



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE MASCARILLA HIDROPLÁSTICA DE UVA ORGÁNICA EN LA CIUDAD  
DE AMBATO**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios

**Autora:**

Dany Verenice Tovar Espin

**Tutor:**

Ing. Juan Salazar Mera

AMBATO – ECUADOR

2022

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

Yo, Dany Verenice Tovar Espin, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MASCARILLA HIDROPLÁSTICA DE UVA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE AMBATO”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y 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 Ambato a los 13 días del mes de diciembre del 2022, firmo conforme:

Autor: Dany Verenice Tovar Espin

Firma: 

Número de Cédula: 0504339045  
Dirección: Ambato, Tungurahua  
Correo Electrónico: tovarespin21@gmail.com  
Teléfono:0967497748

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MASCARILLA HIDROPLÁSTICA DE UVA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE AMBATO”, presentado por Dany Verenice Tovar Espin para optar por el Título, Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios

### **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 del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 13 de diciembre del 2022



Firmado electrónicamente por:  
**JUAN EDUARDO  
SALAZAR MERA**

.....  
Ing. Juan Salazar Mera

## 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 Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 13 de diciembre del 2022



.....  
Dany Verenice Tovar Espin

C.I: 0504339045

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MASCARILLA HIDROPLÁSTICA DE UVA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE AMBATO” previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 13 de diciembre del 2022



CHRISTOPHER  
NEPTALI LOPEZ  
SAMANIEGO  
2022.12.14 11:55:12  
-05'00'

.....  
**Lic. Christopher López**  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:

**TANIA  
MORALES**

.....  
**Ec. Tania Morales**  
VOCAL



Firmado electrónicamente por:

**CATALINA  
ALEXANDRA SILVA  
ORDONEZ**

.....  
**Ing. Catalina Silva**  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis en especial a mis padres y hermanas quienes siempre han sido mi motor fundamental en mi vida para poder lograr cada uno de mis objetivos quienes siempre estuvieron a la distancia apoyándome y aconsejándome para poder llegar a la meta, hoy con mucho cariño les dedico mi tesis amados padres y queridas hermanas. Y finalmente dedicarle este logro a mi persona especial en mi vida que siempre estuvo acompañándome y apoyándome en el transcurso de esta maravillosa carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradecida con mi Dios por brindarme muchas bendiciones y permitirme estar en este punto de vida tan importante y agradecida con esta noble institución por abrirme las puertas y brindarme conocimientos que serán plasmados en vida profesional.

A mi tutor de tesis el estimado Ing. Juan Eduardo Salazar Mera, estoy muy agradecida por su paciencia y constancia en esta etapa muy importante en mi vida, gracias por brindarme sus conocimientos y su apoyo en cada momento. No me queda más que agradecer a todas las personas quienes estuvieron conmigo en este maravilloso camino de aprendizaje, muchas gracias por la confianza brindada.

## INDICE

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
INDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	1
1. Mercado y comercialización .....	1
1.1 Objetivo del capítulo .....	1
1.2.1 Fundamentación del servicio o producto .....	1
1.2.2 Tabla de características del producto o servicio .....	2
1.3 Mercado.....	2
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio .....	2
1.3.1.1 Categorización de sujetos.....	3
1.3.1.2 Estudio de Segmentación .....	3
1.3.1.3 Plan de muestreo .....	5
1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información.....	6
1.3.1.5 Diseño y recolección de información .....	7
1.3.1.6 Análisis e interpretación .....	11
1.3.2 Demanda potencial.....	20
1.4 Análisis del macro y del micro ambiente .....	23
1.4.1 Análisis del micro ambiente.....	23
1.4.2 Análisis del macro ambiente .....	27
1.4.3 Proyección de la oferta.....	29

1.5.	Demanda potencial insatisfecha .....	31
1.6.	Diseño de marca ( <i>Brandign</i> ) .....	32
1.7	Estrategias de marketing .....	35
1.8.	Publicidad que se realizará .....	36
1.9.	Canales de distribución .....	37
1.10	Seguimiento de clientes.....	38
1.11	Especificar mercados alternativos .....	39
CAPÍTULO II .....		40
1.	Operaciones .....	40
2.1.	Objetivos del estudio de producción .....	40
2.2.	Descripción del proceso .....	40
2.2.1.	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio .....	40
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas .....	44
2.2.3.	Tecnología a aplicar.....	46
2.2.4.	Factores que afectan las operaciones .....	46
2.3.	Capacidad de producción .....	47
2.3.1.	Capacidad de producción futura.....	47
2.4.	Definición de recursos necesarios para la producción .....	48
2.4.1.	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .....	48
2.5.	Calidad .....	48
2.5.1.	Método de control de calidad. ....	48
2.6.	Normativas y permisos que afectan la instalación del negocio .....	50
2.6.1.	Seguridad e higiene ocupacional .....	50
CAPÍTULO III .....		51
2.	Organización y gestión .....	51
3.1.	Objetivo del capítulo .....	51
3.2.	Análisis estratégico y definición de objetivos .....	51
3.2.1.	Visión de la empresa.....	51
3.2.2.	Misión de la empresa .....	51
3.2.3.	Objetivos y estrategias .....	51
3.3.	Organización funcional de la empresa .....	53
3.3.1.	Organización interna.....	53
3.3.2.	Descripción de puestos .....	55

3.4 Control de gestión .....	60
3.4.1 Indicadores de gestión .....	60
3.5 Necesidades de personal.....	61
CAPITULO IV.....	63
Jurídico Legal.....	63
4.1. Objetivos del capítulo.....	63
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	63
4.3. Registros de marcas.....	64
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	64
CAPITULO V.....	69
5. Evaluación Financiera .....	69
5.1. Objetivos del capítulo.....	69
5.2. Plan de inversiones .....	69
5.3. Cálculo de costos y gastos .....	71
5.3.1. Mano de obra .....	71
5.3.2. Depreciación .....	72
5.3.3. Proyección de la depreciación .....	72
5.3.4. Detalle de costos .....	73
5.3.5. Proyección de costos .....	74
5.3.6. Detalle de gastos .....	77
5.3.7. Proyección gastos.....	78
5.4. Plan de financiamiento .....	83
5.4.1. Forma de financiamiento.....	83
5.5. Cálculo de ingresos .....	83
5.5.1. Proyección de ingresos.....	84
5.6. Punto de equilibrio .....	84
5.7. Estado de resultados proyectado .....	87
5.8. Flujo de caja .....	88
5.9. Evaluación financiera.....	89
5.9.1. Indicadores .....	90
5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN) .....	90
5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	90
5.9.1.3. Beneficio Costo.....	91
5.9.1.4. Período de Recuperación.....	91

Anexos .....	95
--------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Características del producto.....	2
Tabla N° 2 Categorización de sujetos .....	3
Tabla N° 3 Dimensión Conductual .....	4
Tabla N° 4 Dimensión Geográfica .....	4
Tabla N° 5 Dimensión demográfica.....	4
Tabla N° 6 Análisis de mercado.....	6
Tabla N° 7 Análisis de estudio técnico, administrativo y legal.....	6
Tabla N° 8 Cuadro de necesidades objetivo 3 .....	7
Tabla N° 9 Edad.....	11
Tabla N° 10 Nivel de ingresos .....	12
Tabla N° 11 Ocupación .....	13
Tabla N° 12 Ha comprado mascarilla hidrolástica.....	14
Tabla N° 13 Frecuencia de uso.....	15
Tabla N° 14 Cantidad que compra .....	16
Tabla N° 15 Compraría mascarilla hidrolástica de uva.....	17
Tabla N° 16 Cantidad de compra .....	18
Tabla N° 17 Presentación .....	19
Tabla N° 18 Demanda de personas .....	20
Tabla N° 19 Proyección de la demanda .....	20
Tabla N° 20 Demanda del producto .....	21
Tabla N° 21 Demanda potencial del producto .....	22
Tabla N° 22 Matriz de evaluación del factor externo (EFE).....	27
Tabla N° 23 Matriz de evaluación del factor internos (EFI).....	28
Tabla N° 24 Matriz de Perfil Competitivo .....	29
Tabla N° 25 Oferta competencia.....	30
Tabla N° 26 Proyección oferta mensual y anual de la competencia.....	30
Tabla N° 27 Proyección de la demanda potencial insatisfecha en productos .....	31
Tabla N° 28 Estrategias de marketing.....	35
Tabla N° 29 Plan de medios- Publicidad .....	37
Tabla N° 30 Formato.....	38
Tabla N° 31 Proceso de elaboración de mascarilla hidrolástica de uva orgánica .....	40
Tabla N° 32 Descripción de equipos para el área de producción.....	45

Tabla N° 33 Descripción de las actividades de los operarios.....	46
Tabla N° 34 Capacidad de producción futura.....	47
Tabla N° 35 Grado de sustitución.....	48
Tabla N° 36 Diagrama de Pareto.....	49
Tabla N° 37 Descripción de puesto del gerente general.....	55
Tabla N° 38 Descripción de puesto de auxiliar contable.....	56
Tabla N° 39 Descripción de puesto de jefe de producción.....	57
Tabla N° 40 Descripción de puesto de Operario 1.....	57
Tabla N° 41 Descripción de puesto de Operario 2.....	58
Tabla N° 42 Descripción de puesto de Operario 3.....	59
Tabla N° 43 Descripción de puesto de Vendedor.....	59
Tabla N° 44 Indicadores de gestión.....	60
Tabla N° 45 Necesidades de personal.....	61
Tabla N° 46 Aporte de los socios.....	64
Tabla N° 47 Plan de inversiones.....	69
Tabla N° 48 Cálculo de mano de obra.....	71
Tabla N° 49 Cálculo de las depreciaciones.....	72
Tabla N° 50 Cálculo de amortizaciones.....	72
Tabla N° 51 Proyección de la depreciación.....	73
Tabla N° 52 Proyección de amortización.....	73
Tabla N° 53 Detalle de costos - producción.....	73
Tabla N° 54 Proyección de costos.....	75
Tabla N° 55 Detalle de gastos.....	77
Tabla N° 56 Proyección de gastos.....	79
Tabla N° 57 Plan de financiamiento.....	83
Tabla N° 58 Determinación del precio de venta unitario.....	83
Tabla N° 59 Cálculo del ingreso anual.....	84
Tabla N° 60 Proyección de ingresos.....	84
Tabla N° 61 Datos para calcular el punto de equilibrio.....	85
Tabla N° 62 Estado de resultados proyectado.....	87
Tabla N° 63 Flujo de Caja.....	88
Tabla N° 64 Cálculo de TMAR.....	90

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Gráfico N° 1 .....	11
Gráfico N° 2 Nivel de ingresos anual.....	12
Gráfico N° 3 Ocupación.....	13
Gráfico N° 4 Ha comprado mascarilla hidrolástica.....	14
Gráfico N° 5 Frecuencia de uso.....	15
Gráfico N° 6 Cantidad que compra.....	16
Gráfico N° 7 Compraría mascarilla hidrolástica de uva.....	17
Gráfico N° 8 Cantidad de compra.....	18
Gráfico N° 9 Presentación.....	19
Gráfico N° 10 Demanda potencial de personas.....	21
Gráfico N° 11 Demanda potencial de producto .....	22
Gráfico N° 12 Cinco fuerzas de Porter.....	23
Gráfico N° 13 Poder de negociación con los clientes .....	24
Gráfico N° 14 Poder de negociación con los proveedores .....	25
Gráfico N° 15 Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes).....	25
Gráfico N° 16 Barrera de salida (productos sustitutos).....	26
Gráfico N° 17 Rivalidad entre los competidores.....	26
Gráfico N° 18 Proyección de la oferta potencial .....	30
Gráfico N° 19 Demanda Potencial Insatisfecha .....	31
Gráfico N° 20 Marca.....	32
Gráfico N° 21 Logotipo .....	33
Gráfico N° 22 Slogan .....	33
Gráfico N° 23 Presentación de la marca .....	34
Gráfico N° 24 Envase.....	34
Gráfico N° 25 Etiquetado .....	35
Gráfico N° 26 Canal de distribución .....	38
Gráfico N° 27 Mapa de Macroprocesos .....	42
Gráfico N° 28 Flujograma de procesos .....	43
Gráfico N° 29 Descripción de las instalaciones .....	44
Gráfico N° 30 Diagrama de Pareto .....	49
Gráfico N° 31 Mapa estratégico .....	52
Gráfico N° 32 Organigrama estructural .....	53
Gráfico N° 33 Organigrama funcional .....	54

Gráfico N° 34 Punto de equilibrio .....	86
---	----

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MASCARILLA HIDROPLÁSTICA DE UVA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE AMBATO”

**AUTOR:** Dany Verenice Tovar Espin

**TUTOR:** Ing. Juan Salazar Mera

#### RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios sobre la elaboración y comercialización de mascarilla hidropelástica de uva orgánica en la ciudad de Ambato se planteó como objetivo determinar la viabilidad de la elaboración y comercialización de las mascarillas, para ello se identificó que el mercado a cubrir en su mayoría son mujeres que se interesan mayoritariamente en cuidar su piel, entre rangos de 30 a 60 años de edad. Además, se determinó la demanda, oferta, demanda potencial insatisfecha, seguido de un plan de publicidad enfocado en las redes sociales. De la misma manera, se describió el proceso de transformación del producto en cuanto a los procesos de entrada y salida de insumos como también la capacidad de producción. Por otra parte, se definió una estructura organizacional, en la cual se determinó una filosofía empresarial, organigramas y un manual de funciones para cada uno de los trabajadores. Asimismo, se fijó al negocio como una empresa de responsabilidad limitada bajo la razón social de UVA Cía. Ltda.; por último, en la evaluación financiera se identificó que el proyecto tendrá un VAN de \$ 9.780,68, un TIR de 20.0% y un coeficiente del beneficio/costo es de 1.14, dando a entender que el proyecto es aceptable y viable.

**DESCRIPTORES:** comercialización, cuidado del rostro, mascarilla hidropelástica, plan de negocios, producción.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**THEME:** “BUSINESS PLAN FOR PRODUCING AND MARKETING ORGANIC GRAPE HYDROPLASTIC MASK IN AMBATO CITY”

**AUTORA:** Dany Verenice Tovar Espín

**TUTOR:** Esp. Juan Salazar Mera

### **ABSTRACT**

The business plan for producing and marketing organic grape hydroplastic masks in Ambato was set as an objective to determine the feasibility of manufacturing and marketing the masks. For this, it was identified that the market to be covered is mostly women who are mainly interested in taking care of their skin, 30 and 60 years old. In addition, the demand, supply, and potential unsatisfied demand were determined, followed by an advertising plan focused on social networks. In the same way, the product transformation process was described in terms of the input and output processes of inputs as well as the production capacity. On the other hand, an organizational structure was defined, in which a business philosophy, organization charts, and a manual of functions for each of the workers were determined. Likewise, the business was established as a limited liability company under the corporate name of UVA Cía. Ltda. Finally, in the financial evaluation, it was identified that the project will have an NPV of \$9,780.68, an IRR of 20.0%, and a benefit/cost ratio of 1.14, implying that the project is acceptable and viable.

**KEYWORDS:** business plan, face care, hydroplastic mask, marketing, production.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, el cuidado de la piel del rostro es muy importante, pues existen varios factores genéticos y ambientales que afectan a la piel, es por ello que, los productos de belleza han tenido un crecimiento constante encaminados al cuidar del rostro, y dentro de ello sobresalen las mascarillas que previenen la pérdida de agua transepidérmica, equilibrante hídrico y ayuda a la hidratación de la piel. Con base a ello, se consideró conveniente ofertar al mercado mascarillas hidrolásticas ricas en oligominerales, para todo tipo de pieles, y de fácil aplicación en tan solo pocos minutos.

Con base a lo antes indicado, se desarrolla el presente plan de negocios, el cual consta de cinco capítulos, que se detalla a continuación.

En el capítulo I, se describe el mercado y la comercialización del producto, definiendo las características esenciales de producto a ofertar, el mercado al cual se dirigen las mascarillas, como también, el análisis del macro y micro ambiente que rodea al negocio, seguidamente de la identificación de la demanda, oferta, demanda potencial insatisfecha, estrategias de marketing, canales de distribución, seguimiento a clientes y mercados alternativos.

En el capítulo II, se establecen las operaciones necesarias para la producción de las mascarillas tanto para el área de producción, administrativa, de recursos humanos incluida la identificación y descripción de instalaciones, equipos, personas, y tecnología a utilizar para el funcionamiento.

En el capítulo III, se identifica el área de organización y gestión necesaria para encaminar de forma apropiada el negocio, en la cual se describe la misión, visión, objetivos, políticas y estrategias, conjuntamente con los indicadores de gestión y necesidades del personal para realizar todas las labores.

En el capítulo IV, se detalla el área jurídica legal, encaminada a definir la forma jurídica, los requisitos para registrar la marca del producto, y las licencias necesarias para un correcto funcionamiento legal del negocio.

Finalmente, en el capítulo V, se establece una evaluación financiera que determina el plan de inversión necesaria para poner en marcha el negocio, como también, los costos y gastos, mano de obra, depreciaciones, proyección de ingresos, punto de equilibrio, estado de resultados, y los indicadores financieros que ayudan a determinar la factibilidad de la empresa.

## **OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **Objetivo General**

Determinar la viabilidad de la elaboración y comercialización de mascarilla hidrolástica de uva orgánica en el mercado de la ciudad de Ambato.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar un mercado potencial apto para la comercialización de mascarillas hidrolásticas.
- Describir el proceso de elaboración de mascarillas hidrolásticas utilizando todos los recursos necesarios.
- Definir una estructura organizacional apropiada para el funcionamiento del negocio.
- Estructurar un marco jurídico legal y sus respectivas normativas para el adecuado funcionamiento de la empresa.
- Establecer una evaluación financiera para la identificación de la viabilidad del negocio.

# CAPÍTULO I

## 1. Mercado y comercialización

### 1.1 Objetivo del capítulo

Realizar un estudio de mercado que identifique el mercado potencial, la oferta y la demanda satisfecha e insatisfecha y establecer la estrategia de comercialización de la mascarilla hidroplástica de uva orgánica.

### 1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

#### 1.2.1 Fundamentación del servicio o producto

Las mascarillas hidroplásticas son un producto estético con nutrientes que beneficia la piel. La mascarilla hidroplástica es un tratamiento ideal para reafirmar y tonificar el cuerpo. Esta mascarilla ayuda a acelerar el metabolismo. Además, tiene efectos tensores, reafirmantes e hidratantes que transforman la piel. Los productos de belleza han tenido un crecimiento significativo en el mercado nacional, por la necesidad de cuidar la piel del rostro, previene la pérdida de agua transepidérmica, ayudando a mantener el equilibrio hídrico y la hidratación de la piel. Es rico en oligominerales, imprescindibles para la salud de la piel. Indicado para todo tipo de pieles, especialmente para pieles deshidratadas. Es un producto tratamiento aplicable para personas entre los 30 a 60 años, de fácil aplicación en los hogares que requiere de solamente de 10 minutos para su aplicación.

El empaque es plástico en la cual se describe el nombre del producto denominado como “Organic” - Mascarilla Hidroplástica de uva, mantiene la piel limpia de todo tipo de contaminación y suciedad mediante la aplicación de componentes de extractos naturales.

Es un emprendimiento que nació por iniciativa de dos socios que colaboraron en el diseño del producto y su presentación, pero requiere posicionar en el mercado local y posteriormente en el nacional, a través de estrategias que logren posicionar el producto y su distribución en sitios estratégicos.

Es un producto atractivo para el mercado por el creciente interés por proteger la piel ante los daños del medio ambiente, de la edad y otros factores que pueden afectar su nutrición. Las mascarillas han sido aliadas de la belleza y son recomendadas por expertos, con amplio público objetivo, sobre todo las mujeres interesadas en cuidar de su rostro ante el uso de cosméticos y los factores ambientales.

### 1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

En la Tabla N° 1 se describen las características de la mascarilla hidrolástica de uva orgánica:

**Tabla N° 1**

*Características del producto*

Propiedades	Atributos	Usos
Mascarilla Hidrolástica de Uva Hidratante, anti-edad, tensora. Contiene: Alginato, extracto de semilla de uva, colágeno, Vitamina E en polvo. Presentación: 105 gr.	Innovador Con ingredientes adecuados a la protección de la piel. Fácil uso y aplicación. Tiempo mínimo requerido para su aplicación.	Tipo de producto estético, al igual que otras mascarillas, ofrecen grandes beneficios a la piel, entre los que destacan: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Hidratan</li> <li>● Descongestionan</li> <li>● Desinflan</li> <li>● Reafirman</li> <li>● Purifican</li> <li>● Disminuyen líneas de expresión</li> <li>● Ayudan a la piel grasa del rostro</li> <li>● Reduce arrugas</li> <li>● Exfolia</li> <li>● Reduce la irritación</li> <li>● Relaja</li> <li>● Efecto antioxidante</li> </ul>

**Elaborado por:** Dany Tovar

## 1.3 Mercado

### 1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

El público objetivo son los clientes que usan el producto de mascarillas Hidrolástica de Uva, representado por mujeres y hombres, quienes están interesados en proteger su

piel ante los daños ambientales. Es relevante para las mujeres que protegen su piel ante los daños ambientales, desean brindar protección y cuidados especiales, así prefieren usar mascarillas naturales dadas por recomendaciones de amigos y terceras personas. La mayor parte son mujeres, que tienen mayores cuidados en su piel, entre rangos de 30 a 60 años, edad en la cual hay mayor interés por proteger la piel, que por lo general pagan de 10 a 20 dólares por productos similares presentes en el mercado nacional. La mascarilla busca brindar un producto elaborado a nivel local que favorezca la belleza de la piel de los clientes potenciales. Por lo general, les gusta cuidar su salud con mascarillas naturales, prefiere productos de calidad, garantizados y si cumplen sus expectativas son fieles a una marca específica.

### 1.3.1.1 Categorización de sujetos

La categorización de sujetos se desarrolla la Tabla N° 2, en la cual se describe quién compra, usa, decide e influye en la adquisición del producto:

**Tabla N° 2**

*Categorización de sujetos*

<b>Categoría</b>	<b>Sujeto</b>
¿Quién compra?	Mujeres de 30 a 60 años de edad
¿Quién usa?	Mujeres de 30 a 60 años de edad.
¿Quién decide?	Mujeres de 30 a 60 años de edad
¿Qué influye?	Mujeres de 30 a 60 años de edad

**Elaborado por:** Dany Tovar

A pesar de que el producto lo pueden consumir hombres, el porcentaje de uso es bajo, ya que este tipo de productos son preferidos por las mujeres, pues procuran dar un cuidado especial a su piel.

### 1.3.1.2 Estudio de Segmentación

En el presente epígrafe se describe la dimensión conductual, geográfica y demográfica, en la cual se segmenta el mercado objetivo.

**Tabla N° 3***Dimensión conductual*

Variable	Descripción
<b>Tipo de necesidad:</b>	Salud y cuidado de la piel
<b>Tipo de compra:</b>	Comparación
<b>Relación con la marca:</b>	Si
<b>Actitud frente al producto:</b>	Positiva

**Elaborado por:** Dany Tovar

En la dimensión geográfica se indica la ubicación del proyecto, detallando el número de personas por cada área.

**Tabla N° 4***Dimensión geográfica*

Variable	Descripción	N° habitantes
<b>País</b>	Ecuador	17.819.773
<b>Región</b>	Sierra	7'504.942
<b>Provincia</b>	Tungurahua	590.600
<b>Ciudad urbana y rural</b>	Ambato	387.309

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021)

**Elaborado por:** Dany Tovar

En la dimensión demográfica se describe la edad, sexo, nivel de ingresos, escolaridad, ocupación y la población económicamente activa a la cual está dirigido el producto:

**Tabla N° 5***Dimensión demográfica*

Variable	Descripción	N°. Habitantes
<b>Edad</b>	30 a 60 años	146.326
<b>Sexo</b>	Femenino	76.090
<b>Nivel de ingresos</b>	De 400 a 1200 dólares	15.751
<b>Escolaridad</b>	Bachillerato	15.751
	Universidad	
<b>Ocupación</b>	Profesionales de empresas públicas	1292
	Profesionales de empresas privadas.	5103
	Cuenta propia	6095
<b>Población económicamente activa</b>	Mujeres que laboran	12490

**Fuente:** (INEC, 2021)  
**Elaborado por:** Dany Tovar

### 1.3.1.3 Plan de muestreo

En este apartado, se determina el universo de los sujetos a ser investigados.

#### A) Universo

La población seleccionada para la aplicación del estudio de mercado se basada en el estudio de segmentación de mercado fundamentado en los datos demográficos del INEC (2021). En este estudio el universo está integrado por 12.490 mujeres que pertenecen a la población económicamente activa de entre 30 y 60 años de edad.

#### B) Muestra

Al tratarse de una población finita, se procede a calcular la muestra en función de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

**Donde:**

n=tamaño de la muestra

Z=Nivel de confianza 1,96

P= Probabilidad a favor 50%

Q=Probabilidad en contra 50%

N=Población de universo 12490

e=Nivel de error 5%

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50)(12490)}{1,96^2(0,50)(0,50) + 67.669(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,25)(12490)}{3,8416(0,25) + 12490(0,0025)}$$

$$n = \frac{11995,396}{0,9604 + 31,225}$$

$$n = \frac{11995,396}{32,1854}$$

$$n = 372,69$$

La muestra objeto de estudio está compuesta por 373 mujeres de 30 a 60 años del cantón Ambato

### 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

**Objetivo Específico 1:** Efectuar el estudio de mercado de las mascarillas hidrolásticas para la determinación de la oferta, la demanda, las estrategias comerciales, de competitividad y de posicionamiento.

