\$ 26.416
5250	\$ 72.442	\$ 89.000	\$ 44.704	\$ 27.737
5500	\$ 73.763	\$ 93.238	\$ 44.704	\$ 29.058
5750	\$ 75.083	\$ 97.476	\$ 44.704	\$ 30.379
6000	\$ 76.404	\$ 101.714	\$ 44.704	\$ 31.700
6250	\$ 77.725	\$ 105.952	\$ 44.704	\$ 33.021
6500	\$ 79.046	\$ 110.190	\$ 44.704	\$ 34.341
6750	\$ 80.367	\$ 114.428	\$ 44.704	\$ 35.662
7000	\$ 81.687	\$ 118.667	\$ 44.704	\$ 36.983
7250	\$ 83.008	\$ 122.905	\$ 44.704	\$ 38.304
7500	\$ 84.329	\$ 127.143	\$ 44.704	\$ 39.625
7750	\$ 85.650	\$ 131.381	\$ 44.704	\$ 40.945
8000	\$ 86.971	\$ 135.619	\$ 44.704	\$ 42.266

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

A continuación, presentamos en el cuadro siguiente los cinco elementos esenciales para determinar el punto de equilibrio. Estos incluyen las unidades vendidas, con una serie de 250 unidades entre cada uno, el costo total obtenido al multiplicar el costo variable y el costo fijo total, sumando las unidades vendidas.

El ingreso por ventas se calcula multiplicando el precio de venta unitario por las unidades vendidas. El costo fijo es constante para todas las unidades, mientras que el costo variable se obtiene al multiplicar el costo variable unitario por las unidades vendidas. Estos valores se encuentran detallados en la tabla 78.

Figura 20
Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

En el gráfico se puede apreciar el punto de equilibrio del proyecto, el cual se encuentra en 3831 unidades, \$64,945 en dólares y representa el 71% en términos porcentuales. Estos resultados nos brindan información clave como empresa, ya que nos permiten determinar las unidades vendidas necesarias, así como el costo total y el ingreso por ventas requeridos para lograr un equilibrio en el mercado. El objetivo es llegar a un punto en el que no haya ganancias ni pérdidas, y estos datos nos guían para alcanzar ese equilibrio financiero.

5.7 Estado de Resultados Projectado

La Tabla 79 muestra el estado de resultados proyectado para un período de cinco años, brindando información detallada sobre los ingresos y los costos de la empresa en cada año.

Tabla 79
Estados de Resultados Proyectado

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	91.542,78	95.682,20	100.008,79	104.531,03	109.257,75
(-) Costos De Producción	29.714,06	30.013,22	30.315,39	30.620,61	30.928,89
(=) Utilidad Bruta En Ventas	61.828,73	65.668,98	69.693,40	73.910,42	78.328,85
(-) Gastos Operacionales	43.520,17	43.958,33	44.400,90	44.847,93	45.299,46
Gastos Administrativos	24.945,97	25.197,13	25.450,81	25.707,05	25.965,87
Gastos De Ventas	18.574,20	18.761,21	18.950,09	19.140,88	19.333,59
(=) Utilidad Operacional	18.308,56	21.710,65	25.292,50	29.062,49	33.029,39
15% Participación Trabajadores	2.746,28	3.256,60	3.793,87	4.359,37	4.954,41
(=) Utilidad Antes De Impuestos	15.562,27	18.454,05	21.498,62	24.703,11	28.074,98
(-) 25% Impuesto A La Renta	3.890,57	4.613,51	5.374,66	6.175,78	7.018,75
(=) Utilidad Neta	11.672	13.841	16.124	18.527	21.056
	13%	14%	16%	18%	19%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autor

Según el análisis del estado de resultados proyectado, se concluye que en el primer año de operaciones se obtiene una utilidad neta de \$11,672, y se espera que esta cifra aumente en los próximos cinco años debido al incremento regular de la producción sobre la demanda y los precios. Los valores se mantienen estables, lo que indica una alta rentabilidad para el plan de negocios. Para el quinto año, se estima una utilidad neta de \$21,056.