**Tabla N° 6**

*Análisis de mercado*

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Determinación de la oferta y demanda	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Factores críticos para el sector	Secundaria	Informes técnicos de Ministerios	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Mujeres	Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Objetivo Específico 2:** Realizar un estudio técnico, administrativo y legal del proyecto con el análisis de la viabilidad de la producción y comercialización de mascarillas hidrolásticas.

**Tabla N° 7**

### *Análisis de estudio técnico, administrativo y legal*

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Capacidad operativa	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Tipos de mascarillas hidropásticas	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Determinación de requisitos para el diseño del producto	Secundaria		Bancos de datos de otras organizaciones
Diseño de procesos	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Determinación de requisitos para el diseño del producto	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Objetivo específico 3:** Realizar un estudio económico – financiero para determinar la viabilidad del proyecto a través de la estimación de los costos, gastos e ingresos del plan de negocios.

### **Tabla N° 8**

#### *Cuadro de necesidades objetivo 3*

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinación de los costos de los materiales e insumos	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos y catálogos Páginas web de proveedores
Determinar los costos y gastos operativos (producción, administrativos y financieros)	Secundaria	Ministerio de Trabajo IESS	Banco de información Normativa legal
Determinación la rentabilidad	Secundaria	Libros	Información para cálculos en Excel

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

#### **1.3.1.5 Diseño y recolección de información.**

Para la recolección de la información se diseñó una encuesta dirigida a la población objetivo, con preguntas específicas para el cálculo de la oferta y la demanda.

### **Desarrollo de instrumentos**

#### **Información Secundaria**

La información secundaria que se utilizará son fuentes bibliográficas e informes específicos acerca del producto, para el análisis del mercado potencial, también bancos de datos de proveedores que ayuden a establecer precios con la aplicación de herramientas web y revisión de costos para cumplir con los objetivos planteados en las etapas del desarrollo del plan de negocios.

### **Bancos de datos de otras organizaciones**

#### **Necesidad 1:** Factores críticos para el sector

Para identificar los factores críticos del sector se recopila información de la base de datos de las páginas web de entidades oficiales del Ecuador. Se efectúa una detallada revisión de leyes y reglamentos que regulan el sector al que pertenece el producto a ofertar a través de la implementación de este plan de negocios.

#### **Necesidad 2:** Identificar el tipo de mascarilla facial

Para identificar los tipos de mascarillas hidrolásticas se procede a recopilar información de diferentes páginas web vinculadas con el área de la salud; así como, de belleza y cuidados de la piel.

#### **Necesidad 3:** Determinación de requisitos para el diseño del producto

Se recogerá información de otras empresas que ofrecen productos similares para conocer el diseño que prefieren adquirir los usuarios; además, se recopilará información de banco de datos oficiales, en los cuales se detallan los requisitos que deben cumplir estas mascarillas para el uso en la piel.

#### **Necesidad 4:** Diseño de procesos

Para diseñar los procesos a llevar a cabo en las diferentes áreas que integren las empresas, se recopilará información del banco de datos de otras organizaciones, lo que permitirá brindar una estructura sostenible a través del tiempo.

**Necesidad 5:** Determinación de los costos de los materiales e insumos

Se elaborará una base de datos en la cual se enlisten los proveedores de los materiales e insumos necesarios para la elaboración de Mascarilla Hidroplástica de Uva. Se negociará con tres proveedores como mínimo, para optar por la mejor opción en cuanto a calidad, precio, formas de pago y tiempo de entrega.

**Necesidad 6:** Determinar los costos y gastos operativos

Para determinar los costos operativos se debe identificar cada uno de estos, detallándolos en una hoja de cálculo en Excel. Además, se buscará información en páginas de entidad oficiales como: el Ministerio de Trabajo, el IESS, la Administración Tributaria; así como en la normativa legal vinculada a las entidades mencionadas.

**Necesidad 7:** Determinar de la rentabilidad

La rentabilidad del plan de negocios se evalúa en el capítulo financiero, esto se realiza aplicando indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Beneficio Costo, y se determinará el periodo de recuperación de la inversión.

**Servicios agrupados**

**Necesidad 1:** Determinar el mercado potencial.

El mercado potencial se identificó a través de la segmentación de mercado; en efecto, está integrado por 12.490 mujeres que pertenecen a la población económicamente activa de entre 30 y 60 años de edad.

**Necesidad 2:** Determinar la capacidad operativa

Se consideran los insumos y recursos necesarios para efectos de planeación, con base al producto que se producirá y comercializará en el cantón Ambato.

### **Necesidad 3:** Determinación de la oferta y demanda

Para determinar la oferta y la demanda se realiza un estudio de mercado, a través de la aplicación de un cuestionario de encuesta estructurado con 10 preguntas cerradas, este instrumento se aplicó a una muestra de 373 mujeres de entre 30-60 años de edad de la ciudad de Ambato.

### **Necesidad 3:** Gustos y preferencias de los consumidores

Al igual que el punto anterior, se determinará los gustos y preferencias de los consumidores a través de la aplicación de la encuesta.

### **Información primaria**

Para la obtención de información primaria se utilizará la base de datos de la población económicamente activa (PEA) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), a fin de determinar el mercado objetivo a quienes se realizará la encuesta.

### **Encuesta**

La encuesta se estructuró con 10 preguntas cerradas de selección. A través de este instrumento se recogerá información para determinar los gustos y preferencias del consumidor, frecuencia de compra, la demanda y oferta del producto, entre otros aspectos.

### 1.3.1.6 Análisis e interpretación

#### Pregunta 1. Edad

**Tabla N° 9**

*Edad*

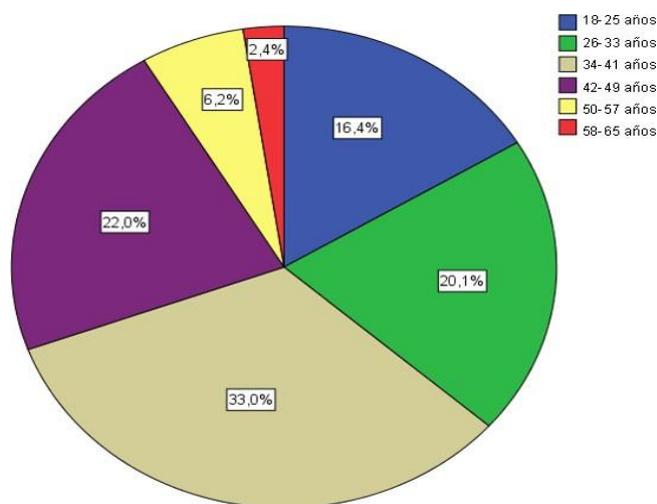
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18-25 años	61	16,4	16,4	16,4
26-33 años	75	20,1	20,1	36,5
34-41 años	123	33,0	33,0	69,4
Válidos 42-49 años	82	22,0	22,0	91,4
50-57 años	23	6,2	6,2	97,6
58-65 años	9	2,4	2,4	100,0
Total	373	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 1**

*Edad*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

#### Análisis e interpretación

Como se observa en el Gráfico N° 1, del 100% de encuestados, el 33% respondieron que tienen entre 34 a 41 años, el 22% de 42 – 49 años, el 20,1% contestaron en cambio 26 a 33 años, el 16,4% son jóvenes de 18 a 25 años. El perfil del consumidor son personas jóvenes, interesadas en el producto.

## Pregunta 2. ¿Cuál es su nivel de ingresos anual?

**Tabla N° 10**

*Nivel de ingresos*

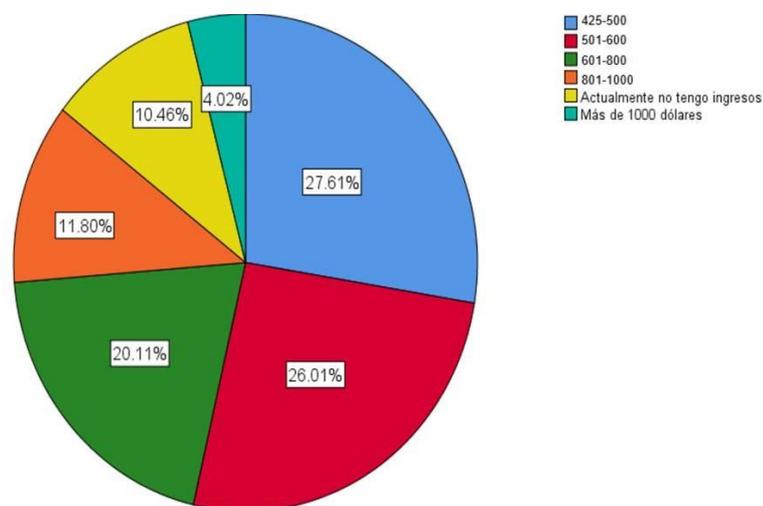
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	425-500	103	27.6	27.6	27.6
	501-600	97	26.0	26.0	53.6
	601-800	75	20.1	20.1	73.7
	801-1000	44	11.8	11.8	85.5
	Actualmente no tengo ingresos	39	10.5	10.5	96.0
	Más de 1000 dólares	15	4.0	4.0	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 2**

*Nivel de ingresos anual*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo al Gráfico N° 2, del 100% de encuestados, el 27,6% contestaron de 425 a 500 dólares, que representan el valor de un salario básico, el 26% respondieron que sus ingresos son 501 a 600 dólares, el 20,1% contestaron de 601 a 800. El grupo investigador tienen ingresos menores a 800 dólares, pertenecen al grupo socioeconómico medio bajo, con recursos para productos que no tienen un alto valor económico.

### Pregunta 3. ¿Su actual ocupación es?

**Tabla N° 11**

*Ocupación*

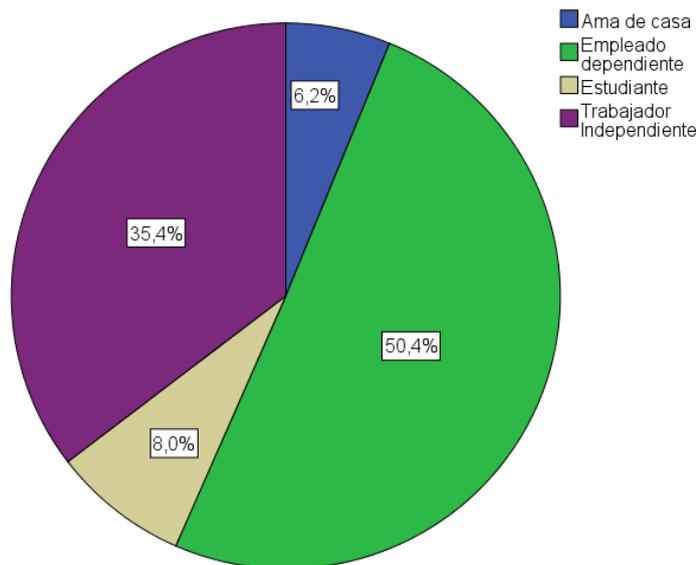
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ama de casa	23	6,2	6,2	6,2
Empleado dependiente	188	50,4	50,4	56,6
Estudiante	30	8,0	8,0	64,6
Trabajador Independiente	132	35,4	35,4	100,0
Total	373	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 3**

*Ocupación*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

### **Análisis e interpretación**

Como se observa en el Gráfico N° 3, del 100% de encuestados, el 50,4% contestaron que son empleados dependientes, el 35,4% respondieron que trabajadores independientes

con un negocio propio familiar, el 8% contestaron que son estudiantes. El producto lo adquirirán las personas que pertenecen al Población Económicamente activa del cantón.

**Pregunta 4. ¿Usted ha comprado alguna vez mascarilla hidrolástica?**

**Tabla N° 12**

*Ha comprado mascarilla hidrolástica*

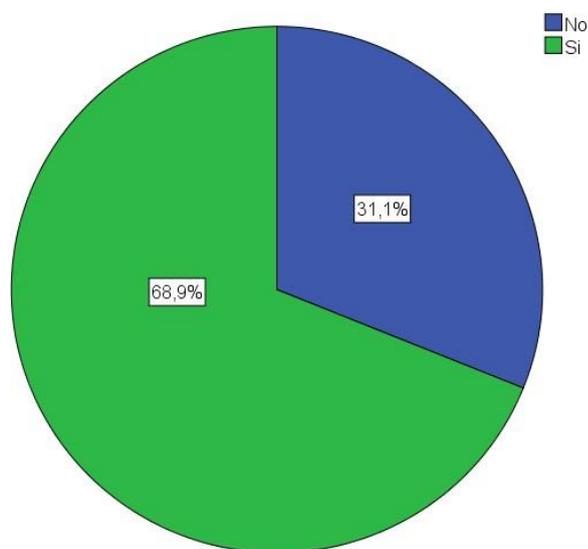
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	116	31,1	31,1	31,1
Válidos Si	257	68,9	68,9	100,0
Total	373	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 4**

*Ha comprado mascarilla hidrolástica*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis e interpretación**

Conforme el Gráfico N° 4, del 100% de encuestados, el 68,9% contestaron que si han comprado alguna vez mascarilla hidrolástica y el 31,1% respondieron en cambio no. Los

datos muestran la existencia de un mercado para la distribución del producto y su comercialización.

**Pregunta 5. ¿Con que frecuencia usted utiliza mascarilla hidrop lástica?**

**Tabla N° 13**

*Frecuencia de uso*

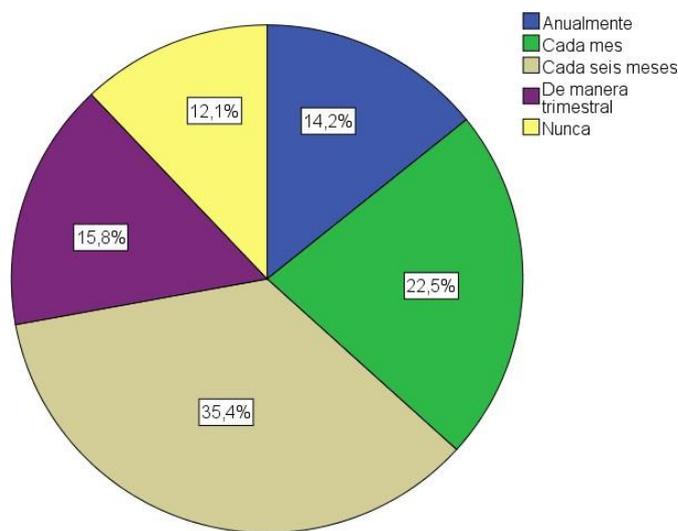
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje v álido	Porcentaje acumulado
Anualmente	36	14,2	14,2	14,2
Cada mes	58	22,5	22,5	36,7
Cada seis meses	91	35,4	35,4	72,1
V álidos De manera trimestral	41	15,8	15,8	87,9
Nunca	31	12,1	12,1	100,0
Total	257	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 5**

*Frecuencia de uso*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis e interpretación**

Según el Gráfico N° 5, del 100% de encuestados, el 35,4% contestaron que la frecuencia en la que utilizan mascarilla hidrop lástica es cada seis meses, el 22,5%

respondieron cada mes, el 15,8% seleccionaron de manera trimestral, el 14,2% expresaron anualmente y el 12,1% consideraron en cambio nunca.

**Pregunta 6. Si compra mascarillas hidroplásticas ¿Cuántas compra al mes?**

**Tabla N° 14**

*Cantidad que compra*

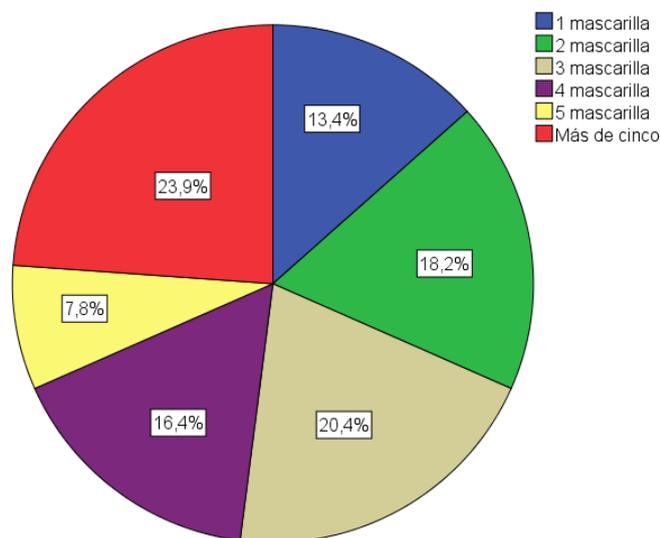
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 mascarilla	35	13,4	13,4	13,4
2 mascarilla	47	18,2	18,2	31,6
3 mascarilla	52	20,4	20,4	52,0
Válidos 4 mascarilla	42	16,4	16,4	68,4
5 mascarilla	20	7,8	7,8	76,1
Más de cinco	61	23,9	23,9	100,0
Total	257	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 6**

*Cantidad de mascarillas que compra*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a Gráfico N° 6, del 100% de encuestados, el 23,9% contestaron que compran más de cinco mascarillas, el 20,4% respondieron 3 mascarillas, el 18,2% seleccionaron 2 mascarillas, el 16,4% expresaron 4 mascarillas, el 13,4% mencionaron en cambio 1 mascarilla y el 7,8% consideraron 5 mascarillas.

**Pregunta 7. ¿Utilizaría usted mascarilla hidrolástica elaborada a base de uva para el cuidado de la piel?**

**Tabla N° 15**

*Compraría mascarilla hidrolástica de uva*

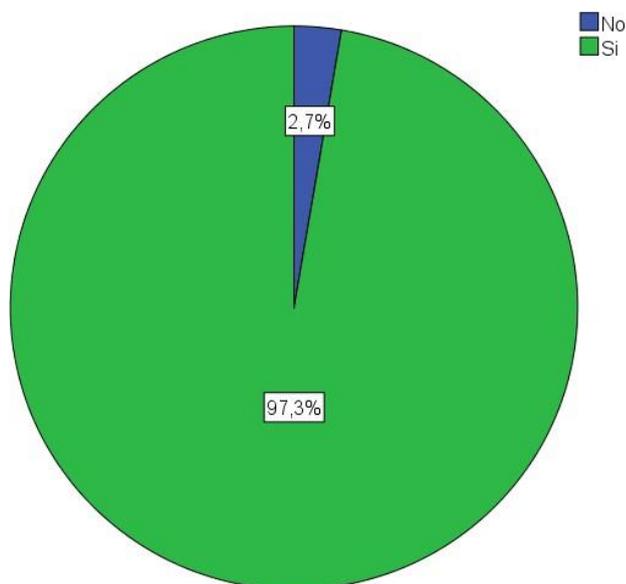
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	10	2,7	2,7	2,7
Válidos Si	363	97,3	97,3	100,0
Total	373	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 7**

*Compraría mascarilla hidrolástica de uva*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

### **Análisis e interpretación**

Como se observa el Gráfico N° 7, del 100% de encuestados, el 97,3% contestaron que si comprarían mascarilla hidrolástica de uva para el cuidado de la piel y el 2,7% respondieron en cambio no.

**Pregunta 8. Si responde si ¿Cuántas mascarillas hidrolástica de uva estaría dispuesta a comprar anualmente?**

**Tabla N° 16**

*Cantidad de compra*

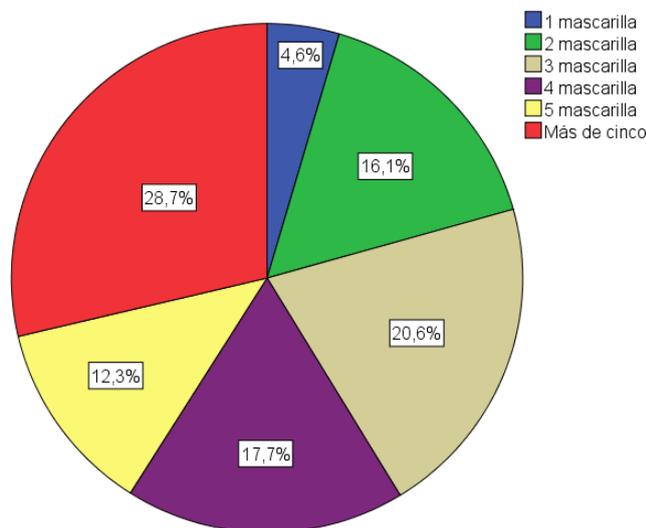
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 mascarilla	17	4,6	4,6	4,6
2 mascarilla	58	16,1	16,1	20,6
3 mascarilla	75	20,6	20,6	41,3
Válidos 4 mascarilla	64	17,7	17,7	59,0
5 mascarilla	45	12,3	12,3	71,3
Más de cinco	104	28,7	28,7	100,0
Total	363	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 8**

*Cantidad de compra*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

## **Análisis e interpretación**

Como se visualiza en el Gráfico N° 8, del 100% de encuestados, el 28,7% contestaron que les gustaría comprar más de cinco mascarillas, el 20,6% respondieron 3 mascarillas, el 17,7% seleccionaron 4 mascarillas, el 16,1% expresaron 2 mascarillas, el 12,3% mencionaron en cambio 5 mascarillas y el 4,6% consideraron 1 mascarilla.

**Pregunta 9. ¿En qué presentación le gustaría que la mascarilla hidrolástica de uva salga a la venta?**

**Tabla N° 17**

*Presentación*

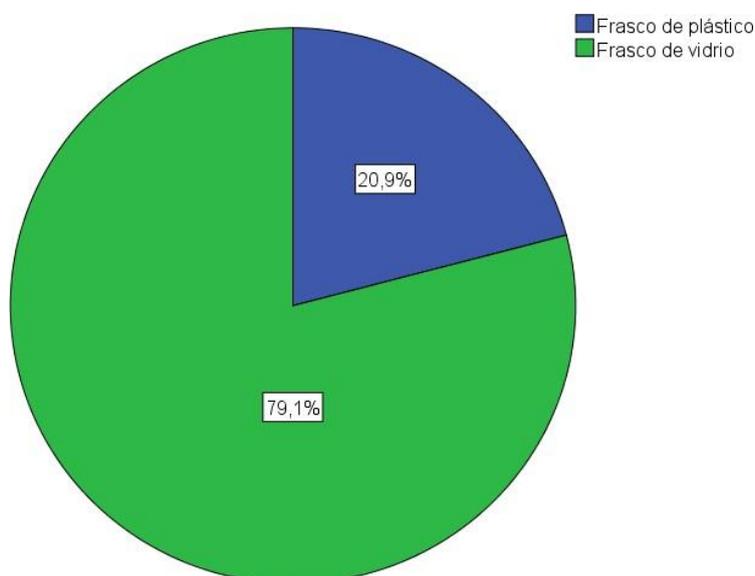
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Frasco de plástico	76	20,9	20,9	20,9
Válidos Frasco de vidrio	287	79,1	79,1	100,0
Total	363	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 9**

*Presentación*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

## **Análisis e interpretación**

Como se observa en el Gráfico N° 9, del 100% de encuestados, el 79,1% contestaron que la presentación que les gustaría de la mascarilla hidropelástica de uva salga a la venta es un frasco de vidrio, similar a los otros productos con características similares y el 20,9% respondieron en cambio el frasco de plástico.

### 1.3.2 Demanda potencial

Es la demanda global que al satisfacer determinadas condiciones se puede convertir en demanda real (Méndez, 2020). En otras palabras, la demanda potencial constituye el nivel de demanda alcanzable de un producto determinado en cumplimiento de una serie de condiciones que emanan del mercado. En contraste, se presenta el cálculo de la demanda en personas y producto:

#### Demanda en personas

Para determinar la demanda en personas se tomó en cuenta la pregunta N°. 7 ¿Utilizaría usted mascarilla hidropelástica elaborada a base de uva para el cuidado de la piel?, a la cual, el 97.30% que equivale a 363 mujeres respondieron afirmativamente; por lo tanto, considerando que la muestra es 12.490 personas multiplicado por el 97.30% la demanda potencial en personas está integrada por 12.153.

**Tabla N° 18**  
*Demanda de personas*

Año	Mercado meta	Porcentaje de aceptación	Demanda de personas
2021	12.490	97,30%	12.153

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

La demanda se proyectó en función del promedio de la tasa de crecimiento poblacional del cantón Ambato correspondiente a los años 2010-2020, que según datos del INEC (2021), es del 1.24%.

**Tabla N° 19**  
*Proyección de la demanda*

Año	Demanda potencial (personas)	% (TCP)
2021	12,153	1.24%
2022	12,303	151

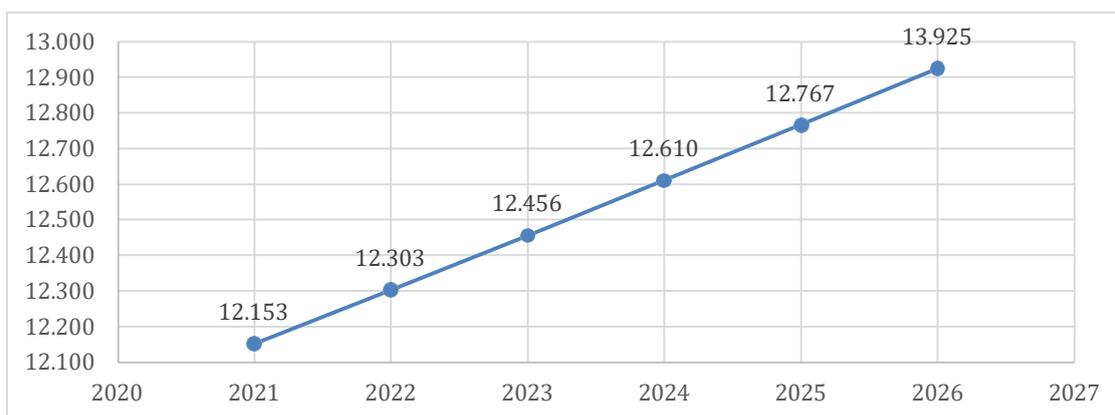
2023	12,456	153
2024	12,610	154
2025	12,767	156
2026	12,925	158

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

### Gráfico N° 10

#### *Demanda potencial de personas*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis:** Como se observa en el gráfico N° 10 la demanda potencial en personas presenta un crecimiento constante; en efecto, se estima que en el año 2022 la cantidad de mujeres que comprarán las mascarillas hidropelásticas de uva orgánica es 12.303, con un crecimiento de 1.24%, alcanzando al 2026 una demanda de 13.925 personas.

### Demanda del producto

Para determinar la demanda por producto se tomó los resultados de la pregunta N°. 9 si responde si ¿Cuántas mascarillas hidropelásticas de uva estarían dispuesta a comprar anualmente? Los resultados obtenidos se multiplicaron por la demanda de las personas por cada alternativa, tomando como base el año 2021. En la tabla N°. 20 se presenta el detalle de la demanda en productos.

### Tabla N° 20

#### *Demanda del producto*

		Porcentaje	Población	Cantidad Promedio	Cantidad de Compra
12.153	1 mascarilla	4.56%	554	1	554
	2 mascarilla	16.09%	1,955	2	3,910

3 mascarilla	20.64%	2,509	3	7,526
4 mascarilla	17.69%	2,150	4	8,601
5 mascarilla	12.33%	1,499	5	7,494
Más de cinco	28.69%	3,486	6	20,917
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,153</b>		<b>49,002</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

### Proyección de la demanda potencial del producto

En la Tabla N° 21 se presenta la proyección de la demanda en función del producto, la cual se realizó considerando el promedio del crecimiento poblacional del cantón Ambato, que según el INEC (2021) es 1.24%:

**Tabla N° 21**

*Demanda potencial del producto*

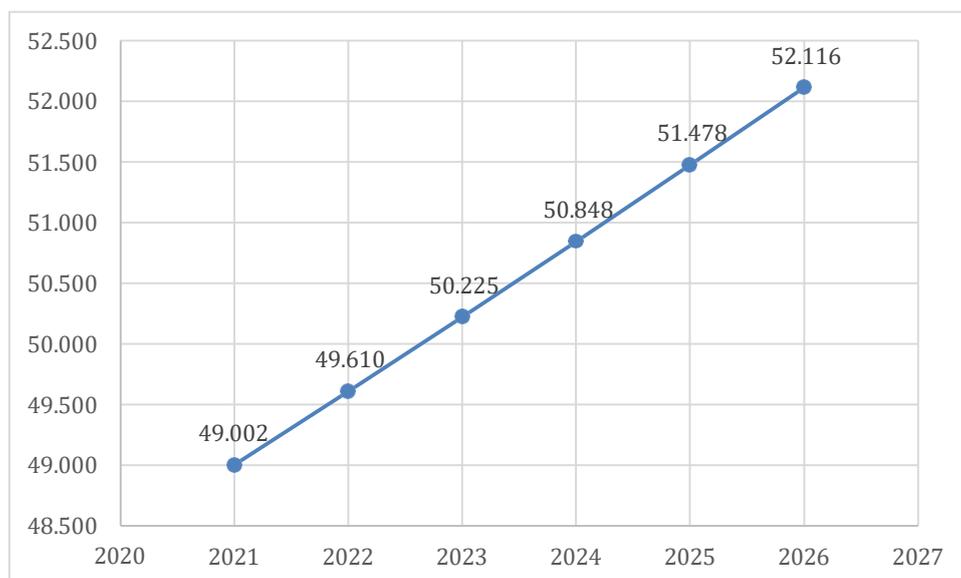
<b>Año</b>	<b>Demanda potencial de productos</b>	<b>% (TCP)</b>
<b>2021</b>	49,002	1.24%
<b>2022</b>	49,610	608
<b>2023</b>	50,225	615
<b>2024</b>	50,848	623
<b>2025</b>	51,478	631
<b>2026</b>	52,116	638

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 11**

*Demanda potencial de producto*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis:** De acuerdo a los datos presentados en el Gráfico N° 11, se estima que en el año 2022 la cantidad demandada de las mascarillas hidropelásticas de uva orgánica será de 49.610 con un crecimiento constante del 1.24% alcanzando una cantidad de producto demandada de 52.116 en el año.

## 1.4 Análisis del macro y del micro ambiente

### 1.4.1 Análisis del micro ambiente

Para analizar el micro ambiente del presente proyecto se utiliza las 5 fuerzas de Porter, las cuales constituyen una herramienta que proporciona un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector, con el propósito de evaluar el valor y la proyección futura de entidades que operan en un mismo sector (López, 2017). En el Gráfico N° 12 se ilustran las cinco fuerzas propuestas por Porter:

#### Gráfico N° 12

*Cinco fuerzas de Porter*



**Fuente:** (López, 2017)

**Elaborado por:** Dany Tovar

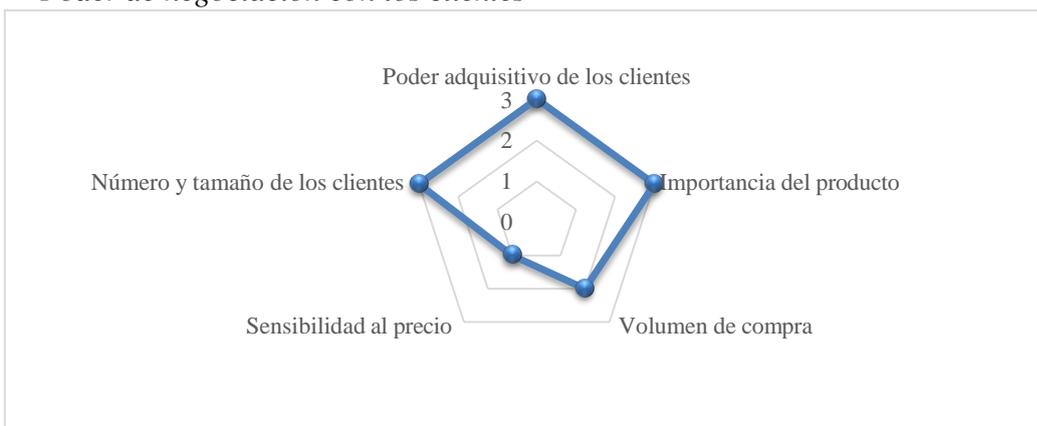
Considerando lo expuesto, a continuación, se analizan cada una de las cinco fuerzas de Porter:

## 1. Poder de negociación con los clientes

Como se observa en el Gráfico N° 13, existe un nivel bajo de negociación de los clientes, tomando en cuenta que el poder adquisitivo de los clientes es alto, ya que, las mujeres destinan una cantidad considerable para adquirir productos de cuidado personal y especialmente de la piel; del mismo modo, la importancia del producto es alta, dado que es fundamental para las consumidoras comprar de forma continua productos para cuidar su rostro; en efecto, el volumen de compra es medio, al igual que la sensibilidad al precio, considerando que están dispuestas a pagar un precio por un producto de calidad. Respecto al número y tamaño de clientes, este es alto, pues existe gran cantidad de mujeres que le brindan cuidado a su piel a través del uso de mascarillas elaboradas con productos orgánicos.

**Gráfico N° 13**

*Poder de negociación con los clientes*



**Fuente:** Investigación

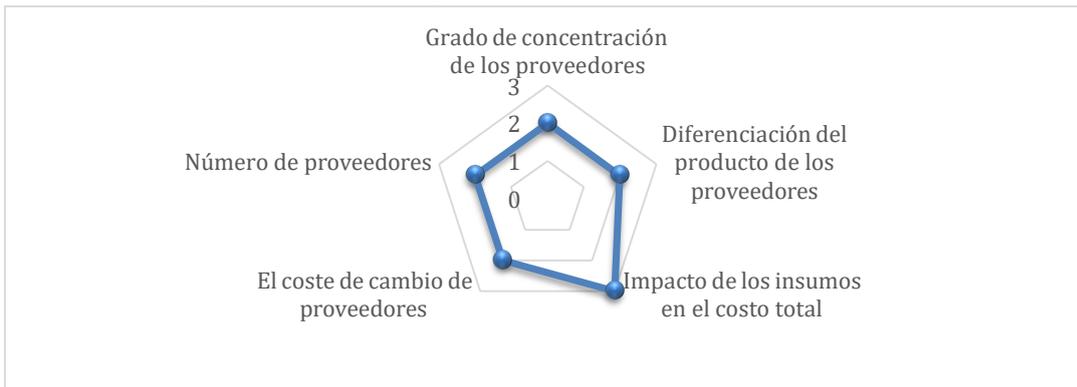
**Elaborado por:** Dany Tovar

## 2. Poder de negociación con los proveedores

De acuerdo a los resultados presentados en el Gráfico N° 14, el poder de negociación con los proveedores es medio, tomando en cuenta que el grado de concentración de los proveedores es medio, pues para elaborar las mascarillas se requiere de productos orgánicos; en efecto el impacto de los insumos en el costo total es alto; por otra parte, el número de proveedores es medio, tomando en cuenta que en la actualidad se ha incrementado la producción de productos orgánicos, debido a que se han implantado políticas que fomenta una producción más amigable con el ambiente.

### Gráfico N° 14

#### *Poder de negociación con los proveedores*



**Fuente:** Investigación

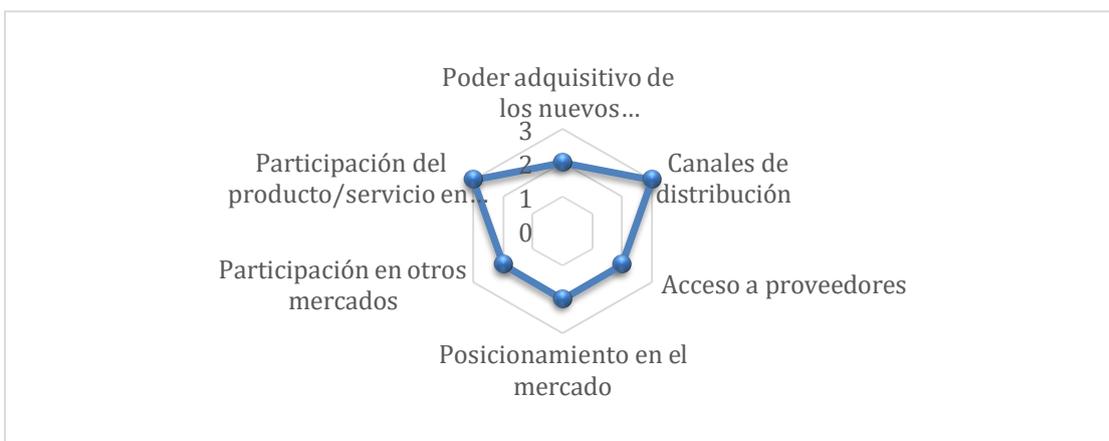
**Elaborado por:** Dany Tovar

### 3. Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes)

En cuanto a las barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes), según el Gráfico N° 15, este es medio, tomando en cuenta que el poder adquisitivo de los nuevos competidores es medio, al igual que el acceso a proveedores, ya que como se ha mencionado, la producción orgánica se ha incrementado; por otra parte, los canales de distribución son altos, dado que en la actualidad se existen canales que permiten enviar el producto a nivel nacional y cubrir una mayor cantidad de mercado. Se estima que la empresa y el producto tendrán un posicionamiento medio dado que se trata de una empresa nueva.

### Gráfico N° 15

#### *Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes)*



**Fuente:** Investigación

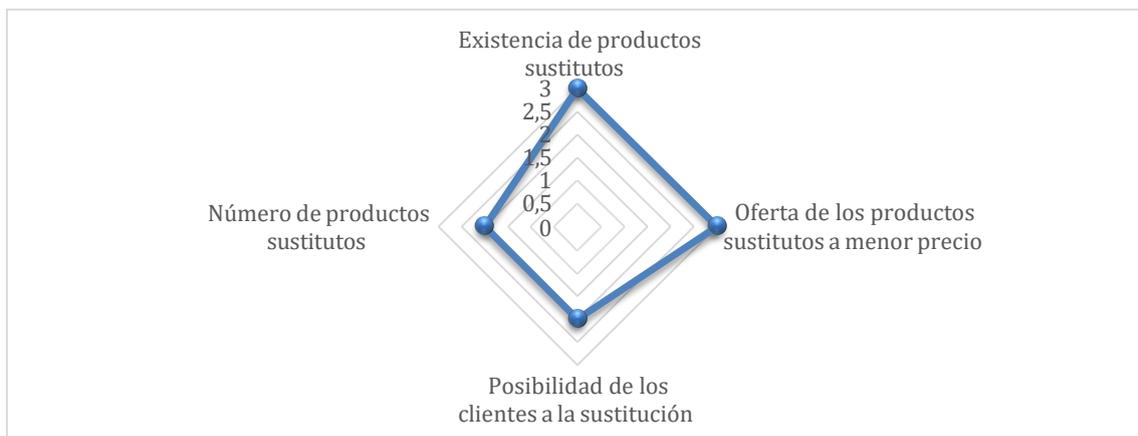
**Elaborado por:** Dany Tovar

#### 4. Barrera de salida (productos sustitutos)

Como se observa en el Gráfico N° 16, las barreras de salida (productos sustitutos) presenta un nivel medio a alto, ya que existe una gran cantidad de productos sustitutos y a la vez los ofrecen a un precio bajo; sin embargo, estos productos contienen químicos que podrían afectar la piel a largo plazo; mientras que el producto que se pretende introducir al mercado se elaborara en base a uvas orgánicas. Por otra parte, la posibilidad de los clientes a la sustitución es media, ya que muchas mujeres optan por probar diferentes productos para el cuidado de la piel e incluso buscan asesoría de un experto.

**Gráfico N° 16**

*Barrera de salida (productos sustitutos)*



**Fuente:** Investigación

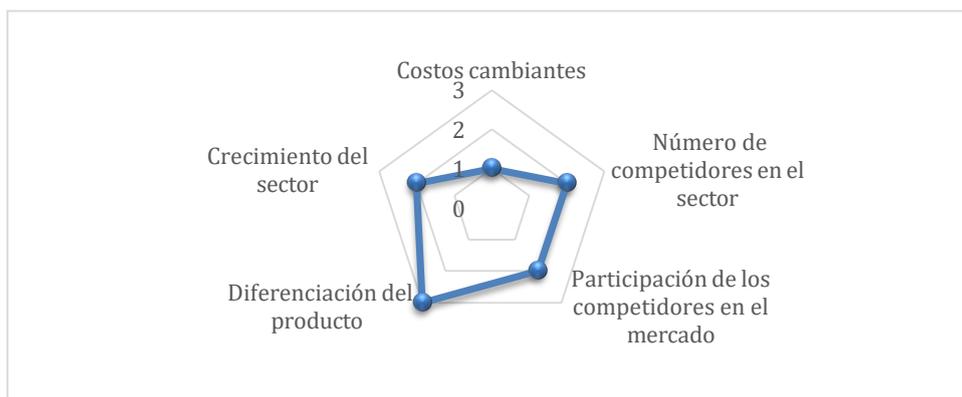
**Elaborado por:** Dany Tovar

#### 5. Rivalidad entre los competidores

Acorde a los resultados presentados en el Gráfico N° 17, el nivel de rivalidad que existe entre los competidores es medio, tomando en cuenta que el nivel de los costos cambiantes es bajo; mientras que el número de competidores que existen en el sector es bajo, al igual que su nivel de participación en el mercado; mientras que la diferenciación del producto es alta, ya que se trata de un producto elaborado a base de componentes orgánicos que puede ser utilizado por mujeres de entre 30 y 60 años de edad; sin embargo se debe considerar el tipo de piel y consultar a un profesional con el propósito de garantizar los efectos del producto.

**Gráfico N° 17**

### Rivalidad entre los competidores



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Dany Tovar

### 1.4.2 Análisis del macro ambiente

El macro ambiente constituye el entorno que rodea e influye en una empresa, pero sobre el que no puede actuar.

#### Matriz de evaluación del factor externo (EFE)

En la tabla N° 22 se presenta la evaluación de los factores externos que influyen en la implementación del Plan de Negocios para la producción y comercialización de mascarillas hidroplásticas de uva:

**Tabla N° 22**

*Matriz de evaluación del factor externo (EFE)*

FACTORES EXTERNOS			
Factor clave	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>Oportunidades</b>			
Mercado al detalle	0.10	4	0.40
Posibilidades de expansión	0.10	4	0.40
Tendencia de consumo de productos naturales	0.10	4	0.40
Acceso a nuevas tecnologías de publicidad y promoción.	0.10	4	0.40
Variedad en canales de distribución	0.12	4	0.48
<b>Subtotal</b>	<b>0.52</b>		<b>2.08</b>
<b>Amenazas</b>			
Requisitos para acceder a financiamiento bancario	0.10	2	0.20

Ingreso de productos por contrabando	0.10	2	0.20
Productos sustitutos	0.10	1	0.10
Saturación del segmento de mercado elegido	0.10	1	0.10
Cambio continuo de las políticas laborales y tributarias.	0.08	1	0.08
<b>Subtotal</b>	<b>0.48</b>		<b>0.68</b>
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.76</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

La matriz EFE obtuvo un valor promedio de 2,76; que es un resultado mayor al promedio determinado de 2,50; lo que se interpreta que, los factores externos tienen una influencia en las oportunidades (2.08) y que estas a su vez son mayores que las amenazas (0,68); creando expectativas importantes para que el negocio tenga éxito en el mercado competitivo.

### Matriz de evaluación del factor internos (EFI)

En la tabla N° 23 se presenta la evaluación de los factores internos que influyen en la implementación del Plan de Negocios para la producción y comercialización de mascarillas hidrolásticas de uva:

**Tabla N° 23**

*Matriz de evaluación del factor internos (EFI)*

Factor clave	Factores internos		
	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>FORTALEZAS</b>			
Talento humano con experiencia en el área de salud y cuidado de la piel.	0.15	4	0.60
Equipo y tecnología de punta	0.10	4	0.40
Materia prima orgánica	0.15	4	0.60
Producto de calidad	0.15	4	0.60
Cumplimiento de normas y estándares de calidad	0.10	4	0.40
	<b>0.65</b>		<b>2.60</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Empresa nueva en el mercado	0.10	2	0.20
Poca información sobre el producto validada con estudios	0.10	1	0.10
Línea de producto restringida	0.05	2	0.10
Necesidad de liquidez para la inversión	0.05	1	0.05

Permisos y requerimientos para el funcionamiento	0.05	2	0.10
	<b>0.35</b>		<b>0.55</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.15</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

El resultado de la matriz EFI refleja un valor de 3.15; el cual, es un valor mayor al valor promedio ponderado de 2,5; Con base a lo cual, se asevera que, las fortalezas (2,60) son mayores que las debilidades (0,55) por lo que la empresa podría aprovechar la situación y generar estrategias que le encaminen al éxito.

### **Análisis de la Matriz de Perfil Competitivo**

En la tabla N° 24 se presenta la evaluación del perfil competitivo del Plan de Negocios para la producción y comercialización de mascarillas hidrolásticas de uva:

**Tabla N° 24**

*Matriz de Perfil Competitivo*

Factores de Exito de la competencia	"UVA"			Ali Botanics		Uwi	
	Peso	Calf.	P. P.	Calf.	P. P.	Calf.	P. P.
Talento humano con experiencia en el área de salud y cuidado de la piel.	0.2	4	0.80	4	0.80	3	0.60
Equipo y tecnología de punta	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Materia prima orgánica	0.2	4	0.80	3	0.60	4	0.80
Producto de calidad	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
Cumplimiento de normas y estándares de calidad	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Promoción y publicidad	0.15	1	0.15	3	0.45	3	0.45
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.40</b>		<b>3.20</b>		<b>3.35</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

De acuerdo a los resultados que se presentan en la matriz MPC se pudo conocer que existen dos principales competidores para la empresa, como son: Ali Botanics y Uwi estas empresas llevan varios años en el mercado nacional; sin embargo, están ubicadas en la ciudad de Quito. Ali Botanics obtuvo una ponderación de 3.20 puntos y Uwi 3.35. Los resultados muestran que las dos empresas son muy competitivas.

#### **1.4.3 Proyección de la oferta.**

Acorde a lo manifestado en un informe desarrollado por la Universidad San Martín de Porres (2020) la oferta es “la cantidad ofrecida de un bien o servicio que los vendedores quieren y pueden vender. En el comportamiento de la oferta pueden intervenir varios factores, el precio del bien, la tecnología, vendedores, etc.” (p.30). Con base a esta definición se determinará la proyección de la oferta considerando las ventas anuales de las empresas competidoras, como se describe a continuación:

**Tabla N° 25**

*Oferta competencia*

<b>Empresa competidoras</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Ventas anuales</b>
Lotus Cosmetología Integral	22.000
Beauty Land Spa	16.000
Centro Cosmetológico RELIVE	18.500
<b>Total</b>	<b>56.500</b>
<b>Promedio</b>	<b>18.833</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

Es importante indicar que, la oferta se basó en las ventas anuales de las empresas competidoras más conocidas como son Lotus Cosmetología Integral, Beauty Land Spa, Centro Cosmetológico RELIVE en la ciudad de Ambato, de las cuales, se determinó una oferta promedio es de 18.833 mascarillas hidropelástica en el año 2021. A continuación, se realizará la proyección de la oferta a cinco años con base al porcentaje del 1,24% que es la tasa de crecimiento poblacional:

**Tabla N° 26**

*Proyección oferta mensual y anual de la competencia*

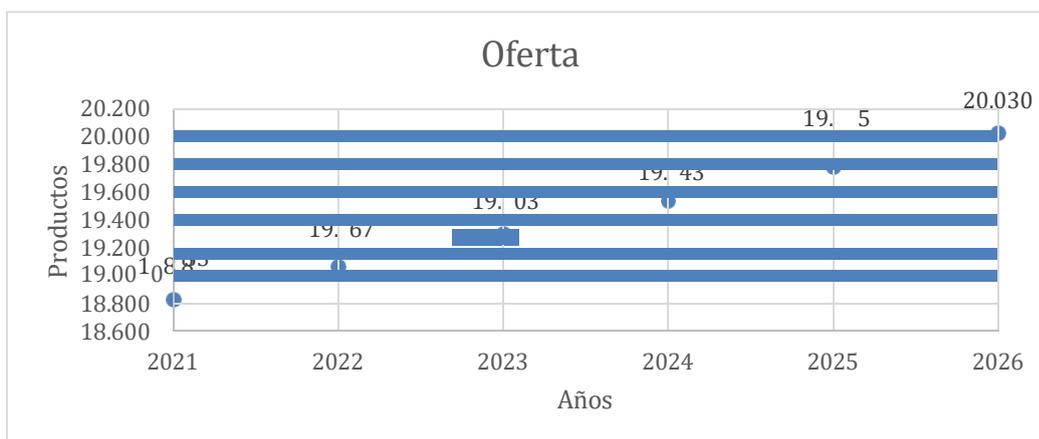
<b>Año</b>	<b>Unidades Mensuales</b>	<b>Unidades anuales</b>	<b>TCP</b>
2021	1.569	18.833	1,24%
2022	1.589	19.067	234
2023	1.609	19.303	236
2024	1.629	19.543	239
2025	1.649	19.785	242
2026	1.669	20.030	245

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 18**

*Proyección de la oferta potencial*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis:** Acorde a la gráfica anterior, se visualiza que la proyección de la oferta empieza en el año 2021 con 18.833 mascarilla, en el año 2022 la oferta aumentará a 19.067 mascarillas, en el año 2023 será de 19.303, en el año 2024 será de 19.543, en el año 2025 será de 19.785 y en el año 2016 la oferta subirá a 20.030 mascarillas hidroplásticas. Con esta proyección se identifica que la oferta irá en aumento en cada año.

### 1.5. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencia insatisfecha es “aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta” (Sonia, 2020, p. 59). Para el respetivo cálculo de la demanda potencial insatisfecha se toma en cuenta los cálculos de la demanda y oferta; realizando una resta de estos valores.