5.8 Flujo de Caja

Tabla 80

Flujo de Caja

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		91.542,78	95.682,20	100.008,79	104.531,03	109.257,75
	Recursos propios	24.714,84					
	Ingresos por venta		91.542,78	95.682,20	100.008,79	104.531,03	109.257,75
B	EGRESOS OPERACIONALES		73.234,23	73.971,55	74.716,29	75.468,54	76.228,36
	Costos Directos		27.228,94	27.503,08	27.779,98	28.059,67	28.342,17
	Costos Indirectos		2.485,12	2.510,14	2.535,41	2.560,94	2.586,72
	Gastos Administrativos		24.945,97	25.197,13	25.450,81	25.707,05	25.965,87
	Gastos De Venta		18.574,20	18.761,21	18.950,09	19.140,88	19.333,59
C	FLUJO OPERACIONAL (A- B)		18.308,56	21.710,65	25.292,50	29.062,49	33.029,39
D	INGRESOS NO OPERACIONALES		-	-	-	-	-
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		6.636,85	7.870,11	9.168,53	10.535,15	11.973,15
	Pago de participación de utilidades (15%)		2.746,28	3.256,60	3.793,87	4.359,37	4.954,41
	Pago Impuesto a la Renta (25%)		3.890,57	4.613,51	5.374,66	6.175,78	7.018,75
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		-6.636,85	-7.870,11	-9.168,53	-10.535,15	-11.973,15
G	FLUJO NETO GENERAL (C-F)	24.714,84	11.671,70	13.840,54	16.123,97	18.527,34	21.056,24
	+ DEPRECIACIONES		848,39	848,39	848,39	455,10	455,10
H	FLUJO NETO DE CAJA	-24.714,84	12.520,10	14.688,93	16.972,36	18.982,44	21.511,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

El flujo neto, que representa los saldos líquidos disponibles para un negocio, corresponde al dinero en efectivo y otros valores sin tener en cuenta las depreciaciones. Se detallan los movimientos del flujo de caja, los cuales fueron proyectados para un período de cinco años. En el primer año, el valor es de \$12,520.10, mientras que en el quinto año asciende a \$21,511.34.

5.9 Evaluación financiera

Indicadores

Los indicadores financieros reflejan el resultado de las prioridades financieras convencionales, las cuales están vinculadas a los componentes del balance general y el estado de resultados. Es importante recordar que se mantiene una tasa de inflación del 0,0068 y una tasa de interés pasiva de referencia del Banco Central del Ecuador del 0,0692.

Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Ecuación 4

Cálculo TMAR

$TMAR = Tasa\ de\ inflación + Tasa\ pasiva\ referencial + (Tasa\ de\ inflación \times tasa\ pasiva\ referencial)$

$$TMAR = 0,068 + 0,0692 + (0,068 \times 0,0692)$$

$$TMAR = 7,65\%$$

Fuente: Baca Urbina
Elaborado por: Autor

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN, permite conocer la factibilidad del proyecto, consiguiendo así el valor positivo en dólares de \$ \$42.216,52, se puede observar en la Tabla 77. Utilizando la siguiente fórmula.

Ecuación 5

Cálculo VAN

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -24.714,84 + \frac{12.520,10}{(1+0,000765)^1} + \frac{14.688,93}{(1+0,000765)^2} + \frac{16.972,36}{(1+0,000765)^3} + \frac{18.982,44}{(1+0,000765)^4} + \frac{21.511,34}{(1+0,000765)^5}$$

$$VAN = -24.714,84 + 11.630,69 + 12.676,11 + 13.606,17 + 14.136,55 + 14.881,84$$

$$\underline{\underline{VAN = \$ 42.216,52}}$$

Fuente: Baca Urbina
Elaborado por: Autor

Tasa Interna de Retorno (TIR)

De esta manera, al obtener una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54%, se le brinda al proyecto una alta rentabilidad y una viabilidad positiva. Esto se calcula aplicando la siguiente fórmula.

Ecuación 6

Cálculo TIR

$$VAN = -x_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-24.714,84	\$ 12.520,10	\$ 14.688,93	\$ 16.972,36	\$ 18.982,44	\$ 21.511,34

$$\underline{\underline{TIR = 54 \%}}$$

Fuente: Baca Urbina

Elaborado por: Autor

Relación Beneficio Costo

Ingresos Operacionales Proyectados

Tabla 81

Ingresos Operacionales Proyectados

7,65%	1	2	3	4	5
	\$ 91.542,78	\$ 95.682,20	\$ 100.008,79	\$ 104.531,03	\$ 109.257,75
	1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
	\$ 85.039,75	\$ 82.570,87	\$ 80.173,66	\$ 77.846,05	\$ 75.586,02
					\$ 401.216,34

Fuente: Baca Urbina

Elaborado por: Autor

En la Tabla 81 se encuentran detallados los ingresos operacionales proyectados para el período comprendido desde el año 1 hasta el año 5, con un valor total de \$401,216.34.