**Tabla N° 27**

*Proyección de la demanda potencial insatisfecha en productos*

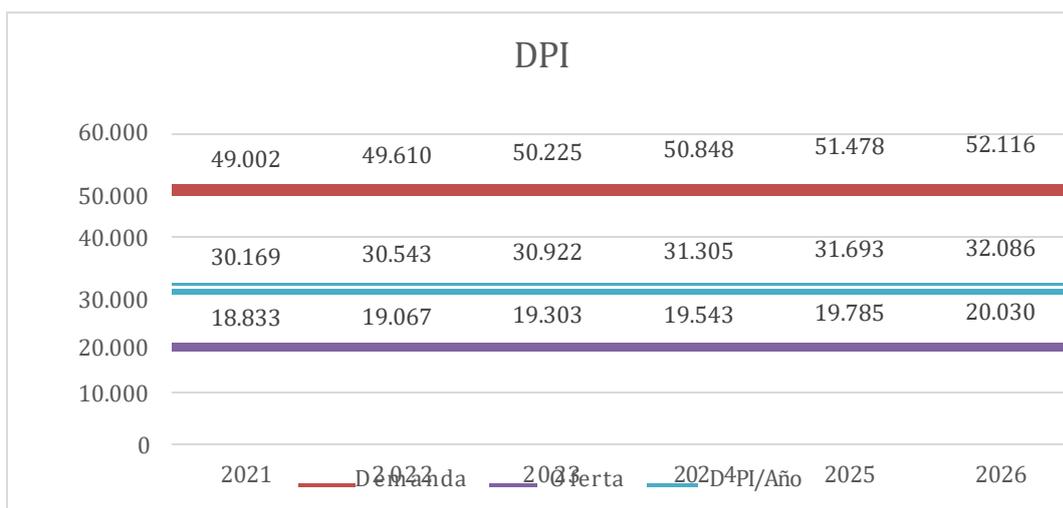
Año	Demanda	Oferta	DPI/Año	DPI/Mes
2021	49.002	18.833	30.169	2.514
2022	49.610	19.067	30.543	2.545
2023	50.225	19.303	30.922	2.577
2024	50.848	19.543	31.305	2.609
2025	51.478	19.785	31.693	2.641
2026	52.116	20.030	32.086	2.674

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

### Gráfico N° 19

*Demanda Potencial Insatisfecha*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Análisis:** Con base al gráfico anterior, se observa que la demanda potencial insatisfecha en el año 2021 es de 30.169 productos, para el año 2022 será de 30.543; en el año 2023 será de 30.922; en el 2024 será de 31.305, para el año 2025 será de 31.693 productos y en el año 2026 será de 32.086. En relación a estos datos se puede determinar que la DPI será constante y, por ende, el proyecto podrá seguir cubriendo la demanda insatisfecha.

## 1.6. Diseño de marca (*Brandign*)

### Marca

Para Mejía (2020) la marca “es el proceso mediante el cual los clientes organizan e interpretan los estímulos generados por un nombre, término, signo, símbolo o diseño o una combinación ligado al producto o servicio” (p.21). De esta manera, la marca es esencial para el posicionamiento de las mascarillas hidroplásticas en el mercado. En este sentido, la marca ayuda a la empresa a diferenciarse de la competencia y posicionarse en la mente del consumidor.

A continuación, se ilustran y describen la marca, el logan y el logotipo:

### **Gráfico N° 20** *Marca*

# UVA

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Logotipo:** Se determina como una representación gráfica y simbólica que forma parte de marca que da sentido representativo del producto a oferta. La mascarilla hidropelástica a base de uva orgánica denominada “UVA” estará representada por el siguiente logotipo:

## Gráfico N° 21

*Logotipo*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Slogan:** “El eslogan es la expresión lingüística económica, significativa, brillante, perdurable, exclusiva y eficiente de una estrategia de comunicación empresarial. Sirve de síntesis del producto (o de la marca) y favorece el recuerdo de este y del objeto anunciado” (Frontera, et al., 2021, p. 61).

El slogan, se identifica por la siguiente frase:

## Gráfico N° 22

*Slogan*

**Salud y belleza**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 23**

*Presentación de la marca*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

## **Envase**

El envase de la mascarilla hidrolástica será un envase de vidrio, como se observa en la siguiente figura:

**Gráfico N° 24**

*Envase*



**Fuente:** Elaboración propia

## **Etiquetado**

La etiqueta es una carta de presentación de producto. El etiquetado estará diseñado con el logotipo antes indicado. Acorde a lo antes indicado, se ofertará un frasco que contendrá 105gr., como se observa a continuación:

### **Gráfico N° 25**

#### *Etiquetado*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

## **1.7 Estrategias de marketing**

Las estrategias de marketing según Freire et al. (2020) son aquellas acciones que mejoran la comunicación y el impulso de las ventas, tomando como referencia una guía de plan basado en el marketing Mix, como se describe a continuación:

### **Estrategias de marketing**

#### **Tabla N° 28**

##### *Estrategias de marketing*

- **Producto**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategias de marketing</b>	<b>Tácticas</b>
Posicionarse en la mente del mercado consumidor	Ofertar mascarillas acordes a las necesidades de las clientas	Realizar un estudio de las necesidades y requerimientos de las clientas sobre las mascarillas.

- **Precio**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategias de marketing</b>	<b>Tácticas</b>
Brindar al público objetivo productos con precios accesibles y acorde al mercado.	Ofertar precios mínimos a los nuevos clientes.	Realizar un estudio de precios de la competencia

- **Plaza**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategias de marketing</b>	<b>Tácticas</b>
Expandirse a nivel local con la oferta de la mascarilla hidrolástica elaborada a base de uva orgánica.	Ofertar el producto en todos los centros de spa, cosmetologías, y centros de belleza.	Visitar los centros o lugares que más utilizan este tipo de productos (mascarillas).

- **Promoción**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategias de marketing</b>	<b>Tácticas</b>
Cubrir el 30% del mercado objetivo.	Promocionar el producto por todos los medios digitales de publicidad con mayor alcance	Realizar una publicidad activa y constante hasta cumplir con el objetivo.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

## 1.8. Publicidad que se realizará

En el presente proyecto se establecerá la publicidad con el fin de dar a conocer el producto al mercado, según Ramos et al., (2020) “la publicidad es como una variable de la mezcla de promoción que se enfoca en la persuasión del comportamiento y percepción

de compra, a través de información, ideas y opiniones concretas, fundamentadas y que generan un sentido de pertenencia” (p.290).

Con relación a lo antes mencionado, se realizará la publicidad a través de las redes sociales como Facebook e Instagram.

**Tabla N° 29**

*Plan de medios- Publicidad*

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia/Actividad</b>	<b>Medios publicitarios</b>	<b>Presupuesto mensual</b>	<b>Responsable</b>
Cubrir el 30% del mercado objetivo.	Promocionar el producto por todos los medios digitales de publicidad con mayor alcance	Facebook, Instagram	150,00	Jefe de marketing

**Fuente:** Investigación propia

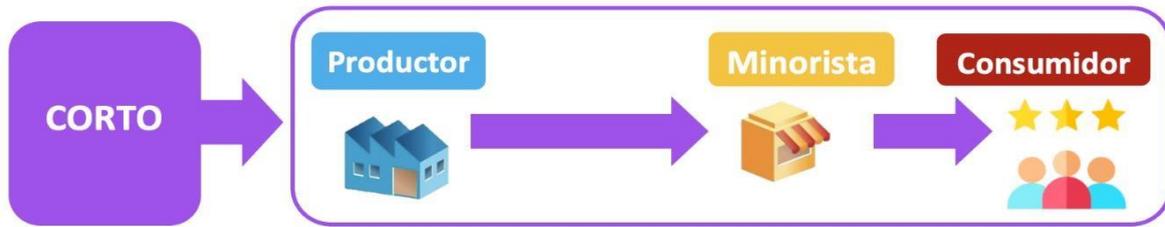
**Elaborado por:** Dany Tovar

### **1.9. Canales de distribución**

El canal de distribución “está compuesta por todas las formas de ventas (mayoristas y minoristas) y por todos los eslabones que intervienen hasta la fase del consumo final, es decir, se compone de todas las operaciones logísticas, como la transportación, distribución física, etc.” (Sánchez, 2020).

El sistema de distribución de las mascarillas hidropelástica se basará en un canal indirecto, es decir, que existirán intermediarios para que el producto llegue al consumidor final. El grupo de intermediarios o también llamados minoristas estarán conformada por los centros de spa, cosmetologías, y centros de belleza.

**Gráfico N° 26**  
*Canal de distribución*



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Dany Tovar

### 1.10 Seguimiento de clientes

El seguimiento de los clientes se realiza con el propósito crear vínculos entre la empresa y los clientes y con ello conocer las percepciones que tiene los clientes de los productos como también controlando las ventas de las mascarillas. Para ello, es importante que la empresa cree una base de datos con toda la información correspondiente de los clientes tales como:

- Datos del cliente (nombres y apellidos)
- Dirección
- Teléfono, e-mail
- Detalle histórico de compra
- Cantidad de adquisición del producto

Una vez recolectada la información de los clientes se procederá a construir la base de datos como se muestra a continuación:

**Tabla N° 30**

*Formato*

N°	Datos cliente	Dirección	Teléfono	e-mail	Detalle compra	Cantidad producto
1	Mauricio Andrés González Díaz	Ambato	023456342	mavico@hotmail.com	Frecuente	21
2	Cristina Elina Vásquez López	Latacunga	0987654321	Ele_cris@gmail.com	Eventual	45
3						
4						

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Dany Tovar

### **1.11 Especificar mercados alternativos**

Los mercados alternativos se convierten en una opción frente a la posible situación de cambiar y producir otro producto que posea las similares características de producto original.

Al no cumplirse con las expectativas de los clientes o presentar poca aceptación del producto en el mercado, la empresa procederá a elaborar una crema hidratante con el fin de aprovechar los equipos de elaboración y las materias primas.

## CAPÍTULO II

### 2. Operaciones

#### 2.1. Objetivos del estudio de producción

Establecer el proceso de elaboración y comercialización de mascarilla hidrolástica de uva orgánica en la ciudad de Ambato, determinando las instalaciones físicas de la empresa, las necesidades de equipos, y la cantidad de personas necesarias para el apropiado funcionamiento de la producción.

#### 2.2. Descripción del proceso

##### 2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Por medio de la descripción de la transformación de un bien se detalla el proceso de elaboración a seguir, y que este a su vez consiste en determinar los procesos de entrada y salidas de los insumos transformados en un producto utilizable o consumible. En el siguiente proceso se describen la elaboración de una mascarilla hidrolástica de uva orgánica:

**Tabla N° 31**

*Proceso de elaboración de mascarilla hidrolástica de uva orgánica*

Actividad	Descripción	Tiempo
Adquisición de materia prima	Se adquirirán materias primas e insumo	1 hora
Extracto de polifenoles de uva	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recolección de semilla de uva roja</li><li>• Desinfección de la semilla</li></ul>	8 días

Continuación de la Tabla N° 31: Proceso de elaboración de mascarilla hidroplástica de uva orgánica

Actividad	Descripción	Tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secado de la semilla de uva</li> <li>• Cuando la semilla está seca se muele</li> <li>• Secado de la semilla en tela de lino para retirar el exceso de aceite de pepita de uva y obtener polifenoles secos.</li> <li>• Reservar</li> </ul>	
Mezcla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alginato marino (extracto de algas seco)</li> <li>• Polifenoles de uva</li> <li>• Colágeno</li> <li>• Elastina</li> <li>• Vitamina E hidrosoluble</li> </ul>	30 minutos
Reposo	Es necesario dejar que repose la mezcla	24 horas
Envasado	Una vez reposada la mezcla se procede a envasar en los recipientes correspondientes.	5 minutos
Etiquetado	Una vez puesta la mezcla en el envase se etiqueta el frasco.	5 minutos
Almacenamiento	Con el producto terminado se procederá a almacenar para su posterior comercialización.	5 minutos

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

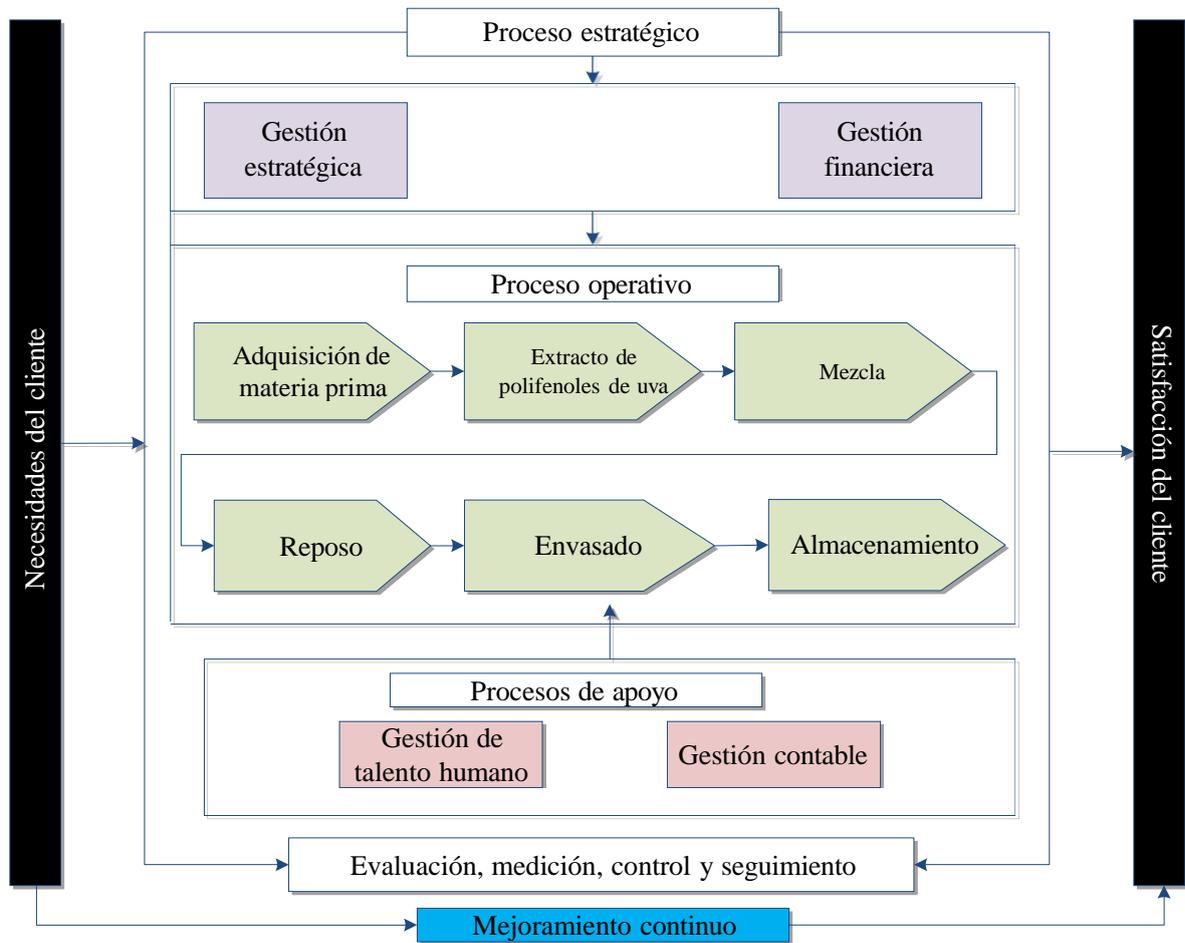
El tiempo estimado de la elaboración de la mascarilla hidroplástica de uva orgánica es de aproximadamente 9 días 1 hora y 45 minutos, esto acorde a la elaboración de una cantidad de 20 frascos de 105gr.

### Mapa de Macroprocesos

El mapa de macro procesos no es más que una representación gráfica de los procesos que existen en una empresa, y que los mismos son apoyo para el cumplimiento de objetivos y metas institucionales. Con base a ello, de manera general el mapa consta de tres procesos: gestión estratégica y financiera, proceso operativo y proceso de apoyo, cada uno de ellos formado por diversos subprocesos. De forma más específica, a continuación, se presenta el mapa de macroprocesos a seguir por el proyecto:

## Gráfico N° 27

### Mapa de Macroprocesos



Fuente: Investigación propia

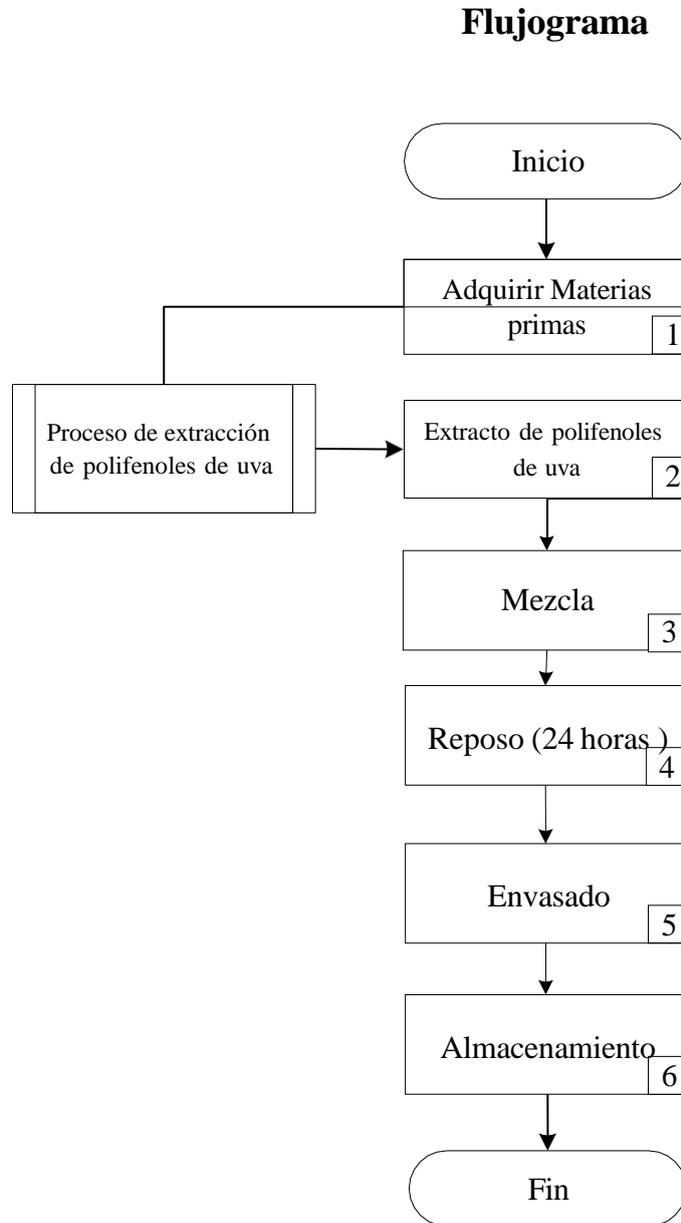
Elaborado por: Dany Tovar

## Diagrama de flujo

El diagrama de flujo es una representación gráfica de los procesos de una organización, la cual se distingue con diversos símbolos interconectados que representan las operaciones a realizarse para resolver el problema bajo un orden lógico de los procesos requeridos. La simbología utilizada para la elaboración de diagramas de flujo es variable y debe ajustarse a un patrón definido previamente.

## FLUJOGRAMA DE PROCESO

**Gráfico N° 28**  
*Flujograma de procesos*



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Dany Tovar

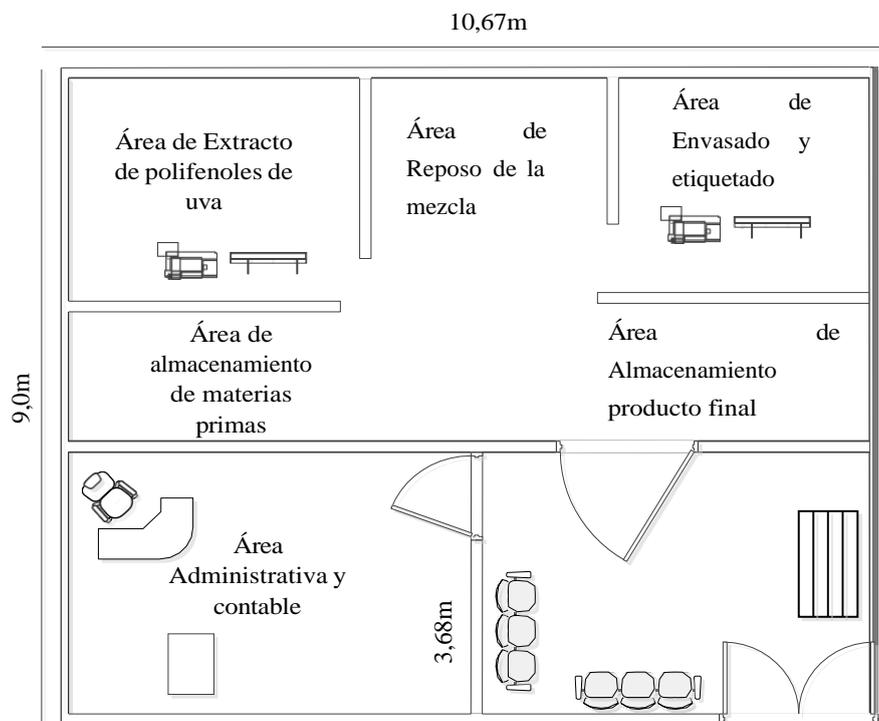
## 2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Es importante describir el espacio físico que será necesario para el apropiado funcionamiento de la empresa y por ende de los procesos productivos, para ello, se procedió a realizar un plano de distribución de la planta, mismo que tiene una dimensión de 9,0m<sup>2</sup> x 10,67m<sup>2</sup>; la cual abarca las áreas de adquisición de materia prima, extracto, reposo, envasado, envasado y etiquetado, y almacenamiento.

### Gráfico N° 29

*Descripción de las instalaciones*

ESCALA	Elaborado por:	Fecha
Plano de distribución de planta		.....
	Aprobado por:	Fecha



SIMBOLOGÍA			
Estantería de productos		Equipos y herramientas	
Sillas de espera		Silla Giratoria	
Mesa de reuniones		Escritorio tipo L	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

También se describen los equipos y herramientas necesarias para la elaboración de mascarilla hidrolástica de uva orgánica:

**Tabla N° 32**

*Descripción de equipos para el área de producción*

<b>Actividad</b>	<b>Equipo</b>	<b>Características</b>
Se utiliza para realizar la mezcla	Bowl de vidrio templado	Recipiente de vidrio
Permite realizar la mezcla de los insumos de la mascarilla	Varita agitadora de vidrio	Varilla de 20cm
Ayuda manejar de mejor manera las mezclas	Paletas desechables	Material desechable – madera
Permite retirar el exceso de aceite de pepita de uva y obtener polifenoles secos.	Tela de lino	Tela
Observe todos los líquidos y semilíquidos	Papel absorbente	Rollo de papel institucional 150 metros eco natural.
Permite la manipulación limpia de los insumos y demás materiales	Guantes	Marca: Master Material: Látex
Ayuda controlar la aspiración de posibles partículas expulsadas de los insumos de la mascarilla de uva	Mascarilla	Material: Polipropileno

**Equipos para el are administrativa**

<b>Actividad</b>	<b>Equipo</b>	<b>Detalle</b>
Gestiones y seguimiento de los procesos administrativos de la empresa.	Computadora	Procesador intel core i5 Memoria ddr4 4gb
Impresión de todo tipo de documento.	Impresora	Impresor Multifuncional Epson L380 EcoTank L4150

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

En este sentido, una vez determinado el proceso productivo de la mascarilla hidrolástica de uva orgánica es importante contar con la presencia de trabajadores que colaboren con este proceso es por ello que serán necesarias las siguientes personas:

**Tabla N° 33***Descripción de las actividades de los operarios*

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>N° personas</b>	<b>Horas-hombre</b>
Adquisición de materia prima	1 hora		
Extracto de polifenoles de uva	8 días	1 persona	8 días 1 hora
Mezcla	30 minutos		
Reposo	24 horas	1 persona	1 día 45 minutos
Envasado	5 minutos		
Etiquetado	5 minutos		
Almacenado	5 minutos	1 persona	10 minutos

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Dany Tovar

### **2.2.3. Tecnología a aplicar.**

En la actualidad la tecnología en las empresas es un factor clave para mejorar los procesos de producción, pues a través de ello, se permite optimizar los procesos y gestiones importantes para el eficiente funcionamiento de la empresa. Al considerarse un proyecto de iniciación de un negocio se prevé utilizar por el momento equipos y herramientas básicas para el proceso de elaboración mascarilla hidrolástica de uva orgánica, no obstante, con el desarrollo de producción y acorde al volumen del mismo que requiera la empresa, el proyecto se obligará a adquirir un equipamiento tecnológico para elaborar, producir, controlar, y envasar la mascarilla hidrolástica.

### **2.2.4. Factores que afectan las operaciones**

Para una apropiada operación de los procesos productivos de la elaboración de mascarilla hidrolástica de uva orgánica es necesario contar con todos los recursos necesarios para la producción, dando a denotar también la importancia de contar con recursos para el área administrativa. Dentro de este contexto, existen factores que puedan afectar las operaciones como:

- Factores organizacionales
- Factores financieros
- Factores técnicos
- Factores relacionados recursos humanos

Los factores antes indicados deberán ser tomados en cuenta con el fin de evitar contratiempo que afecten el funcionamiento del proceso productivo de la elaboración de las mascarillas.

## 2.3. Capacidad de producción

### 2.3.1. Capacidad de producción futura.

La capacidad de producción se puede determinar cómo la capacidad neta de una unidad productiva para producir en su máximo nivel los bienes a ofertar por medio de la utilización de todos los recursos disponibles. En relación a la capacidad productiva de la elaboración mascarilla hidrolástica de uva orgánica se consideró la demanda potencial insatisfecha, misma que se proyectó a 5 años, basados en la tasa de crecimiento poblacional 1.24% anual, valores que serán proyectados en producción mensual, y semanal, como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla N° 34**

*Capacidad de producción futura*

<b>Año</b>	<b>Producción anual</b>	<b>Ventas mensuales</b>	<b>Ventas semanales</b>
2021	30.169	2.514	629
2022	30.543	2.545	636
2023	30.922	2.577	644
2024	31.305	2.609	652
2025	31.693	2.641	660
2026	32.086	2.674	668

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

La capacidad productiva de la empresa en el año 2021 es 30.169 frascos de mascarillas hidrolásticas; en este mismo año se obtendrá ventas mensuales de 2.514 productos y 629 frascos de mascarillas en ventas semanales.

## 2.4. Definición de recursos necesarios para la producción.

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

Es importante indicar que, las materias primas como los insumos tiene un cierto grado de sustitución por otros productos de rasgos o características similares que fácilmente pueden ser sustituidos en los procesos de elaboración. Aspectos que deben ser considerados en diferentes especificaciones y grados de sustitución.

**Tabla N° 35**

*Grado de sustitución*

Producto	Detalle	Producto sustitución	Grado de sustitución	Proveedores
Mascarilla hidoplástica de uva orgánica	<b>Materia prima</b>			<ul style="list-style-type: none"><li>• Planhofa C.A</li><li>• Gelicart</li></ul>
	Semilla de uva roja	Semillas de uva negra	Alto	
	Alginato marino (extracto de algas seco)	-	Bajo	
	Polifenoles de uva			
	Colágeno	Polifenoles de uva negra	Alto	
	Elastina	Colágeno hidrolizado	Alto	
	Vitamina E hidrosoluble	-	Bajo	
		-	Bajo	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

## 2.5. Calidad

### 2.5.1. Método de control de calidad.

- **Diagrama de Pareto**

Es conveniente indicar que un diagrama de Pareto es un gráfico de barras que contiene información importante de forma descendente y en función a las prioridades. De la misma

manera este diagrama constituye como método de análisis que permite identificar y por ende minimizar las causas más importantes de un problema. Es así que, mediante este diagrama se determinarán los posibles problemas que se pueden generar en el proceso de elaboración de la mascarilla hidropelástica de uva orgánica.

**Tabla N° 36**

*Diagrama de Pareto*

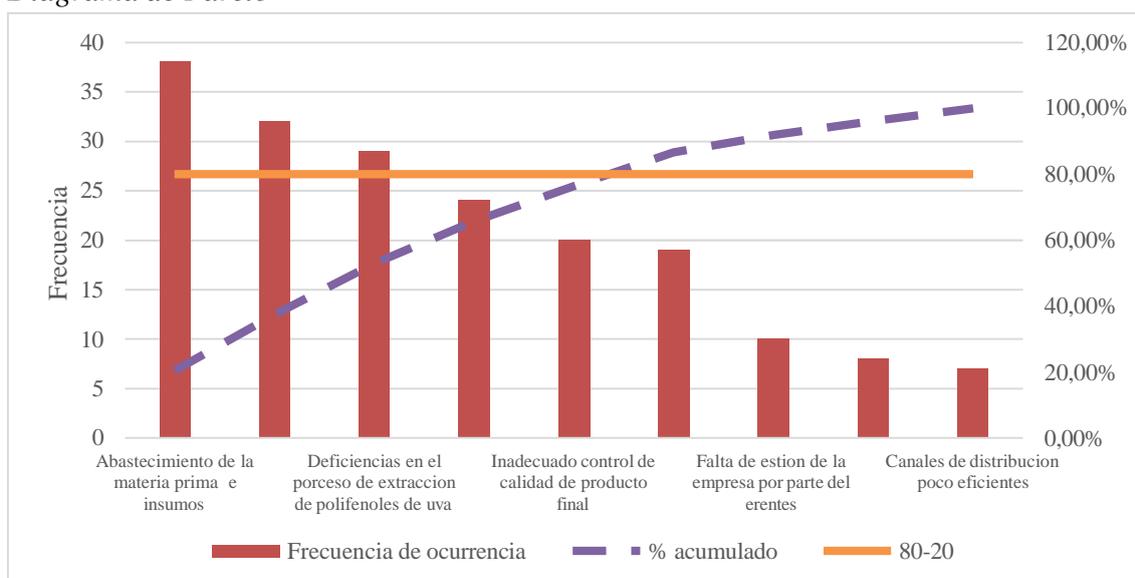
Problema	Frecuencia de ocurrencia	Frecuencia Acumulada	%	% acumulado	80-20
Abastecimiento de la materia prima e insumos	38	38	20,32%	20,32%	80%
Desperdicio de materia prima e insumos	32	70	17,11%	37,43%	80%
Deficiencias en el proceso de extracción de polifenoles de uva	29	99	15,51%	52,94%	80%
Fallos los equipos de elaboración	24	123	12,83%	65,78%	80%
Inadecuado control de calidad de producto final	20	143	10,70%	76,47%	80%
Deficientes procesos de producción	19	162	10,16%	86,63%	80%
Falta de gestión de la empresa por parte del gerente	10	172	5,35%	91,98%	80%
Quejas por parte de los clientes	8	180	4,28%	96,26%	80%
Canales de distribución poco eficientes	7	187	3,74%	100,00%	80%
<b>TOTAL</b>	<b>187</b>		<b>100%</b>		

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Gráfico N° 30**

*Diagrama de Pareto*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

Con base al diagrama de Pareto, se identifica que el problema más visible el proceso de elaboración de la mascarilla hidrolástica de uva orgánica es la falta de una abastecimiento de la materia prima e insumos al momento de empezar con la producción, seguido de la presencia de desperdicios de materia prima e insumos, deficiencias en el proceso de extracción de polifenoles de uva que es ingrediente estrella de la mascarilla, los fallos en los equipos de elaboración, el inadecuado control de calidad de producto final, los deficientes procesos de producción es decir, la falta de control y seguimiento, escasa gestión de la empresa por parte del gerente, la existencia de quejas por parte de los clientes y los canales de distribución poco eficientes que interfieren en la llegada del producto al consumidor final.

## **2.6. Normativas y permisos que afectan la instalación del negocio**

### **2.6.1. Seguridad e higiene ocupacional**

En el Ecuador existe pocas empresa y negocios que ejecutan una gestión de riesgos apropiada y que este comprometida a la ejecución de la normativa de seguridad e higiene ocupacional. Además, es necesario resaltar que la aplicación de planes o programas de seguridad no solo depende del técnico en seguridad sino también del empleado que debe comprometerse a enfrentar cambios y cumplir con normativas.

Acorde al art. 434 del Código de Trabajo (2012), se establece que toda empresa que cuente con más de 10 trabajadores; está obligación de elaborar un reglamento de seguridad y salud del trabajo que será renovado cada 2 años. Con base a este argumento la empresa “UVA” no está en la obligación de crear un reglamenta de Seguridad y Salud Ocupacional del Trabajo, pero si puede tomar en referencia las normativas legales establecidas por el Ministerio del Trabajo, reflejado en Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Decreto Ejecutivo 2393, en la que dispone las obligaciones de los empleadores para con sus trabajadores en aspectos relacionados a la prevención de riesgos en las áreas de trabajo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Organización y gestión**

#### **3.1. Objetivo del capítulo**

Determinar una estructura que define de manera pertinente y jerárquica la organización del proyecto cumpliendo los objetivos establecidos para alcanzar el apropiado funcionamiento empresarial.

#### **3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos**

##### **3.2.1. Visión de la empresa**

“Al año 2027, ser una empresa cosmética líder en la elaboración de mascarillas hidroplásticas de uva orgánica a nivel local, regional y nacional, contando con el apoyo de empleados, proveedores y clientes relacionados con la actividad de la empresa”.

##### **3.2.2. Misión de la empresa**

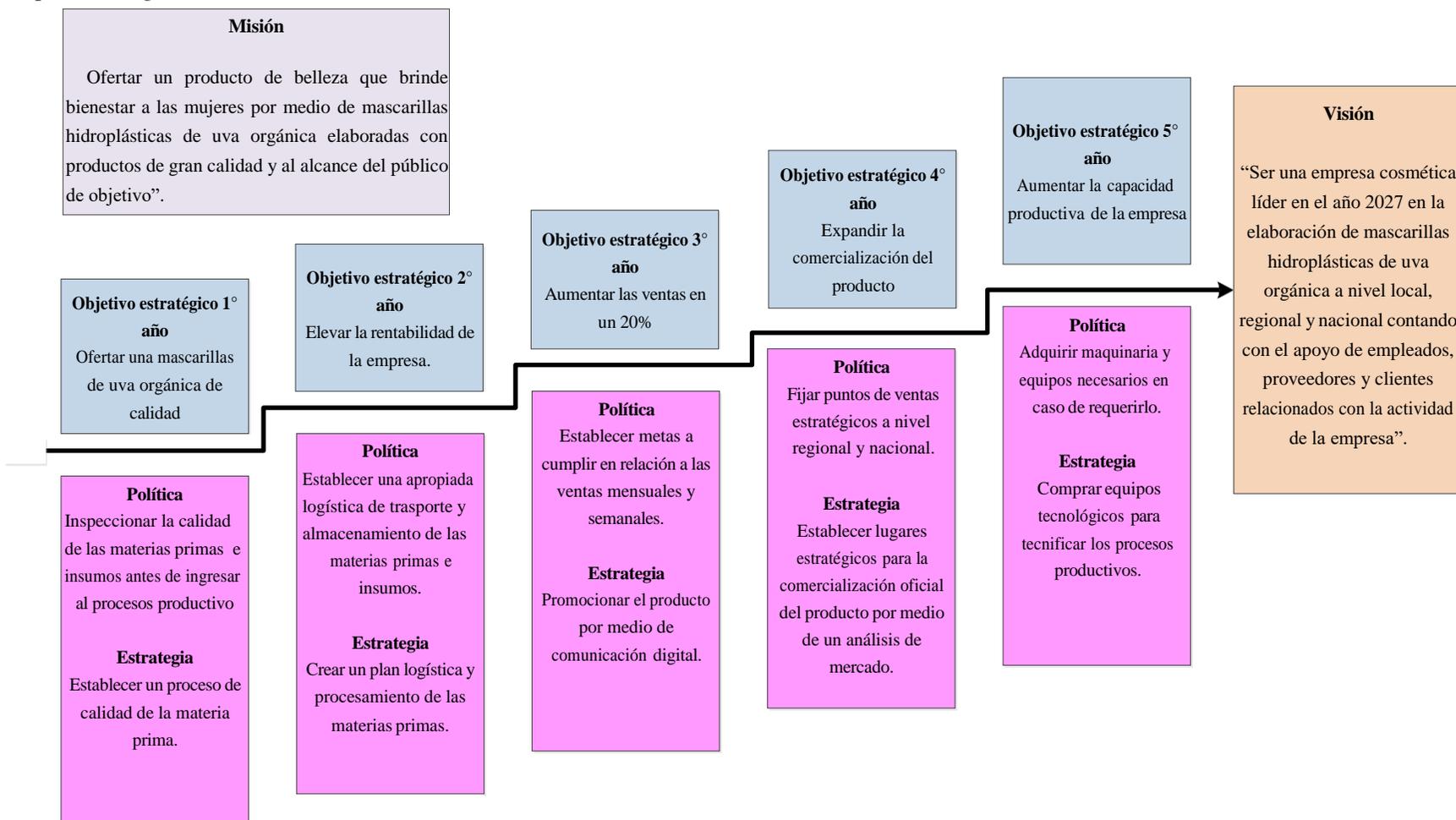
“Ofertar un producto de belleza que brinde bienestar a las mujeres por medio de mascarillas hidroplásticas de uva orgánica elaboradas con productos de gran calidad y al alcance del público objetivo”.

##### **3.2.3. Objetivos y estrategias**

La definición de los objetivos y estrategias se basarán con la determinación del análisis de la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) definido en anteriores apartados para analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, la matriz FODA se puede observar en el anexo 2.

### Gráfico N° 31

#### Mapa estratégico



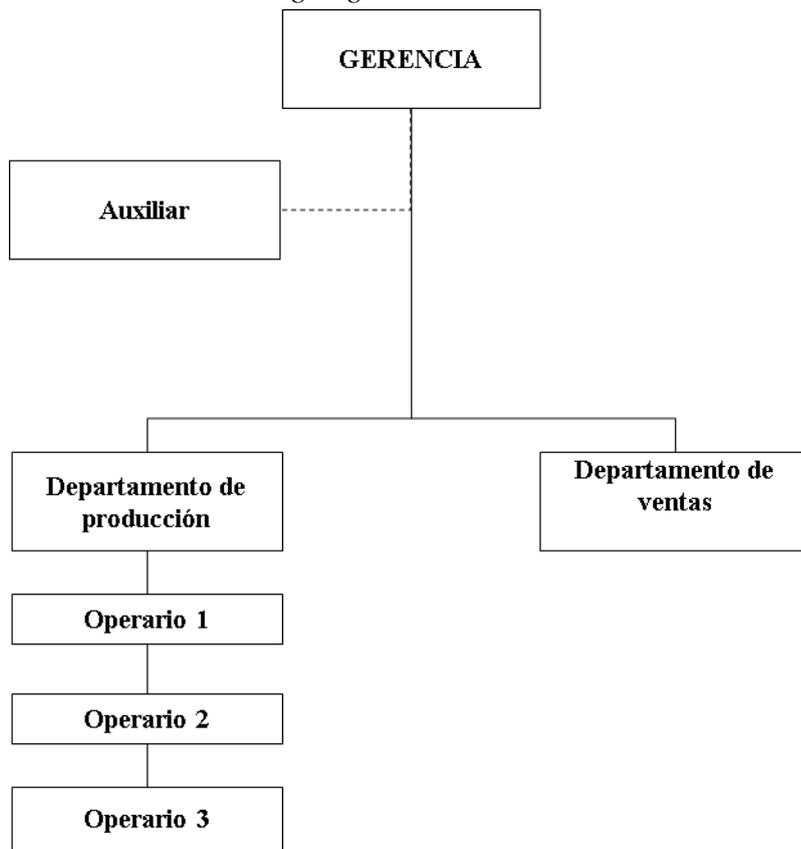
Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Dany Tovar

### 3.3. Organización funcional de la empresa

#### 3.3.1. Organización interna.

**“UVA”**  
**Organigrama Estructural**

**Gráfico N° 32**  
*Organigrama estructural*



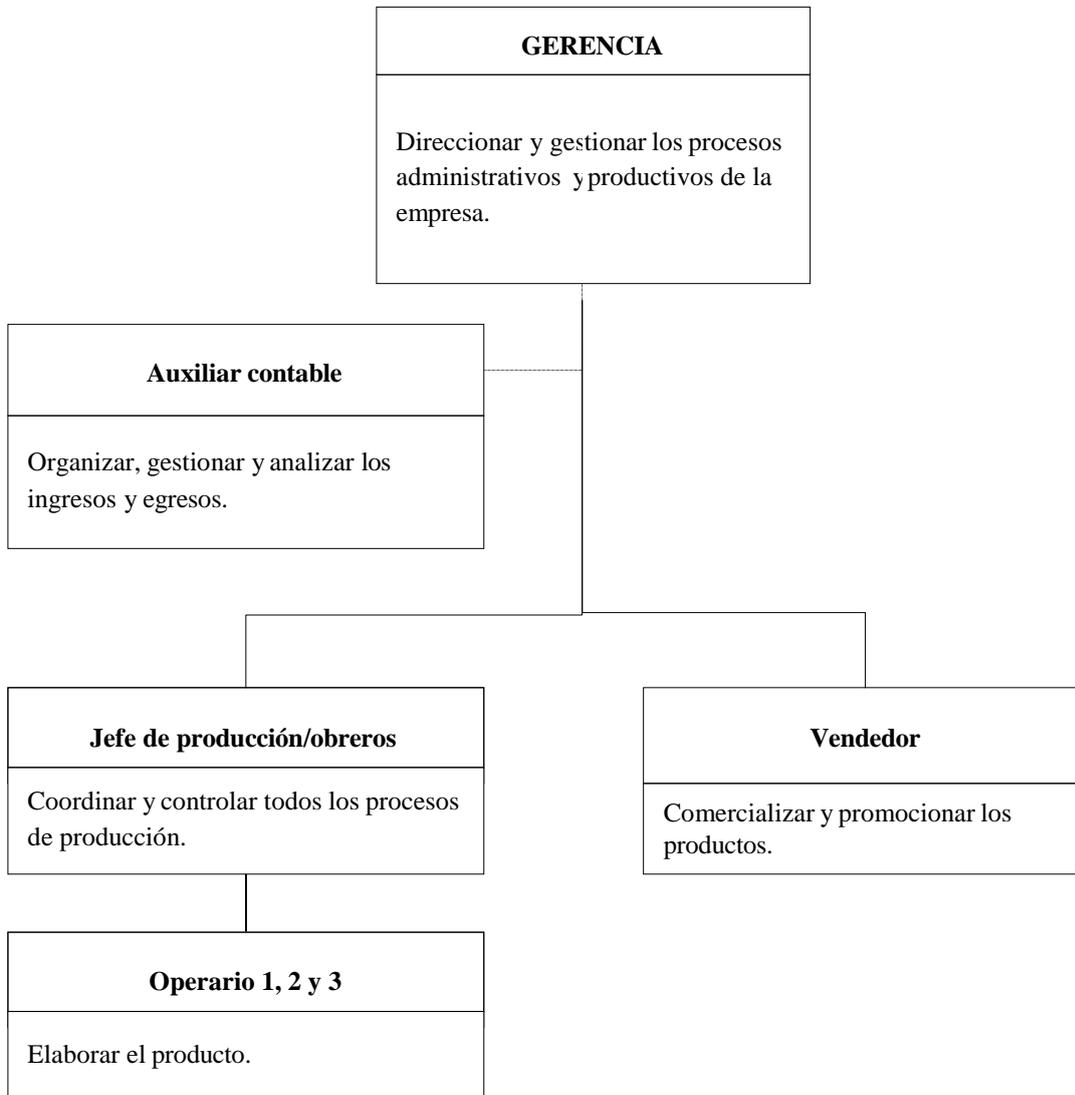
REFERENCIA			
	Relación de mando		
	Relación de apoyo	<b>Elaborado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
	Relación de autoridad funcional		<b>Fecha:</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**“UVA”**  
**Organigrama Funcional**

**Gráfico N° 33**  
*Organigrama funcional*



<b>REFERENCIA</b>			
	Relación de mando		
	Relación de apoyo	<b>Elaborado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
	Relación de autoridad funcional		<b>Fecha:</b>

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Dany Tovar

### 3.3.2. Descripción de puestos.

Por medio de la descripción de puestos se relatan todas las funciones de los trabajadores que deben cumplir dentro de su área de trabajo como también los requisitos mínimos para cubrir los puestos; y demás información necesaria, como se presenta a continuación:

**Tabla N° 37**

*Descripción de puesto del gerente general*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Gerente general
<i>Jefe inmediato superior</i>	Ninguno
<i>Supervisa a</i>	Auxiliar contable/Jefe de producción/Vendedor
<b>II. OBEJTIVO DEL PUESTO</b>	
Direccionar y gestionar de los procesos administrativos y productivos de la empresa	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ser el representante legal.</li><li>• Planificar todas las actividades a desarrollar en la empresa.</li><li>• Tomar las decisiones más acertadas en pro de la organización.</li><li>• Supervisar el trabajo de los empleados y todas las áreas.</li><li>• Controlar y analizar todos los ingresos y egresos de la empresa.</li><li>• Seleccionar y contratar al personal idóneo.</li><li>• Cumplir los objetivos y metas planteadas.</li><li>• Optimizar los recursos necesarios dentro del área de producción.</li><li>• Controlar las actividades programadas y planificadas.</li></ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<i>Título profesional</i>	Ingeniero/a o Licenciado/a en Administración de Empresas, Comercial, o afines.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 2 años en cargos similares.
<i>Habilidades</i>	Liderazgo, creatividad, responsabilidad, dirección, toma de decisiones, iniciativa.
<i>Formación</i>	Capacitaciones o cursos: Contabilidad general básica y gestión tributaria, Planificación y liderazgo.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

**Tabla N° 38****Descripción de puesto de auxiliar contable**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Auxiliar contable
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa a</i>	Ninguno
<b>II. OBJETIVOS DEL PUESTO</b>	
Organizar, gestionar y analizar los ingresos y egresos.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar y controló todos los datos financieros de la empresa.</li> <li>• Redactar y revisar documentos, (facturas, reportes, hojas de cálculos y otros documentos administrativos).</li> <li>• Atender a los clientes de manera personal, vía telefónica u otro medio de comunicación.</li> <li>• Gestionar las actividades contables, tributarias y administrativas de la empresa.</li> <li>• Llevar el registro contable de la empresa.</li> <li>• Tener actualizada la información financiera contable.</li> <li>• Mantener contacto con los vendedores sobre la venta de los productos.</li> <li>• Controlar los inventarios de materias y productos terminados</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<i>Título profesional</i>	Ingeniero/a o Licenciado/a en Administración de Empresas, CPA, Finanzas, o afines.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares.
<i>Habilidades</i>	Capacidad analítica, habilidad numérica, responsabilidad, digitación de documentos.
<i>Formación</i>	Cursos en: Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria, paquetes contables, gestión laboral, Excel medio/avanzado, ofimática.

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Dany Tovar

**Tabla N° 39***Descripción de puesto de jefe de producción*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Jefe de producción
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa a</i>	Ninguno
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
Coordinar y controlar todos los procesos de producción.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar la compra de materia prima para la producción de las mascarillas</li> <li>• Supervisar y controlar cada uno de los procesos de producción</li> <li>• Registrar los ingresos de materia prima e insumos</li> <li>• Registrar los egresos de bodega de los productos terminados</li> </ul>	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<i>Título profesional</i>	Cosmetólogo/a.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Responsabilidad, comunicación asertiva, iniciativa y creatividad.
<i>Formación</i>	Capacitaciones: Curso en buenas prácticas de manufactura, cosmetología.

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Dany Tovar**Tabla N° 40***Descripción de puesto de Operario 1*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Operario 1
<i>Jefe inmediato superior</i>	Jefe de producción
<i>Supervisa a</i>	Ninguno
<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
Realizar todas las actividades encargadas por el jefe de producción.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir la materia prima e insumos directamente de los proveedores.</li> <li>• Realizar el proceso de extracto de polifenoles de uva</li> <li>• Controlar el proceso de extracción de la materia principal</li> <li>• Registrar el proceso y tiempos de elaboración</li> </ul>	

- Medir las cantidades de las materias primas.

---

#### IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

---

<i>Título profesional</i>	Cosmetólogo/a.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares.
<i>Habilidades</i>	Responsabilidad, comunicación asertiva, iniciativa y creatividad.
<i>Formación</i>	Capacitaciones: Curso en buenas prácticas de manufactura, cosmetología.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

#### Tabla N° 41

*Descripción de puesto de Operario 2*

---

#### I. INFORMACIÓN BÁSICA

---

<i>Puesto</i>	Operario 2
<i>Jefe inmediato superior</i>	Jefe de producción
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

---

#### II. OBJETIVO DEL PUESTO

---

Realizar todas las actividades encargadas por el jefe de producción.

---

#### III. FUNCIONES

---

- Realizar las mezclas necesarias de las materias primas e insumos.
- Controlar el reposo y concentración de los materiales.
- Envasar el producto terminado en los envases respectivos.

---

#### IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

---

<i>Título profesional</i>	Cosmetólogo/a.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares.
<i>Habilidades</i>	Responsabilidad, comunicación asertiva, iniciativa y creatividad.
<i>Formación</i>	Capacitaciones: Curso en buenas prácticas de manufactura, cosmetología.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

## Tabla N° 42

### Descripción de puesto de Operario 3

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Operario 3
<i>Jefe inmediato superior</i>	Jefe de producción
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
Realizar todas las actividades encargadas por el jefe de producción.	

<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Etiquetar los envases de las mascarillas con sus respectivas etiquetas.</li><li>• Controlar el almacenamiento del producto terminado.</li><li>• Registrar las entradas y salidas de los productos.</li></ul>	

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<i>Título profesional</i>	Tecnólogo o bachiller de cualquier especialidad.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares de producción cosmética.
<i>Habilidades</i>	Compromiso, buena comunicación, trabajo en equipo.
<i>Formación</i>	Capacitaciones: Curso en buenas prácticas de manufactura.

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Dany Tovar

## Tabla N° 43

### Descripción de puesto de Vendedor

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<i>Puesto</i>	Vendedor
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente General
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

<b>II. OBJETIVO DEL PUESTO</b>	
Comercializar y promocionar los productos al público objetivo.	