Egresos Operacionales Proyectados

Tabla 82

Egresos Operacionales Proyectados

7,65%	1	2	3	4	5
	\$ 73.234,23	\$ 73.971,55	\$ 74.716,29	\$ 75.468,54	\$ 76.228,36
	1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
	\$ 68.031,80	\$ 63.835,23	\$ 59.897,52	\$ 56.202,72	\$ 52.735,83
					\$ 300.703,09

Fuente: Baca Urbina

Elaborado por: Autor

La Tabla 82 muestra los egresos operacionales proyectados para el período del año 1 al año 5, con un valor total de \$300,703.09.

Sumatoria De Ingresos Proyectados Actualizados	\$ 401.216,34
Sumatoria De Egresos Proyectados Actualizados	\$ 300.703,09

RELACIÓN BENEFICIO COSTO \$ 1,33

La relación beneficio costo es de 1,33 podemos determinar que, por cada dólar invertido, se recibe de beneficio 0,33 centavos.

Período de Recuperación

Se calcula el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo, y se puede observar que en el AÑO 3 se comienza a recuperar la inversión inicial.

Tabla 83
Periodo de Recuperación

Periodo De Recuperación	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto De Caja	0,00	12.520,10	14.688,93	16.972,36	18.982,44	21.511,34
(1+I)^N		1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
Flujo Neto De Caja Actualizado		11.630,69	12.676,11	13.606,17	14.136,55	14.881,84
Flujo Neto De Caja Actualizado Acumulado	-24.714,84	-13.084,14	-408,04	13.198,13	27.334,68	42.216,52
		13.198,13	0,13	2	meses	
		1,58	0,58	17	días	

Fuente: Baca Urbina
Elaborado por: Autor

Se proyecta una ganancia de \$13,198.13 en el tercer año, lo que nos permitirá identificar el período de recuperación hasta la fecha. En la Tabla 83 se puede observar que alcanzaremos la recuperación de nuestros ingresos a los tres años, dos meses y diecisiete días.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. A. (2010). Brand identity and branding. In Handbook of brand management (pp. 29-56). SAGE Publications.
- Arboleda, M. (2001). Planeación de la capacidad de producción para una nueva empresa. Cali: Norma
- Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de proyectos.
- Daves, J. (2016). La organización interna de una empresa. Obtenido de <https://es.slideshare.net/johnlavatorres/la-organizacin-interna-de-unaempresa>
- Guadalupe , J., Morales , X., Palacio , A., y Morales , D. (2018). *Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos*. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Guevara, G. (2010). Mapas estratégicos. México: Norma.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). Principios de marketing (18ª ed.). Pearson Educación.
- Ortiz, L. M. (2019). Diagrama de flujo: Una herramienta para mejorar procesos. Revista Científica de Administración, Economía y Turismo, 5(1), 37-45. <https://doi.org/10.33308/rcyaet.v5i1.58>
- Palacio, A., & Diego , M. (2019). *Gestión de Riesgos, Planeación, Dirección y Control en las PYMES: un estudio descriptivo*. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Peresson, L. (2007). Sistemas de Gestión de la Calidad con Enfoque al Cliente. Madrid: Parengifo.
- Rivera, O. (1991). Los conceptos de: misión, visión y proposito estratégico. España: Universidad de Deusto.
- Salazar, B. (2018). Diseño y distribución en planta. Obtenido de Herramientas para el Ingeniero Industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-elingenero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- Sánchez, I. (2022). *Relación entre la planeación estratégica y la creación de ventaja competitiva sostenible en emprendimientos de la economía popular y solidaria en el Ecuador*. Revista Killkana Sociales.
- Villalobos, N., & Herrera, T. (2006). Gestión de la Producción y Operaciones. México: Edumed.
- Warren, B., & Burt, N. (1985). Leaders. EEUU: Colens.
- Zapata, J. (2014). Fundamentos de la gestión de inventarios. Medellín: Esumer.