<b>III. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Negociar y acordar ventas con los clientes.</li><li>• Captar nuevos clientes y canales de distribución.</li><li>• Comercializar de forma directa e indirecta los productos al consumidor final.</li><li>• Dirigir la publicidad de los productos.</li><li>• Planificar y cumplir con las metas de ventas.</li></ul>	

<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
--	--

<i>Título profesional</i>	Ingeniero/a o Licenciado/a Comercial, Administración de Empresas, Marketing, Negociación o afines.
<i>Experiencia</i>	Mínimo 1 año en cargos similares.
<i>Habilidades</i>	Atención al cliente, comunicación asertiva, trabajo en equipo, capacidad de persuasión y responsabilidad
<i>Formación</i>	Capacitaciones: Técnicas de ventas, y negociación

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

### 3.4 Control de gestión

#### 3.4.1 Indicadores de gestión.

Los indicadores de gestión a nivel organizacional se emplean para monitorear constantemente las brechas entre las metas planteadas y aquellas que se han cumplido, lo que constituye la base fundamental para la propuesta de nuevas iniciativas (García, 2018).

En función de la definición anterior, los indicadores de gestión permiten evaluar el nivel de cumplimiento de los objetivos y metas planteadas en cada una de las áreas que integran la empresa.

**Tabla N° 44**

*Indicadores de gestión*

<b>Área</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fórmula</b>
	Nivel de cumplimiento de objetivos	$\frac{\text{Objetivos alcanzados}}{\text{Objetivos planteados}}$
<b>Gerencia</b>	Nivel de rentabilidad	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Venta}}$
	Retorno de la inversión	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos y gastos}}$
<b>Producción</b>	Nivel de producción	$\frac{\text{Producción total}}{\text{Producción presupuestada}}$
	Control de calidad	$\frac{\text{Productos defectuosos}}{\text{Cantidad producida}}$
<b>Ventas</b>	Nivel de ventas	$\frac{\text{Ventas realizadas}}{\text{Ventas presupuestadas}}$
	% Reclamos	$\frac{\text{Nº de quejas y reclamos}}{\text{Nº de ventas realizadas}}$

Área	Indicador	Fórmula
	Nivel de incremento de clientes	$\frac{N^{\circ} \text{ Clientes nuevos}}{\text{Total clientes}}$

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

En la Tabla N° 44, se presentan indicadores para las áreas de gerencia, producción y ventas. Para el área de gerencia se proponen indicadores para evaluar el nivel de cumplimiento de objetivos, el nivel de rentabilidad y el retorno de la inversión. Para el área de producción, se propone indicadores que permitirían evaluar el nivel de producción y llevar un control de calidad. En el área de ventas se diseñan los indicadores que permitan medir el nivel de ventas alcanzado, el porcentaje de reclamos de los clientes y el nivel de incremento de clientes. Con base a los resultados obtenidos se tomarán decisiones e implementarán estrategias de mejora continua.

### 3.5 Necesidades de personal

Las necesidades de personal se presentan cuando la empresa va creciendo e incrementando su nivel de ventas. Por tanto, en la Tabla N° 47 se presenta la planificación del incremento para cubrir las necesidades del personal del presente plan de negocios con proyección a los siguientes cinco años:

**Tabla N° 45**  
*Necesidades de personal*

AÑO	PERSONAL					
	Gerente	Auxiliar Contable	Jefe de producción	Operadores	Vendedor	Contador
1	1	1	1	3	1	-
2	1	1	1	3	1	-
3	1	1	1	4	1	1
4	1	1	1	5	2	1
5	1	1	1	6	2	1

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Dany Tovar

En función del plan de necesidades del personal, se estima que en el tercer año la empresa podría contratar una persona más para el área de producción; del mismo modo,

para el tercer año se espera contratar un contador. En el cuarto año se prevé contratar otro obrero y un vendedor. Finalmente, en el quinto año se contratará otro obrero.

## **CAPITULO IV**

### **4. Jurídico legal**

#### **4.1. Objetivos del capítulo**

Establecer los aspectos jurídicos y legales requeridos para poner en marcha la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mascarilla hidrolástica de uva orgánica en la ciudad de Ambato.

#### **4.2. Determinación de la forma jurídica**

En el presente Plan de Negocios se constituirá una Compañía Limitada, que estará sujeta a la supervisión y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), considerando lo establecido en la Ley de Compañías (2008) en el artículo 92, en el cual se establece que este tipo de compañías se contrae entre tres o más personas; por otra parte, los socios únicamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y ejercen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Además, en el artículo 102 de la misma ley se estipula que el capital de la compañía se integrará por las aportaciones de los socios y no debe ser inferior al monto fijado por el SCVS que es un valor de \$400.

Con base en lo señalado, la empresa se creará bajo la razón social de UVA CÍA. LTDA., y estará integrada por tres socios, cuyo aporte de capital será el siguiente:

**Tabla N° 46**

*Aporte de los socios*

<b>Socios</b>	<b>Monto</b>	<b>% Participación</b>
Socio 1	200,00	50%
Socio 2	100,00	25%
Socio 3	100,00	25%
Total	400,00	100%

#### **4.3. Registros de marcas**

La empresa realizará el registro de la marca, logotipo y slogan creados en este plan de negocios (Gráfico N°23), en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (SENADI) mediante la página virtual, para lo cual se debe presentar una solicitud de registro de signos distintivos, el comprobante de pago de tasa, la etiqueta en digital (Formato JPG de 5X5 cm.), y como requisitos especiales, el certificado financiero para descuento.

También, es importante, de ser el caso, adjuntar un poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite y documento de prioridad ( Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2022). El costo del trámite es de \$ 208.00. El tiempo estimado para el registro de la marca es de aproximadamente 6 meses

#### **4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales**

- **RUC.**

Es importante que el nuevo negocio obtenga su Registro Único de Contribuyentes (RUC) que le permitirá identificar como una contribuyente con fines impositivos que proporcionan información a la Administración Tributaria. Según Servicios de Rentas Internas (2022) es necesario tener los siguientes requisitos para obtener el RUC:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

Para agilizar el trámite, los contribuyentes podrán realizar los procesos por medio del portal del SRI (2022), ingresando al portal: web [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec); acceso en el cual, se puede obtener de forma más rápida el RUC.

- **Permiso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario**

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) es la entidad que otorga el permiso de funcionamiento a los establecimientos con actividad de Productos Cosméticos, Higiénico de uso doméstico y/o combinados, autorizando la fabricación, elaborar, envase y acondicionamiento de los productos cosméticos en general.

Según ARCSA (2022) para obtener el permiso de debe realizar el siguiente procedimiento:

1. Presentar el Registro Único de Contribuyente (RUC)
2. Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento, acorde a la actividad comercial, para lo cual se deberá consultar en la siguiente página web: (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).
3. Ingresar usuario y contraseña.
4. Enviar el formulario y generar la orden de pago (\$102.00).
5. Realiza el pago respectivo y una vez validado se podrá imprimir el permiso de funcionamiento y factura.

También, es importante solicitar un permiso de funcionamiento al Ministerio de Salud Pública de la República del Ecuador, para lo cual, los propietarios o representantes legales de los negocios deben presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial

de Salud, incluido el nombre, número de la cédula o RUC; nombre o razón social del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación. Documentos que acrediten la personería jurídica; plano del establecimiento a escala 1:50; croquis de la ubicación del establecimiento; permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos y las copias de los certificados ocupacionales del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud público (Ministerio de Salud Pública, 2019).

- **Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos**

Según la Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP (2018), para obtener el permiso de funcionamiento, el dueño o representante del negocio debe presentar la copia del Pago de Predio actualizado, la copia del RUC, el Permiso del año anterior (para verificación), y el informe de Inspección, realizado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.

- **Patente municipal**

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato (2018) se requiere de los siguientes requisitos para la patente:

- Formulario de declaración inicial de actividad económica (imprimir de la página web de la Municipalidad.
- Copia de RUC actualizado y completo.
- Copia de la cédula y certificado de votación.

- **Ministerio de Trabajo**

La empresa “UVA” tendrá que cumplir diversas obligaciones con los trabajadores, por lo que está en la obligación de registrar todos los contratos de los empleados, tal como lo exige, el Ministerio de Trabajo, es así que, el empleador debe ingresar a la página web del ministerio todos los registros correspondientes realizados en el contrato de trabajo (Ministerio de Trabajo, 2020).

Para realizar el trámite en el Ministerio del Trabajo (2021) en relación al registro de los contratos de los trabajadores, el empleador deberá seguir las actividades que se detallan a continuación:

1. Ingresar a la página web del ministerio: <https://www.trabajo.gob.ec/sistema-de-registro-de-contratos-y-actas-de-finiquito/>
2. Digitar su usuario y contraseña.
3. Ingresar el registro de datos del trabajador y actas de finiquito.
4. Llenar el formulario en línea: <https://sut.trabajo.gob.ec/contratos-web/mrl/contratos/acuerdoFrm.xhtml>
5. Imprimir la plantilla del contrato de trabajo.

- **Registro de trabajadores al IESS**

Se registrarán a los trabajadores al IESS, como forma obligatoria por parte del empleador. El empresario debe registrar los ingresos y salidas de cada uno de los trabajadores cumpliendo la Ley de Seguridad Social determinado en él (Código de Trabajo, 2020).

El proceso a seguir para el registro de los empleados según (IESS, 2020) es el siguiente:

**Aviso de entrada:** El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días.

**Aviso de salida:** El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la enfermedad, la separación del trabajador (aviso de salida), u otra novedad relevante, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho y seguir el siguiente procedimiento:

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.
- Aviso de entrada y salida.
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
- Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de salida.
- Ingresar número de cédula del afiliado.
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.
- Validar y enviar
  
- **Ministerio de salud pública**

Dentro del marco de licencias es necesario obtener el Certificado de Salud Ocupacional de todo el personal de la empresa, que es un registro del examen médico indicando que el trabajador está libre de síntomas sugestivos que puedan tener repercusiones de salud pública (Ministerio de Salud Pública, 2022).

Para obtener el certificado es necesario realizar una solicitud al Ministerio de Salud Pública llamando al número telefónico o accediendo al trámite en línea por medio de la página web del ministerio. Una vez obtenido un turno, el trabajador se acercará al Centro de Salud para recibir la atención médica. Con los resultados médicos y revisados por el médico general se podrá obtener el certificado único de salud.

## CAPÍTULO V

### 5. Evaluación Financiera

#### 5.1. Objetivos del capítulo

Determinar la factibilidad económica y financiera para la elaboración y comercialización de mascarilla hidrolástica de uva orgánica en la ciudad de Ambato a través de una evaluación financiera.

#### 5.2. Plan de inversiones

En el plan de inversión se detallan las necesidades materiales y económicas para iniciar con la actividad productiva; en efecto, en la Tabla N° 47 se presenta el detalle de la inversión requerida para poner en marcha el presente plan de negocios:

**Tabla N° 47**

*Plan de inversiones*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total (USD)</b>
	<b>Local</b>		<b>\$ 850,00</b>
1	Arriendo	\$ 850,00	\$ 850,00
	<b>Instalaciones y remodelaciones</b>		<b>\$ 2.350,00</b>
1	Remodelación y adecuaciones	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00
	<b>Instalaciones eléctricas</b>		<b>\$ 700,00</b>
1	Honorario electricista	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Materiales y suministros eléctricos	\$ 200,00	\$ 200,00
	<b>Muebles y Enseres</b>		<b>\$ 870,00</b>
2	Escritorios tipo L	\$ 220,00	\$ 440,00
2	Sillas Giratorias	\$ 110,00	\$ 220,00
	Silla triple de espera	\$ 210,00	\$ 210,00

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total (USD)</b>
	<b>Herramientas</b>		<b>\$ 195,84</b>
2	Paletas de acero inoxidable	\$ 57,32	\$ 114,64
6	Espátula de laboratorio	\$ 2,00	\$ 12,00
2	Colador de acero inoxidable	\$ 6,10	\$ 12,20
2	Tazón de acero inoxidable	\$ 25,00	\$ 50,00
2	Vaso de precipitado (1 lt.)	\$ 3,50	\$ 7,00
	<b>Maquinaria y Equipo</b>		<b>\$ 996,27</b>
1	Molino pulverizador	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Balanza Digital 30kg 66lb	\$ 186,27	\$ 186,27
2	Mesa de acero inoxidable	\$ 155,00	\$ 310,00
	<b>Vehículos</b>		<b>\$ 22.000,00</b>
1	Camioneta Chevrolet una cabina año 2015(colocación un furgón aislado)	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
	<b>Equipo de computación</b>		<b>\$ 1.023,29</b>
1	Computadora	\$ 748,29	\$ 748,29
1	Impresora	\$ 275,00	\$ 275,00
	<b>Equipo de oficina</b>		<b>\$ 230,00</b>
1	Archivadores oficina	\$ 140,00	\$ 140,00
1	Teléfono Panasonic Hdv130	\$ 90,00	\$ 90,00
	<b>Inventarios</b>		<b>\$ 1.481,00</b>
20.044	Semilla de uva roja	\$ 0,01	\$ 100,22
26.725	Alginato marino (extracto de algas seco)	\$ 0,01	\$ 267,25
6.681	Colágeno cosmético	\$ 0,03	\$ 200,44
6.681	Elastina	\$ 0,05	\$ 334,06
6.681	Vitamina E hidrosoluble	\$ 0,07	\$ 445,42
636	Envase	\$ 0,05	\$ 31,82
636	Etiquetas	\$ 0,05	\$ 31,82
1	Guantes	\$ 10,99	\$ 10,99
1	Gorro (caja de 100 unidades)	\$ 4,99	\$ 4,99
1	Mascarillas (50 unidades)	\$ 2,00	\$ 2,00
4	Mandil	\$ 12,00	\$ 48,00
2	Tela de lino (mts)	\$ 2,00	\$ 4,00
	<b>Costos de Constitución</b>		<b>\$ 1.778,00</b>
	Patente y marcas	\$ 208,00	\$ 208,00
	Permisos de funcionamiento municipal	\$ 20,00	\$ 20,00
	Permisos de bomberos	\$ 25,00	\$ 25,00
	Honorario Abogado	\$ 1.525,00	\$ 1.525,00
	<b>Capital de trabajo</b>		<b>\$ 6.494,88</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 38.969,28</b>

**Fuente:** Datos recopilados a través de diversas entrevistas realizadas a proveedores de equipos, muebles y enseres, inventarios y profesionales de diferentes ciudades de la zona centro del país.

**Elaborado por:** Dany Tovar

Como se observa en la Tabla N° 47, se requiere una inversión inicial de \$ 38.969,28 para iniciar las actividades de la empresa, considerando un Capital de Trabajo de \$ 6.494,88 que corresponde al 20% de la inversión en activos fijos y otros. El rubro que requiere mayor inversión es vehículo debido a que se adquiriría una camioneta mediana marca Chevrolet año 2015 para la distribución del producto y visitar a los clientes, a la cual se colocará un furgón aislado. Los costos de constitución alcanzan un valor de \$ 1.778,00, ya que estos enmarcan los desembolsos que se deben realizar para obtener los permisos de funcionamiento, así como, el registro de la marca de la empresa y los honorarios al abogado.

### 5.3. Cálculo de costos y gastos

#### 5.3.1. Mano de obra

La mano de obra que se requiere para iniciar las actividades productivas de la empresa está integrada por 4 personas, 1 jefe de producción y 3 operarios, el primero percibe un sueldo de \$ 450,00, mientras que los operarios ganan el sueldo básico (\$425,00), sumando un costo de \$ 2.291,88.

**Tabla N° 48**

*Cálculo de mano de obra*

Ord.	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
			SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
1	Jefe de producción	J01	450,00	0,00	450,00	0,00	42,53	42,53	407,48
2	Operario 1	OP1	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
3	Operario 2	OP2	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
4	Operario 3	OP3	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
			1.725,00	0,00	1.725,00	0,00	163,01	163,01	1.561,99
<b>Patronal</b>	<b>SECAP</b>	<b>IECE</b>	<b>XIII</b>	<b>XIV</b>	<b>Fondo</b>	<b>Vacac,</b>	<b>Total</b>	<b>Costo</b>	
<b>11,15%</b>	<b>0,50%</b>	<b>0,50%</b>			<b>Reserva</b>		<b>Provisión</b>	<b>MO</b>	
50,18	2,25	2,25	37,50	35,42	0,00	18,75	146,34	596,34	
47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	0,00	17,71	140,18	565,18	
47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	0,00	17,71	140,18	565,18	
47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	0,00	17,71	140,18	565,18	
192,34	8,63	8,63	143,75	141,67	0,00	71,88	566,88	2.291,88	
<b>COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =</b>								<b>2.291,88</b>	

Elaborado por: Dany Tovar

### 5.3.2. Depreciación

Como se describe en la Tabla N° 49 el valor de activos fijos que se adquirirán para la producción y distribución de la mascarilla hidrop lástica de uva orgánica es de \$25,315.40. Para realizar el cálculo se utilizó el método lineal.

**Tabla N° 49**

*Cálculo de las depreciaciones*

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje Dep.	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	\$870.00	10%	\$87.00
Herramientas	10	\$195.84	10%	\$19.58
Maquinaria y Equipo	10	\$996.27	10%	\$99.63
Vehículos	5	\$22,000.00	20%	\$4,400.00
Equipo de computación	3	\$1,023.29	33%	\$341.06
Equipo de oficina	10	\$230.00	10%	\$23.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$25,315.40</b>		<b>\$4,970.27</b>

**Elaborado por:** Dany Tovar

Por otra parte, se realizó el cálculo de las depreciaciones por concepto de remodelación y adecuaciones y costos de constitución sumando un valor de \$590.60.

**Tabla N° 50**

*Cálculo de amortizaciones*

Detalle del bien	Vida útil	Valor	% de amortización	Depreciación anual
Remodelación y adecuaciones	10	\$2,350.00	10%	\$235.00
Costos de Constitución	5	\$1,778.00	20%	\$355.60
		<b>\$4,128.00</b>		<b>\$590.60</b>

**Elaborado por:** Dany Tovar

### 5.3.3. Proyección de la depreciación

Con base al valor obtenido del cálculo realizado para determinar el valor de las depreciaciones de los activos fijos de este plan de negocios, se realiza su proyección,

tomando en cuenta que, este valor se mantiene constante durante la vida útil del proyecto, a excepción de los equipos de computación, ya que su vida útil sólo es de 3 años.

**Tabla N° 51**

*Proyección de la depreciación*

<b>Detalle del bien</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Muebles y Enseres	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00
Herramientas	\$ 19.58	\$ 19.58	\$ 19.58	\$ 19.58	\$ 19.58
Maquinaria y Equipo	\$ 99.63	\$ 99.63	\$ 99.63	\$ 99.63	\$ 99.63
Vehículos	\$ 4,400.00	\$ 4,400.00	\$ 4,400.00	\$ 4,400.00	\$ 4,400.00
Equipo de computación	\$ 341.06	\$ 341.06	\$ 341.06	\$ 0.00	\$ 0.00
Equipo de oficina	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,970.27</b>	<b>\$ 4,970.27</b>	<b>\$ 4,970.27</b>	<b>\$ 4,629.21</b>	<b>\$ 4,629.21</b>

Elaborado por: Dany Tovar

**Tabla N° 52**

*Proyección de amortización*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Remodelación y adecuaciones	\$ 235.00	\$ 235.00	\$ 235.00	\$ 235.00	\$ 235.00
Costos de Constitución	\$ 355.60	\$ 355.60	\$ 355.60	\$ 355.60	\$ 355.60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 590.60</b>				

Elaborado por: Dany Tovar

**5.3.4. Detalle de costos**

Como se detalla en la Tabla N° 53 el costo mensual de la materia prima (Alginato marino, Polifenoles de uva, Colágeno cosmético, Elastina, Vitamina E hidrosoluble) es de \$ 7.298,50, en tanto que el costo total de la mano de obra asciende a \$ 2.291,88 mensuales. Por otra parte, también se han identificado cada uno de los costos indirectos (Guantes de vinilo, Gorro, Mascarillas, Mandil, servicios básicos y el valor por depreciaciones), el cual suma un valor de \$616.17.

**Tabla N° 53**

*Detalle de costos - producción*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
<b>Materia prima</b>				<b>\$7,298.50</b>	<b>\$87,582.05</b>
Alginato marino (extracto de algas seco)	Gramos	106.900,50	0,01	\$1,069.01	\$12,828.06
Polifenoles de uva	Gramos	80.175,38	0,01	\$400.88	\$4,810.52
Colágeno cosmético	Gramos	26.725,13	0,03	\$801.75	\$9,621.05
Elastina	Gramos	26.725,13	0,05	\$1,336.26	\$16,035.08
Vitamina E hidrosoluble	Gramos	26.725,13	0,07	\$1,781.68	\$21,380.10
Envase	Unidades	2.545,25	0,70	\$1,781.68	\$21,380.10
Etiquetas	Unidades	2.545,25	0,05	\$127.26	\$1,527.15
<b>Mano de Obra</b>				<b>\$2,291.88</b>	<b>\$27,502.55</b>
Sueldo personal de producción		3,00	763,96	2.291,88	\$2,291.88
<b>Costos Indirectos</b>				<b>\$616.17</b>	<b>\$7,344.13</b>
Guantes de vinilo	Caja (100 unidades)	1,00	10,99	\$10.99	\$131.88
Gorro	Caja (100 unidades)	1,00	4,99	\$4.99	\$9.98
Mascarillas	Caja (50 unidades)	2	2,00	\$4.00	\$48.00
Mandil	Unidades	4	12,00	\$48.00	\$576.00
Tela de lino (mts)	Metros	2	2,00	\$4.00	\$48.00
Servicios básicos (luz, agua)				130,00	\$130.00
Depreciaciones				\$414.19	\$4,970.27
<b>TOTALES</b>				<b>\$10,206.55</b>	<b>\$122,428.74</b>

**Elaborado por:** Dany Tovar

### 5.3.5. Proyección de costos

Una vez determinados los costos mensuales que se requieren para la elaboración de la mascarilla hidrolástica 105 gr., se procede a realizar la proyección anual, utilizando el promedio de la tasa de crecimiento de inflación de los últimos 5 años; así también, se separa los costos fijos y costos variables.

**Tabla N° 54***Proyección de costos*

Descripción	Costos			Costos			Costos		
	Fijos	Variables	Total año 1	Fijos	Variables	Total año 2	Fijos	Variables	Total año 3
<b>Materia prima</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,298.50</b>	<b>\$87,582.05</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,333.54</b>	<b>\$88,002.45</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,368.74</b>	<b>\$88,424.86</b>
Alginato marino (extracto de algas seco)	\$0.00	\$1,069.01	\$12,828.06	\$0.00	\$1,074.14	\$12,889.63	\$0.00	\$1,079.29	\$12,951.50
Polifenoles de uva	\$0.00	\$400.88	\$4,810.52	\$0.00	\$402.80	\$4,833.61	\$0.00	\$404.73	\$4,856.81
Colágeno cosmético	\$0.00	\$801.75	\$9,621.05	\$0.00	\$805.60	\$9,667.23	\$0.00	\$809.47	\$9,713.63
Elastina	\$0.00	\$1,336.26	\$16,035.08	\$0.00	\$1,342.67	\$16,112.04	\$0.00	\$1,349.12	\$16,189.38
Vitamina E hidrosoluble	\$0.00	\$1,781.68	\$21,380.10	\$0.00	\$1,790.23	\$21,482.72	\$0.00	\$1,798.82	\$21,585.84
Envase	\$0.00	\$1,781.68	\$21,380.10	\$0.00	\$1,790.23	\$21,482.72	\$0.00	\$1,798.82	\$21,585.84
Etiquetas	\$0.00	\$127.26	\$1,527.15	\$0.00	\$127.87	\$1,534.48	\$0.00	\$128.49	\$1,541.85
<b>Mano de Obra</b>	<b>\$2,291.88</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$27,502.55</b>	<b>\$2,302.88</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$31,054.27</b>	<b>\$2,446.81</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$32,995.16</b>
Sueldo personal de producción	\$2,291.88	\$0.00	\$27,502.55	\$2,302.88	\$0.00	\$31,054.27	\$2,446.81	\$0.00	\$32,995.16
<b>Costos Indirectos</b>	<b>\$492.67</b>	<b>\$123.50</b>	<b>\$7,344.13</b>	<b>\$493.05</b>	<b>\$124.09</b>	<b>\$7,355.53</b>	<b>\$493.42</b>	<b>\$124.69</b>	<b>\$7,366.98</b>
Guantes de vinilo	\$10.99	\$0.00	\$131.88	\$11.04	\$0.00	\$132.51	\$11.10	\$0.00	\$133.15
Gorro	\$4.99	\$0.00	\$9.98	\$5.01	\$0.00	\$10.03	\$5.04	\$0.00	\$10.08
Mascarillas	\$4.00	\$0.00	\$48.00	\$4.02	\$0.00	\$48.23	\$4.04	\$0.00	\$48.46
Mandil	\$48.00	\$0.00	\$576.00	\$48.23	\$0.00	\$578.76	\$48.46	\$0.00	\$581.54
Tela de lino (mts)	\$4.00	\$0.00	\$48.00	\$4.02	\$0.00	\$48.23	\$4.04	\$0.00	\$48.46
Servicios básicos (luz, agua)	\$6.50	\$123.50	\$1,560.00	\$6.53	\$124.09	\$1,567.49	\$6.56	\$124.69	\$1,575.01
Depreciaciones	\$414.19	\$0.00	\$4,970.27	\$414.19	\$0.00	\$4,970.27	\$414.19	\$0.00	\$4,970.27
<b>TOTALES</b>	<b>\$2,784.55</b>	<b>\$7,422.00</b>	<b>\$122,428.74</b>	<b>\$2,795.93</b>	<b>\$7,457.63</b>	<b>\$126,412.25</b>	<b>\$2,940.23</b>	<b>\$7,493.43</b>	<b>\$128,787.00</b>

Descripción	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
<b>Materia prima</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,404.11</b>	<b>\$88,849.30</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,439.65</b>	<b>\$89,275.77</b>
Alginato marino (extracto de algas seco)	\$0.00	\$1,084.47	\$13,013.67	\$0.00	\$1,089.68	\$13,076.14
Polifenoles de uva	\$0.00	\$406.68	\$4,880.13	\$0.00	\$408.63	\$4,903.55
Colágeno cosmético	\$0.00	\$813.35	\$9,760.25	\$0.00	\$817.26	\$9,807.10
Elastina	\$0.00	\$1,355.59	\$16,267.09	\$0.00	\$1,362.10	\$16,345.17
Vitamina E hidrosoluble	\$0.00	\$1,807.45	\$21,689.45	\$0.00	\$1,816.13	\$21,793.56
Envase	\$0.00	\$1,807.45	\$21,689.45	\$0.00	\$1,816.13	\$21,793.56
Etiquetas	\$0.00	\$129.10	\$1,549.25	\$0.00	\$129.72	\$1,556.68
<b>Mano de Obra</b>	<b>\$2,599.74</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$35,057.36</b>	<b>\$2,762.22</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$37,248.45</b>
Sueldo personal de producción	\$2,599.74	\$0.00	\$35,057.36	\$2,762.22	\$0.00	\$37,248.45
<b>Costos Indirectos</b>	<b>\$465.38</b>	<b>\$125.29</b>	<b>\$7,037.42</b>	<b>\$465.77</b>	<b>\$125.89</b>	<b>\$7,048.98</b>
Guantes de vinilo	\$11.15	\$0.00	\$133.79	\$11.20	\$0.00	\$134.43
Gorro	\$5.06	\$0.00	\$10.12	\$5.09	\$0.00	\$10.17
Mascarillas	\$4.06	\$0.00	\$48.69	\$4.08	\$0.00	\$48.93
Mandil	\$48.69	\$0.00	\$584.33	\$48.93	\$0.00	\$587.14
Tela de lino (mts)	\$4.06	\$0.00	\$48.69	\$4.08	\$0.00	\$48.93
Servicios básicos (luz, agua)	\$6.59	\$125.29	\$1,582.57	\$6.63	\$125.89	\$1,590.17
Depreciaciones	\$385.77	\$0.00	\$4,629.21	\$385.77	\$0.00	\$4,629.21
<b>TOTALES</b>	<b>\$3,065.12</b>	<b>\$7,529.40</b>	<b>\$130,944.08</b>	<b>\$3,227.98</b>	<b>\$7,565.54</b>	<b>\$133,573.20</b>

**Elaborado por:** Dany Tovar

### 5.3.6. Detalle de gastos

Los gastos enmarcan aquellos desembolsos necesarios para producir, mantener y vender los productos del negocio. En efecto, los gastos se han clasificado en administrativos, de venta y financieros, en función del área de negocio. Los gastos administrativos de este proyecto suman un valor mensual de \$2,172.15, los cuales contemplan los sueldos del personal que administra el negocio, el valor por pago de arriendo, los desembolsos por adquisición de suministros de oficina, útiles de aseo y limpieza y servicios básicos. Para el caso de gastos de venta, este valor asciende a \$ 713,10, el cual engloba el sueldo al vendedor y los gastos de publicidad y propaganda. Finalmente, los gastos financieros los constituye el pago por intereses.

**Tabla N° 55**

*Detalle de gastos*

#### GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
<b>Sueldos al personal administrativo</b>				<b>\$1,219.68</b>	<b>\$14,636.15</b>
Gerente	Dólares	656,58	1	\$656,58	\$7.879,00
Auxiliar contable	Dólares	563,10	1	\$563,10	\$6.757,15
<b>Arrendamientos</b>				<b>\$850.00</b>	<b>\$10,200.00</b>
<b>Suministros de oficina</b>				<b>\$10.63</b>	<b>\$127.50</b>
Hojas de papel bond	Resma	3.75	1	\$3.75	\$45.00
Esferos	Unidad	0.50	2	\$1.00	\$12.00
Clips	Caja	1.25	0.5	\$0.63	\$7.50
Grapas	Caja	1.50	0.5	\$0.75	\$9.00
Carpeta (folder)	Unidad	4.50	1.0	\$4.50	\$54.00
<b>Útiles de aseo y limpieza</b>				<b>\$5.63</b>	<b>\$67.50</b>
Escobas	unidad	4.50	0.3	\$1.13	\$13.50
Palas	unidad	2.00	0.5	\$1.00	\$12.00
Desinfectantes	unidad	4.75	0.5	\$2.38	\$28.50
Trapeador	unidad	4.50	0.3	\$1.13	\$13.50
<b>Servicios básicos</b>				<b>\$37.00</b>	<b>\$444.00</b>
Teléfono			12.0	\$12.00	\$144.00
Internet	Plan		25.0	\$25.00	\$300.00
<b>Amortización</b>				<b>\$49.22</b>	<b>\$590.60</b>

Gastos amortización	\$49.22	\$590.60
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$2,172.15</b>	<b>\$26,065.75</b>

#### GASTOS DE VENTAS

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
<b>Sueldos Personal de Ventas</b>				<b>\$563.10</b>	<b>\$6,757.15</b>
Vendedor	unidad		1	\$563.10	\$6,757.15
<b>Publicidad y propaganda</b>				<b>\$150.00</b>	<b>\$1,800.00</b>
Redes sociales (Facebook, Instagram )	unidad	\$ 150.00	1	\$150.00	\$1,800.00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>150.00</b>	<b>2.00</b>	<b>\$713.10</b>	<b>\$8,557.15</b>

#### GASTOS FINANCIEROS

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados		1	1	\$636.53	\$2,763.90
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>0.00</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>\$636.53</b>	<b>\$2,763.90</b>

<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$3,521.77</b>	<b>\$37,386.80</b>
------------------------	-------------------	--------------------

Elaborado por: Dany Tovar

#### 5.3.7. Proyección gastos

Del mismo modo en que se efectuó la proyección de los costos de producción, para proyectar los gastos administrativos, de venta y financieros se utiliza el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años que es 0.48%. Cabe mencionar que el rol de pagos del área administrativa y de ventas se encuentra en el anexo 3.

**Tabla N° 56***Proyección de gastos*

## GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Descripción	Gasto			Total año			Gastos			Total año		
	mensual	Fijos	Variables	1	Fijos	Variables	2	Fijos	Variables	3		
<b>Sueldos al personal administrativo</b>	<b>\$1,219.68</b>	<b>\$1,219.68</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$14,636.15</b>	<b>\$1,225.53</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$14,706.40</b>	<b>\$1,231.42</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$14,776.99</b>		
Gerente	\$656,58	\$656,58	\$0,00	\$7.879,00	\$659,73	\$0,00	\$7.916,82	\$662,90	\$0,00	\$7.954,82		
Auxiliar contable	\$563,10	\$563,10	\$0,00	\$6.757,15	\$565,80	\$0,00	\$6.789,58	\$568,51	\$0,00	\$6.822,17		
<b>Arrendamientos</b>	<b>\$850.00</b>	<b>\$850.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$10,200.00</b>	<b>\$903.13</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$10,837.50</b>	<b>\$959.57</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$11,514.84</b>		
<b>Suministros de oficina</b>	<b>\$10.63</b>	<b>\$10.63</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$127.50</b>	<b>\$10.68</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$128.11</b>	<b>\$10.73</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$128.73</b>		
Hojas de papel bond	\$3.75	\$3.75	\$0.00	\$45.00	\$3.77	\$0.00	\$45.22	\$3.79	\$0.00	\$45.43		
Esferos	\$1.00	\$1.00	\$0.00	\$12.00	\$1.00	\$0.00	\$12.06	\$1.01	\$0.00	\$12.12		
Clips	\$0.63	\$0.63	\$0.00	\$7.50	\$0.63	\$0.00	\$7.54	\$0.63	\$0.00	\$7.57		
Grapas	\$0.75	\$0.75	\$0.00	\$9.00	\$0.75	\$0.00	\$9.04	\$0.76	\$0.00	\$9.09		
Carpeta (folder)	\$4.50	\$4.50	\$0.00	\$54.00	\$4.52	\$0.00	\$54.26	\$4.54	\$0.00	\$54.52		
<b>Útiles de aseo y limpieza</b>	<b>\$5.63</b>	<b>\$5.63</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$67.50</b>	<b>\$5.65</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$67.82</b>	<b>\$5.68</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$68.15</b>		
Escobas	\$1.13	\$1.13	\$0.00	\$13.50	\$1.13	\$0.00	\$13.56	\$1.14	\$0.00	\$13.63		
Palas	\$1.00	\$1.00	\$0.00	\$12.00	\$1.00	\$0.00	\$12.06	\$1.01	\$0.00	\$12.12		
Desinfectantes	\$2.38	\$2.38	\$0.00	\$28.50	\$2.39	\$0.00	\$28.64	\$2.40	\$0.00	\$28.77		
Trapeador	\$1.13	\$1.13	\$0.00	\$13.50	\$1.13	\$0.00	\$13.56	\$1.14	\$0.00	\$13.63		
<b>Servicios básicos</b>	<b>\$37.00</b>	<b>\$37.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$444.00</b>	<b>\$37.18</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$446.13</b>	<b>\$37.36</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$448.27</b>		
Teléfono	\$12.00	\$12.00	\$0.00	\$144.00	\$12.06	\$0.00	\$144.69	\$12.12	\$0.00	\$145.39		
Internet	\$25.00	\$25.00	\$0.00	\$300.00	\$25.12	\$0.00	\$301.44	\$25.24	\$0.00	\$302.89		
<b>Amortización</b>	<b>\$49.22</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$590.60</b>		
Gastos amortización	\$49.22	\$590.60	\$0.00	\$590.60	\$590.60	\$0.00	\$590.60	\$590.60	\$0.00	\$590.60		
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,172.15</b>	<b>\$2,713.53</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$26,065.75</b>	<b>\$2,772.76</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$26,776.57</b>	<b>\$2,835.35</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$27,527.59</b>		

Descripción	Gastos		Total año	Gastos		Total año
	Fijos	Variables	4	Fijos	Variables	5
<b>Sueldos al personal administrativo</b>	<b>\$1,237.33</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$14,847.92</b>	<b>\$1,243.27</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$14,919.19</b>
Gerente	\$666,08	\$0,00	\$7.993,00	\$669,28	\$0,00	\$8.031,37
Auxiliar contable	\$571,24	\$0,00	\$6.854,92	\$573,99	\$0,00	\$6.887,82
<b>Arrendamientos</b>	<b>\$1,019.54</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$12,234.52</b>	<b>\$1,083.26</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$12,999.18</b>
<b>Suministros de oficina</b>	<b>\$10.78</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$129.34</b>	<b>\$10.83</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$129.97</b>
Hojas de papel bond	\$3.80	\$0.00	\$45.65	\$3.82	\$0.00	\$45.87
Esferos	\$1.01	\$0.00	\$12.17	\$1.02	\$0.00	\$12.23
Clips	\$0.63	\$0.00	\$7.61	\$0.64	\$0.00	\$7.65
Grapas	\$0.76	\$0.00	\$9.13	\$0.76	\$0.00	\$9.17
Carpeta (folder)	\$4.57	\$0.00	\$54.78	\$4.59	\$0.00	\$55.04
<b>Útiles de aseo y limpieza</b>	<b>\$5.71</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$68.48</b>	<b>\$5.73</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$68.81</b>
Escobas	\$1.14	\$0.00	\$13.70	\$1.15	\$0.00	\$13.76
Palas	\$1.01	\$0.00	\$12.17	\$1.02	\$0.00	\$12.23
Desinfectantes	\$2.41	\$0.00	\$28.91	\$2.42	\$0.00	\$29.05
Trapeador	\$1.14	\$0.00	\$13.70	\$1.15	\$0.00	\$13.76
<b>Servicios básicos</b>	<b>\$37.54</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$450.42</b>	<b>\$37.72</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$452.59</b>
Teléfono	\$12.17	\$0.00	\$146.08	\$12.23	\$0.00	\$146.78
Internet	\$25.36	\$0.00	\$304.34	\$25.48	\$0.00	\$305.80
<b>Amortización</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$590.60</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$590.60</b>
Gastos amortización	\$590.60	\$0.00	\$590.60	\$590.60	\$0.00	\$590.60
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,901.49</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$28,321.29</b>	<b>\$2,971.41</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$29,160.33</b>

GASTOS DE VENTAS

Descripción	Gasto	Gastos		Total año	Gastos		Total año	Gastos		Total año
	mensual	Fijos	Variables	1	Fijos	Variables	2	Fijos	Variables	3
<b>Sueldos Personal de Ventas</b>	<b>\$563.10</b>	<b>\$563.10</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$6,757.15</b>	<b>\$598.29</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,179.47</b>	<b>\$635.68</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$7,628.19</b>
Vendedor	\$563.10	\$563.10	\$0.00	\$6,757.15	\$598.29	\$0.00	\$7,179.47	\$635.68	\$0.00	\$7,628.19
<b>Publicidad y propaganda</b>	<b>\$150.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$150.00</b>	<b>\$1,800.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,808.64</b>	<b>\$1,808.64</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,817.32</b>	<b>\$1,817.32</b>
Redes sociales (Facebook, Instagram )	\$150.00	\$0.00	\$150.00	\$1,800.00	\$0.00	\$1,808.64	\$1,808.64	\$0.00	\$1,817.32	\$1,817.32
<b>TOTAL</b>	<b>\$713.10</b>	<b>\$563.10</b>	<b>\$150.00</b>	<b>\$8,557.15</b>	<b>\$598.29</b>	<b>\$1,808.64</b>	<b>\$8,988.11</b>	<b>\$635.68</b>	<b>\$1,817.32</b>	<b>\$9,445.51</b>

Descripción	Gastos		Total año	Gastos		Total año
	Fijos	Variables	4	Fijos	Variables	5
<b>Sueldos Personal de Ventas</b>	<b>\$675.41</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$8,104.95</b>	<b>\$717.63</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$8,611.51</b>
Vendedor	\$675.41	\$0.00	\$8,104.95	\$717.63	\$0.00	\$8,611.51
<b>Publicidad y propaganda</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,826.04</b>	<b>\$1,826.04</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,834.81</b>	<b>\$1,834.81</b>
Redes sociales (Facebook, Instagram )	\$0.00	\$1,826.04	\$1,826.04	\$0.00	\$1,834.81	\$1,834.81
<b>TOTAL</b>	<b>\$675.41</b>	<b>\$1,826.04</b>	<b>\$9,931.00</b>	<b>\$717.63</b>	<b>\$1,834.81</b>	<b>\$10,446.32</b>

GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Gasto			Total año	Gastos			Total año	Gastos			Total año
	mensual	Fijos	Variables	1	Fijos	Variables	2	Fijos	Variables	3		
Intereses pagados	\$636.53	\$0.00	\$636.53	\$2,763.90	\$0.00	\$188.06	\$2,256.69	\$0.00	\$141.39	\$1,696.70		
<b>TOTAL</b>	<b>\$636.53</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$636.53</b>	<b>\$2,763.90</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$188.06</b>	<b>\$2,256.69</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$141.39</b>	<b>\$1,696.70</b>		

Descripción	Gastos			Total año	Gastos			Total año
	Fijos	Variables	4	Fijos	Variables	5		
Intereses pagados	\$0.00	\$89.87	\$1,078.44	\$0.00	\$32.99	\$395.84		
<b>TOTAL</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$89.87</b>	<b>\$1,078.44</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$32.99</b>	<b>\$395.84</b>		

Elaborado por: Dany Tovar

## 5.4. Plan de financiamiento

Para satisfacer las necesidades de financiamiento y cubrir oportunamente la inversión inicial y el comienzo de la producción de la mascarilla hidrolástica 105 gr. se recurrirá a fuentes de financiamiento de terceros.

### 5.4.1. Forma de financiamiento

La inversión inicial del proyecto es \$ 38.969,28, de los cuales el 76.98% se financiera a través de un crédito bancario y el 23.02% a través de recursos propios. La tabla de amortización se detalla en el anexo 4.

**Tabla N° 57**

*Plan de financiamiento*

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
<b>Recursos Propios</b>	<b>\$8,969.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>23.02%</b>
Efectivo	\$8,969.28	100.00%	23.02%
Bienes	\$0.00	0.00%	0.00%
<b>Recursos de terceros</b>	<b>\$30,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>76.98%</b>
Préstamo bancario	\$30,000.00	100.00%	76.98%
<b>Total</b>	<b>\$38,969.28</b>		<b>100.00%</b>

Elaborado por: Dany Tovar

## 5.5. Cálculo de ingresos

Para cubrir el mercado insatisfecho de la mascarilla hidrolástica 105 gr. se producirán 30.543 unidades del producto al año. Su precio de venta se estableció en base al costo de producción (materia prima+ mano de obra + CIF) al cual se sumó un margen de utilidad del 47%, como se observa en la Tabla N° 58:

**Tabla N° 58**

*Determinación del precio de venta unitario*

Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Costo Unitario	Margen de utilidad %	Margen de utilidad \$	Precio de Venta Unitario
\$7,298.50	\$2,291.88	\$616.17	10,206.55	2,545	\$4.01	55.00%	\$5,613.60	\$6.22
			10,207	2,545		1	\$5,613.60	\$6.22

Elaborado por: Dany Tovar

Una vez determinado el precio de venta de la mascarilla hidrolástica 105 gr. se calcularon los ingresos que se estiman obtener al vender 30.540 unidades de producto son \$ 189,958.80.

### Tabla N° 59

#### *Cálculo del ingreso anual*

Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas(anuales)	Ingresos
\$6.22	30.540	\$189,958.80

Elaborado por: Dany Tovar

### 5.5.1. Proyección de ingresos

Para realizar las proyecciones de los ingresos por concepto de venta del producto se tomó como base la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ambato (cantidad a producir) y el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años (precio de venta). Con base a estos indicadores se realizó la proyección de los ingresos para los próximos 5 años de vida del proyecto:

### Tabla N° 60

#### *Proyección de ingresos*

Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas (anuales)	Ingresos
\$6.22	30,540	\$189,958.80
\$6.25	30,922	\$193,258.05
\$6.28	31,305	\$196,590.87
\$6.31	31,693	\$199,982.79
\$6.34	32,086	\$203,434.44

Elaborado por: Dany Tovar

### 5.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite establecer los niveles en los que la producción va a causar una pérdida o una utilidad. En efecto, para determinar el punto de equilibrio del proyecto se tomó en cuenta los siguientes datos:

**Tabla N° 61**

*Datos para calcular el punto de equilibrio*

<b>Descripción</b>	<b>Costo fijo</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Costo Total</b>
Detalle de costos	\$33,414.58	\$89,064.05	\$122,428.74
Gastos de Administración	25.475,15	\$32,562.35	\$0.00
Gastos de Ventas	\$6,757.15	\$1,800.00	\$8,557.15
Gastos Financieros	\$0.00	\$2,763.90	\$2,763.90
<b>SUMAN</b>	<b>\$72,734.08</b>	<b>\$93,627.95</b>	<b>\$159,815.53</b>

<b>Descripción</b>	<b>Datos</b>
Número unidades	30.540
Precio unitario de venta	6.22
Ingresos totales	189.958,80
<u>Costo Variable Unitario</u>	<u>3.07</u>

**Elaborado por:** Dany Tovar

- **Punto de Equilibrio Unidades**

$$P.E.U = \frac{\text{Costos Fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$P.E.U = \frac{\$72.734,08}{6,22 - 3,07}$$

$$P.E.U = 23.059$$

Para obtener un punto de equilibrio en unidades la empresa tendrá que vender 23.059 unidades de las mascarillas hidropásticas 105 gr.

- **Punto de Equilibrio Ventas**

$$P.E.\$ = \frac{\text{Costos Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$P.E.\$ = \frac{\$72.734,08}{1 - \frac{\$93.627,95}{189.958,80}}$$

$$P.E.\$ = 143.427,36$$

La empresa tendrá un punto de equilibrio cuando tenga ingresos de \$ 143.427,36.

- **Punto de equilibrio Porcentaje**

$$P.E. \% = \frac{\text{Costos Fijo}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} * 100$$

$$P.E. \% = \frac{\$72,734.08}{\$189.958,80 - \$93,627.95} * 100$$

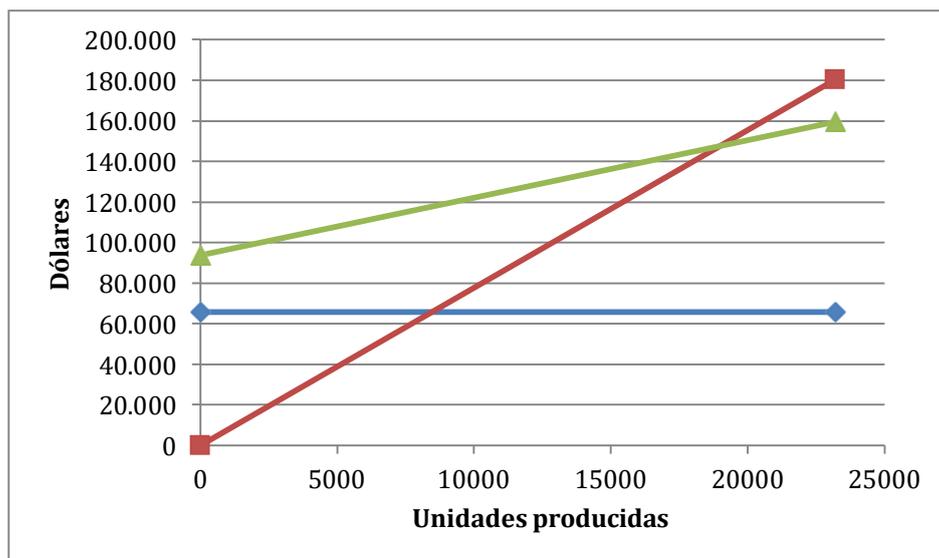
$$P.E. \% = 75,50\%$$

El porcentaje obtenido indica que, de las ventas totales, el 75,50% será utilizado para el pago de los costos fijos y variables, mientras que el 24,50% restante es la utilidad que obtendrá la empresa.

En el Gráfico N° 34 se puede observar el punto de equilibrio del presente plan de negocios:

Gráfico N° 34

*Punto de equilibrio*



Elaborado por: Dany Tovar

## 5.7. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados constituye una herramienta que permite conocer si el plan de negocios es o no rentable durante los 5 años de vida del proyecto. Además, su estructura permite visualizar en resumen los gastos administrativos, de ventas y financieros que se realizaron en cada periodo. Los resultados obtenidos muestran que, en el año 2022, la empresa genera los recursos suficientes para cubrir sus costos de producción y sus gastos operativos, generando una utilidad de \$19,216.33.

**Tabla N° 62**

*Estado de resultados proyectado*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	\$189,958.80	\$193,258.05	\$196,590.87
(-) Costo de Ventas	\$122,428.74	\$126,412.25	\$128,787.00
<b>(=) Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$67,530.06</b>	<b>\$66,845.80</b>	<b>\$67,803.87</b>
(-) Gastos de venta	\$8,557.15	\$8,988.11	\$9,445.51
<b>(=) Utilidad neta en ventas</b>	<b>\$58,972.91</b>	<b>\$57,857.69</b>	<b>\$58,358.36</b>
(-) Gastos Administrativos	\$26,065.75	\$26,776.57	\$27,527.59
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>\$32,907.16</b>	<b>\$31,081.12</b>	<b>\$30,830.77</b>
(-) Gastos Financieros	\$2,763.90	\$2,256.69	\$1,696.70
(+) Otros Ingresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) Otros Egresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>(=) Utilidad antes de participaciones</b>	<b>\$30,143.27</b>	<b>\$28,824.43</b>	<b>\$29,134.08</b>
(-) 15% Participación trabajadores	\$4,521.49	\$4,323.66	\$4,370.11
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$25,621.78</b>	<b>\$24,500.77</b>	<b>\$24,763.97</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$6,405.44	\$6,125.19	\$6,190.99
<b>(=) Utilidad o pérdida del ejercicio</b>	<b>\$19,216.33</b>	<b>\$18,375.58</b>	<b>\$18,572.97</b>

Descripción	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$199,982.79	\$203,434.44
(-) Costo de Ventas	\$130,944.08	\$133,573.20
<b>(=) Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$69,038.71</b>	<b>\$69,861.24</b>
(-) Gastos de venta	\$9,931.00	\$10,446.32
<b>(=) Utilidad neta en ventas</b>	<b>\$59,107.71</b>	<b>\$59,414.92</b>
(-) Gastos Administrativos	\$28,321.29	\$29,160.33
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>\$30,786.42</b>	<b>\$30,254.59</b>
(-) Gastos Financieros	\$1,078.44	\$395.84

(+) Otros Ingresos	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Egresos	\$0,00	\$0,00
<b>(=) Utilidad antes de participaciones</b>	<b>\$29.707,98</b>	<b>\$29.858,74</b>
(-) 15% Participación trabajadores	\$4.456,20	\$4.478,81
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$25.251,79</b>	<b>\$25.379,93</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$6.312,95	\$6.344,98
<b>(=) Utilidad o pérdida del ejercicio</b>	<b>\$18.938,84</b>	<b>\$19.034,95</b>

Elaborado por: Dany Tovar

## 5.8. Flujo de caja

Esta herramienta permite demostrar la capacidad de pago en efectivo de la empresa, sirve para identificar los montos de ingresos y desembolsos que se generaran durante la operatividad del proyecto.

### Tabla N° 63

#### Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$189,958.80</b>	<b>\$193,258.05</b>
Ingresos por ventas	\$0.00	\$189,958.80	\$193,258.05
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$157,051.64</b>	<b>\$162,176.93</b>
Materia prima directa	\$0.00	\$87,582.05	\$88,002.45
Mano de obra directa	\$0.00	\$27,502.55	\$31,054.27
Costos indirectos de fabricación	\$0.00	\$7,344.13	\$7,355.53
Gastos Administrativos	\$0.00	\$26,065.75	\$26,776.57
Gastos de Ventas	\$0.00	\$8,557.15	\$8,988.11
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$32,907.16</b>	<b>\$31,081.12</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$38,969.28</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>
Recursos propios	\$8,969.28	\$0.00	\$0.00
Recursos de terceros	\$30,000.00	\$0.00	\$0.00
Créditos a contratarse a corto plazo	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros ingresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$32,474.40</b>	<b>\$18,565.25</b>	<b>\$18,087.17</b>
Inversión realizada	\$32,474.40	\$0.00	\$0.00
Adquisición de activos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos financieros	\$0.00	\$2,763.90	\$2,256.69
Pago de créditos	\$0.00	\$4,874.41	\$5,381.63
Pago de participación de utilidades	\$0.00	\$4,521.49	\$4,323.66
Pago de impuestos	\$0.00	\$6,405.44	\$6,125.19

Otros egresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>\$6,494.88</b>	<b>\$18,565.25</b>	<b>\$18,087.17</b>
<b>G FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	<b>\$6,494.88</b>	<b>\$14,341.92</b>	<b>\$12,993.95</b>
<b>H SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$6,494.88</b>	<b>\$20,836.80</b>
<b>I SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>\$6,494.88</b>	<b>\$20,836.80</b>	<b>\$33,830.75</b>

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$196,590.87</b>	<b>\$199.982,79</b>	<b>\$203.434,44</b>
Ingresos por ventas	\$196,590.87	\$199.982,79	\$203.434,44
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$165,760.10</b>	<b>\$169.196,36</b>	<b>\$173.179,85</b>
Materia prima directa	\$88,424.86	\$88.849,30	\$89.275,77
Mano de obra directa	\$32,995.16	\$35.057,36	\$37.248,45
Costos indirectos de fabricación	\$7,366.98	\$7.037,42	\$7.048,98
Gastos Administrativos	\$27,527.59	\$28.321,29	\$29.160,33
Gastos de Ventas	\$9,445.51	\$9.931,00	\$10.446,32
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>\$30,830.77</b>	<b>\$30.786,42</b>	<b>\$30.254,59</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
Recursos propios	\$0.00	\$0,00	\$0,00
Recursos de terceros	\$0.00	\$0,00	\$0,00
Créditos a contratarse a corto plazo	\$0.00	\$0,00	\$0,00
Otros ingresos	\$0.00	\$0,00	\$0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$18,199.42</b>	<b>\$18.407,46</b>	<b>\$18.462,11</b>
Inversión realizada	\$0.00	\$0,00	\$0,00
Adquisición de activos	\$0.00	\$0,00	\$0,00
Gastos financieros	\$1,696.70	\$1.078,44	\$395,84
Pago de créditos	\$5,941.62	\$6.559,88	\$7.242,47
Pago de participación de utilidades	\$4,370.11	\$4.456,20	\$4.478,81
Pago de impuestos	\$6,190.99	\$6.312,95	\$6.344,98
Otros egresos	\$0.00	\$0,00	\$0,00
<b>F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>\$18,199.42</b>	<b>\$18.407,46</b>	<b>\$18.462,11</b>
<b>G FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	<b>\$12,631.36</b>	<b>\$12.378,96</b>	<b>\$11.792,48</b>
<b>H SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>\$33,830.75</b>	<b>\$46.462,11</b>	<b>\$58.841,07</b>
<b>I SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>\$46,462.11</b>	<b>\$58.841,07</b>	<b>\$70.633,55</b>

Elaborado por: Dany Tovar

## 5.9. Evaluación financiera

Para determinar la viabilidad del presente plan de negocios se realiza la evaluación financiera que sustente financieramente durante su planeación y ejecución. Para ello, se

aplicaron indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Beneficio/Costo.

### 5.9.1. Indicadores

#### 5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para calcular el VAN se utilizó las funciones del programa Microsoft Excel, con base a los siguientes datos:

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -\$38,969.28 + \frac{14,341.92}{1,10} + \frac{12,993.95}{1,21} + \frac{12,631.36}{1,34} + \frac{12,378,96}{1,48} + \frac{11,792,48}{1,63}$$

$$VAN = -38,969.28 + 13,009.27 + 10,691.35 + 9,427.30 + 8,380,45 + 7,241,59$$

$$VAN = \$ 9.780,68$$

Con base a los flujos de caja se determinó que el VAN del proyecto es \$ 9.780,68, es decir, el proyecto genera un flujo positivo.

### Tabla N° 64

#### Cálculo de TMAR

Datos	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACION	RELACION
Capital Propio	8.969,28	23,02%	11,26%	2,59%	tasa pasiva
Capital financiado	30.000,00	76,98%	9,94%	7,65%	tasa activa
<b>Total de la inversión</b>	<b>38.969,28</b>	<b>100,00%</b>		<b>10,24%</b>	<b>TMAR</b>

Elaborado por: Dany Tovar

La tasa de fondos propios del presente plan de negocios es 10.24%, mientras que la tasa de terceros es de 9.94%, convirtiéndose en una tasa atractiva para los inversionistas.

#### 5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el plan de negocios sea exactamente igual a la inversión realizada es 19.8%.

$$\text{TIR} = 20.0\%$$

Conforme los resultados obtenidos, con una tasa de descuento (TMAR) del 10.24% el VAN del proyecto es de \$ 9.780,68 y se obtendrá un rendimiento (TIR) de 20.0% se evidencia la viabilidad del proyecto.

### 5.9.1.3. Beneficio Costo

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

$$\begin{aligned} \text{B/C} &= \frac{\text{VAI}}{\text{VAC}} \\ \text{B/C} &= \frac{\$1,434,543.30}{\$1,253,493.99} \\ \text{B/C} &= 1.14 \end{aligned}$$

El coeficiente del beneficio/costo es de 1.14; siendo mayor a 1 se acepta el proyecto.

### 5.9.1.4. Período de Recuperación

Esta medida indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo, para lo cual se utilizó el siguiente indicador:

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \varepsilon \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

El resultado obtenido muestra que el periodo de recuperación de la inversión realizada es de recuperación en 2 años 11 meses y 1 días.

## BIBLIOGRAFÍA

- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (24 de Marzo de 2022). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2022). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/#:~:text=El%20Permiso%20de%20Funcionamiento%20es,establecimientos%20de%20servicios%20de%20salud>.
- Alviso, J. M. (22 de 02 de 2019). *NFINITI Car Wrap, el servicio para personalizar el color de tu auto*. Obtenido de [Vision automotriz.com.mx](https://www.visionautomotriz.com.mx): <https://www.visionautomotriz.com.mx/21265/infiniti-car-wrap-el-servicio-para-personalizar-el-color-de-tu-auto/>
- Chávez, M. (2021). *Desarrollo de un análisis FODA y Diagrama de Pareto en la camaronera Oceanproduct Cia. Ltda. Para mejorar su posicionamiento estratégico*. [Tesis de pregrado, Universidad de Técnica de Machala], Machala. Retrieved from <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12605/1/ECUACE-2018-AE-CD00303.pdf>
- (2020). *Código de Trabajo*. Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005. Obtenido de [https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal\\_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf)
- Cuerpo de Bombreros de Latacunga. (2022). *Permisos de funcionamiento en Cotopaxi*. Obtenido de <http://www.bomberoslatacunga.gob.ec/site/index.php/ct-menu-item-37/ct-menu-item-39/114-permisos-de-funcionamiento>
- Freire, K., Rivera, D., & Ordoñez, D. (2020). Estrategias de marketing digital como medio de comunicación e impulso de las ventas. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, En línea. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/11/marketing-digital.html>
- García, G. (2018). *Gestión de cambios organizacionales: Modelo integrado: factores transformacionales y transaccionales*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Su14DwAAQBAJ&dq=indicadores+de+gestion&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=Su14DwAAQBAJ&dq=indicadores+de+gestion&source=gbs_navlinks_s)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato. (2018). *Documentos Habilitantes Catastros y Avalúos*. Obtenido de <https://gadmatic.ambato.gob.ec/gadmatic/docs/requisitos.pdf>
- H. Congreso Nacional. (26 de Septiembre de 2012). *Código de Trabajo*. Quito. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- IESS. (2020). *Aviso de Entrada y Salida*. Obtenido de <https://www.iesgob.ec/es/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>

- Ley de Compañías. (2008). *Ley de Compañías*. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf)
- López, E. (2017). *Marketing*. [https://books.google.com.ec/books?id=s08pEAAAQBAJ&dq=5+fuerzas+de+porter&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=s08pEAAAQBAJ&dq=5+fuerzas+de+porter&source=gbs_navlinks_s).
- Mejía, C., Cherres, D., & Ramos, M. (2020). Percepción de marca y comportamiento de compra del consumidor en empresas del sector comercial Tungurahua. *Digital Publisher CEIT*, 5(2), 70-80. doi:doi.org/10.33386/593dp.2020.2.168
- Méndez, R. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: Enfoque para emprendedores*. [https://books.google.com.ec/books?id=MBwuEAAAQBAJ&dq=Demanda+potencial&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=MBwuEAAAQBAJ&dq=Demanda+potencial&source=gbs_navlinks_s).
- Ministerio de Salud Pública. (2019). *Conozca los requisitos y valores a pagar para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/#:~:text=El%20permiso%20de%20funcionamiento%2C%20es,acuerdo%20al%20tipo%20de%20establecimiento>.
- Ministerio de Salud Pública. (08 de Abril de 2022). *Emisión del Certificado Único de Salud*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/emision-del-certificado-unico-de-salud/>
- Ministerio de Trabajo. (2020). *Cumplimiento de Obligaciones*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/36469-2/>
- Ministerio del trabajo. (2021). *SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE TRABAJO Y EMPLEO (SAITE)*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/sistema-de-registro-de-contratos-y-actas-de-finiquito/>
- Ramos, J., Mejía, C., & Ballesteros, L. (2020). Publicidad en medios digitales y su impacto en el emprendimiento de empresas comerciales en la ciudad de Ambato. *Digital Publisher*, 5(5-1), 288-298. doi:doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.316
- Sánchez, J. (2020). ¿Cómo diseñar canales de distribución, con un enfoque de clientes? *Revista Observatorio de las Ciencias Sociales en Iberoamérica*, 1(3), En línea. Obtenido de <https://www.eumed.net/uploads/articulos/5e9042639fb2359551e023d08805767b.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Registro Unicos de Contribuyente RUC*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Sonia, L. (2020). *“Plan de negocios para la producción y comercialización de bloque con paja blanca en la ciudad de Ambato”*. [Tesis de pregrado, Universidad Indoamerica], Repositorio, Ambato. Retrieved from <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1403/1/1803672342%20Luzpa%20Guam%C3%A1n%20Sonia%20Targelia.pdf>

Universidad San Martín de Porres. (2020). *Introducción a la Economía*. Santa Anita. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2020-I/MANUALES/II%20CICLO/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf>

## Anexos

### Anexo 1: Modelo De Encuesta

#### Instrucciones

- En la presente encuesta tiene como objetivo recabar información acerca de la elaboración de la mascarilla hidrolásticas de uvas orgánica.
- Seleccione la opción que considere

#### Sexo

Femenino \_\_\_\_\_  
Masculino \_\_\_\_\_

#### Datos sociodemográficos

##### 1. Edad

18 – 25 años \_\_\_\_\_  
26 – 34 años \_\_\_\_\_  
35 – 42 años \_\_\_\_\_  
43 – 50 años \_\_\_\_\_  
50 - 55 años \_\_\_\_\_  
55 - 60 años \_\_\_\_\_

##### 2. ¿Cuál es su nivel de ingresos anual?

Actualmente no tengo ingresos \_\_\_\_\_  
380 – 500 \_\_\_\_\_  
510 – 600 \_\_\_\_\_  
610 – 800 \_\_\_\_\_  
810 – 1000 \_\_\_\_\_  
Más de 1000 dólares \_\_\_\_\_

##### 1. ¿Su actual ocupación es?

Estudiante \_\_\_\_\_  
Empleado dependiente \_\_\_\_\_  
Trabajador Independiente \_\_\_\_\_  
Ama de casa \_\_\_\_\_

**Producto**

**2. ¿Usted ha comprado alguna vez mascarilla hidrolástica?**

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

**3. ¿Con que frecuencia usted utiliza mascarilla hidrolástica?**

Cada mes \_\_\_\_\_  
De manera trimestral \_\_\_\_\_  
Cada seis meses \_\_\_\_\_  
Anualmente \_\_\_\_\_  
Nunca \_\_\_\_\_

**4. ¿Cuántas mascarillas hidrolástica compra al año?**

1 mascarilla \_\_\_\_\_  
2 mascarilla \_\_\_\_\_  
3 mascarilla \_\_\_\_\_  
4 mascarilla \_\_\_\_\_  
5 mascarilla \_\_\_\_\_  
Más de cinco \_\_\_\_\_

**5. ¿Usted compraría mascarilla hidrolástica de uva para el cuidado de la piel?**

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

**6. Si responde si ¿Cuántas mascarillas hidrolástica de uva estaría dispuesta a comprar anualmente?**

1 mascarilla \_\_\_\_\_  
2 mascarilla \_\_\_\_\_  
3 mascarilla \_\_\_\_\_  
4 mascarilla \_\_\_\_\_  
5 mascarilla \_\_\_\_\_  
Más de cinco \_\_\_\_\_

**7. ¿En qué presentación le gustaría que la mascarilla hidrolástica de uva salga a la venta?**

Frasco de plástico \_\_\_\_\_  
Frasco de vidrio \_\_\_\_\_

**Precio**

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mascarilla hidrolástica?**

- \$3,00 - \$5,00 \_\_\_\_\_
- \$5,10 - \$7,00 \_\_\_\_\_
- \$7,10 - \$9,00 \_\_\_\_\_
- Más de 9 dólares \_\_\_\_\_

**Plaza**

**9. ¿En qué lugar compraría usted mascarilla hidrolástica?**

- Supermercados \_\_\_\_\_
- Tiendas de belleza \_\_\_\_\_
- Almacenes \_\_\_\_\_
- Tiendas online \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

**Promoción**

**10. ¿Qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?**

- Radio \_\_\_\_\_
- Televisión \_\_\_\_\_
- Periódicos \_\_\_\_\_
- Revistas \_\_\_\_\_
- Redes Sociales \_\_\_\_\_

● **MUCHAS GRACIAS**

## Anexo 2: Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano con experiencia en el área de salud y cuidado de la piel.</li> <li>• Equipo y tecnología de punta</li> <li>• Materia prima orgánica</li> <li>• Producto de calidad</li> <li>• Cumplimiento de normas y estándares de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa nueva en el mercado</li> <li>• Poca información sobre el producto validada con estudios</li> <li>• Línea de producto restringida</li> <li>• Necesidad de liquidez para la inversión</li> <li>• Permisos y requerimientos para el funcionamiento.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado al detalle</li> <li>• Posibilidades de expansión</li> <li>• Tendencia de consumo de productos naturales</li> <li>• Acceso a nuevas tecnologías de publicidad y promoción.</li> <li>• Variedad en canales de distribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos para acceder a financiamiento bancario</li> <li>• Ingreso de productos por contrabando</li> <li>• Productos sustitutos</li> <li>• Saturación del segmento de mercado elegido</li> <li>• Cambio continuo de las políticas laborales y tributarias.</li> </ul>

Anexo 3: Calculo sueldo administración y ventas

**CALCULO DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
1		Gerente		500,00	0,00	500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
2		Auxiliar		425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
<b>TOTALES</b>				<b>925,00</b>	<b>0,00</b>	<b>925,00</b>	<b>0,00</b>	<b>87,41</b>	<b>87,41</b>	<b>837,59</b>

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac, c,	Total Provision	Costo MO
	55,75	2,50	2,50	41,67	33,33	0,00	20,83	156,58	656,58
	47,39	2,13	2,13	35,42	33,33	0,00	17,71	138,10	563,10
	<b>103,14</b>	<b>4,63</b>	<b>4,63</b>	<b>77,08</b>	<b>66,67</b>	<b>0,00</b>	<b>38,54</b>	<b>294,68</b>	<b>1.219,68</b>

**COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO = 1.219,68**

**CALCULO DEL SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS**

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
1		Vendedor		425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
<b>TOTALES</b>				<b>425,00</b>	<b>0,00</b>	<b>425,00</b>	<b>0,00</b>	<b>40,16</b>	<b>40,16</b>	<b>384,84</b>

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac, c,	Total Provision	Costo MO
	47,39	2,13	2,13	35,42	33,33	0,00	17,71	138,10	563,10
	<b>47,39</b>	<b>2,13</b>	<b>2,13</b>	<b>35,42</b>	<b>33,33</b>	<b>0,00</b>	<b>17,71</b>	<b>138,10</b>	<b>563,10</b>

**COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL VENTAS = 563,10**

Anexo 4: Tabla de amortización

<b>MONTO A FINANCIAR</b>	<b>\$ 30.000,00</b>
<b>TASA ANUAL</b>	<b>9,94%</b>
<b>TASA MENSUAL</b>	<b>0,008283</b>
<b>TIEMPO A FINANCIAR</b>	<b>5</b>
<b>N/PERIODOS</b>	<b>60</b>

Productivo  
PYMES

CALCULO DE CUOTA PAGO	\$ 636,53
INTERES	\$ 248,50
CAPITAL	\$ 388,03

Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO FINAL
0					<b>\$ 30.000,00</b>
1	\$ 30.000,00	\$ 636,53	\$ 248,50	\$ 388,03	\$ 29.611,97
2	\$ 29.611,97	\$ 636,53	\$ 245,29	\$ 391,24	\$ 29.220,73
3	\$ 29.220,73	\$ 636,53	\$ 242,05	\$ 394,48	\$ 28.826,25
4	\$ 28.826,25	\$ 636,53	\$ 238,78	\$ 397,75	\$ 28.428,50
5	\$ 28.428,50	\$ 636,53	\$ 235,48	\$ 401,04	\$ 28.027,46
6	\$ 28.027,46	\$ 636,53	\$ 232,16	\$ 404,37	\$ 27.623,10
7	\$ 27.623,10	\$ 636,53	\$ 228,81	\$ 407,71	\$ 27.215,38
8	\$ 27.215,38	\$ 636,53	\$ 225,43	\$ 411,09	\$ 26.804,29
9	\$ 26.804,29	\$ 636,53	\$ 222,03	\$ 414,50	\$ 26.389,79
10	\$ 26.389,79	\$ 636,53	\$ 218,60	\$ 417,93	\$ 25.971,86
11	\$ 25.971,86	\$ 636,53	\$ 215,13	\$ 421,39	\$ 25.550,47
12	\$ 25.550,47	\$ 636,53	\$ 211,64	\$ 424,88	\$ 25.125,59
13	\$ 25.125,59	\$ 636,53	\$ 208,12	\$ 428,40	\$ 24.697,18
14	\$ 24.697,18	\$ 636,53	\$ 204,58	\$ 431,95	\$ 24.265,23
15	\$ 24.265,23	\$ 636,53	\$ 201,00	\$ 435,53	\$ 23.829,70
16	\$ 23.829,70	\$ 636,53	\$ 197,39	\$ 439,14	\$ 23.390,57
17	\$ 23.390,57	\$ 636,53	\$ 193,75	\$ 442,77	\$ 22.947,79
18	\$ 22.947,79	\$ 636,53	\$ 190,08	\$ 446,44	\$ 22.501,35
19	\$ 22.501,35	\$ 636,53	\$ 186,39	\$ 450,14	\$ 22.051,21
20	\$ 22.051,21	\$ 636,53	\$ 182,66	\$ 453,87	\$ 21.597,34
21	\$ 21.597,34	\$ 636,53	\$ 178,90	\$ 457,63	\$ 21.139,71
22	\$ 21.139,71	\$ 636,53	\$ 175,11	\$ 461,42	\$ 20.678,30
23	\$ 20.678,30	\$ 636,53	\$ 171,29	\$ 465,24	\$ 20.213,05
24	\$ 20.213,05	\$ 636,53	\$ 167,43	\$ 469,09	\$ 19.743,96
25	\$ 19.743,96	\$ 636,53	\$ 163,55	\$ 472,98	\$ 19.270,98
26	\$ 19.270,98	\$ 636,53	\$ 159,63	\$ 476,90	\$ 18.794,08
27	\$ 18.794,08	\$ 636,53	\$ 155,68	\$ 480,85	\$ 18.313,23
28	\$ 18.313,23	\$ 636,53	\$ 151,69	\$ 484,83	\$ 17.828,40
29	\$ 17.828,40	\$ 636,53	\$ 147,68	\$ 488,85	\$ 17.339,55
30	\$ 17.339,55	\$ 636,53	\$ 143,63	\$ 492,90	\$ 16.846,66
31	\$ 16.846,66	\$ 636,53	\$ 139,55	\$ 496,98	\$ 16.349,68
32	\$ 16.349,68	\$ 636,53	\$ 135,43	\$ 501,10	\$ 15.848,58
33	\$ 15.848,58	\$ 636,53	\$ 131,28	\$ 505,25	\$ 15.343,34
34	\$ 15.343,34	\$ 636,53	\$ 127,09	\$ 509,43	\$ 14.833,90
35	\$ 14.833,90	\$ 636,53	\$ 122,87	\$ 513,65	\$ 14.320,25
36	\$ 14.320,25	\$ 636,53	\$ 118,62	\$ 517,91	\$ 13.802,34
37	\$ 13.802,34	\$ 636,53	\$ 114,33	\$ 522,20	\$ 13.280,15
38	\$ 13.280,15	\$ 636,53	\$ 110,00	\$ 526,52	\$ 12.753,63
39	\$ 12.753,63	\$ 636,53	\$ 105,64	\$ 530,88	\$ 12.222,74
40	\$ 12.222,74	\$ 636,53	\$ 101,25	\$ 535,28	\$ 11.687,46
41	\$ 11.687,46	\$ 636,53	\$ 96,81	\$ 539,71	\$ 11.147,75
42	\$ 11.147,75	\$ 636,53	\$ 92,34	\$ 544,19	\$ 10.603,56

43	\$ 10.603,56	\$ 636,53	\$ 87,83	\$ 548,69	\$ 10.054,87
44	\$ 10.054,87	\$ 636,53	\$ 83,29	\$ 553,24	\$ 9.501,63
45	\$ 9.501,63	\$ 636,53	\$ 78,71	\$ 557,82	\$ 8.943,81
46	\$ 8.943,81	\$ 636,53	\$ 74,08	\$ 562,44	\$ 8.381,37
47	\$ 8.381,37	\$ 636,53	\$ 69,43	\$ 567,10	\$ 7.814,27
48	\$ 7.814,27	\$ 636,53	\$ 64,73	\$ 571,80	\$ 7.242,47
49	\$ 7.242,47	\$ 636,53	\$ 59,99	\$ 576,53	\$ 6.665,94
50	\$ 6.665,94	\$ 636,53	\$ 55,22	\$ 581,31	\$ 6.084,63
51	\$ 6.084,63	\$ 636,53	\$ 50,40	\$ 586,13	\$ 5.498,50
52	\$ 5.498,50	\$ 636,53	\$ 45,55	\$ 590,98	\$ 4.907,52
53	\$ 4.907,52	\$ 636,53	\$ 40,65	\$ 595,88	\$ 4.311,64
54	\$ 4.311,64	\$ 636,53	\$ 35,71	\$ 600,81	\$ 3.710,83
55	\$ 3.710,83	\$ 636,53	\$ 30,74	\$ 605,79	\$ 3.105,05
56	\$ 3.105,05	\$ 636,53	\$ 25,72	\$ 610,81	\$ 2.494,24
57	\$ 2.494,24	\$ 636,53	\$ 20,66	\$ 615,87	\$ 1.878,37
58	\$ 1.878,37	\$ 636,53	\$ 15,56	\$ 620,97	\$ 1.257,41
59	\$ 1.257,41	\$ 636,53	\$ 10,42	\$ 626,11	\$ 631,30
60	\$ 631,30	\$ 636,53	\$ 5,23	\$ 631,30	\$ -0,00