



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALMOHADAS TERMICAS MEDIANTE LA UTILIZACION DE CAPSULAS DE GEL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

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

**Autor(a)**

Puertas Salazar Doménica Francesca

**Tutor(a)**

Ing. Ivanna Karina Sánchez Montero MSc

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, **DOMENICA FRANCESCA PUERTAS SALAZAR** declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCILIZACION DE ALMOHADAS TERMICAS MEDIANTE LA UTILIZACION DE CAPSULAS DE GEL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, Como requisito para optar al grado de **LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS** 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 Quito, a los 11 días del mes de febrero de 2023 firmo conforme:

Autor: Puertas Salazar Doménica Francesca



Firma:

Número de Cédula: 1750161489

Dirección: Provincia, Quito, Cotocollao.

Correo Electrónico: Francesca\_puertas@yahoo.com

Teléfono: 022596232 - 0995437299

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ALMOHADAS TERMICAS MEDIANTE LA UTILIZACION DE CAPSULAS DE GEL EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”** presentado por **PUERTAS SALAZAR DOMENICA FRANCESCA**, para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

### CERTIFICO

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

Quito, 11 de febrero del 2023

 Firmado electrónicamente por:  
..... IVANNA KARINA .....  
SANCHEZ MONTERO .....

Ing. Ivana Karina Sánchez Montero

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

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

Quito, 11 de febrero 2023



Doménica Francesca Puertas Salazar  
1750161489

## APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ALMOHADAS TERMICAS MEDIANTE LA UTILIZACION DE CAPSULAS DE GEL EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que él estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 15 de marzo de 2023



Firmado electrónicamente por:  
**PARVANEH SAEIDI**

.....

PhD. Parvaneh  
Saeidi  
LECTOR



Firmado electrónicamente por:  
**MERCEDES FABIOLA  
GALARRAGA CARVAJAL**

.....

Econ. Mercedes  
Galarraga  
LECTOR

## **DEDICATORIA**

Dedico con todo mi corazón mi trabajo de titulación a mi mami Lucy y a mi papi Renán, gracias a ellos y a su apoyo constante logre llegar a este punto, dedico también a mis hermanos Renata y Sebastián, pues ellos también han sido un pilar fundamental, acompañándome y guiándome diariamente. Por eso y muchos motivos más dedico este trabajo a mi familia en ofrenda por su amor y apoyo incondicional, les amo mucho a todos y cadauno de ustedes.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco antes que nada a mi tutora MSc. Ivanna Sánchez, pues todo este tiempo ha estado guiándome paso a paso para poder concluir con mi trabajo de grado, gracias profe por la enseñanza y paciencia que me ha otorgado todo este tiempo, también agradezco a mi mami Lu y papi Re, les agradezco por la bendición que me han dado cada día, gracias por sus esfuerzos, gracias por su confianza, gracias por tanto amor, agradezco a mis hermanos, a mis tías que han estado conmigo todo este tiempo, también agradezco a mi amigo Fernando por ayudarme en momentos fuertes y sobre todo por acompañarme en este proceso.

# INDICE DE CONTENIDOS

## CAPITULO I

<b>MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	2
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	2
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	<i>2</i>
<i>Tabla de características del producto o servicio.....</i>	<i>4</i>
1.3 MERCADO .....	4
<i>Público objetivo de su producto o servicio .....</i>	<i>5</i>
1.4 DEMANDA POTENCIAL .....	22
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	24
<i>Análisis del micro ambiente.....</i>	<i>24</i>
<i>Análisis del macro ambiente.....</i>	<i>26</i>
INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	27
<i>Proyección de la oferta.....</i>	<i>27</i>
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	27
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING) .....	28
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	29
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN .....	30

## CAPITULO II

1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	31
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	31
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.....</i>	<i>36</i>
1.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	40
<i>Capacidad de Producción Futura.....</i>	<i>40</i>
1.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	41
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....</i>	<i>41</i>
1.5 CALIDAD .....	41
<i>Método de Control de Calidad.....</i>	<i>41</i>
1.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO .....	42
<i>Seguridad e higiene ocupacional.....</i>	<i>42</i>

## CAPITULO III



<b>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....</b>	<b>44</b>
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	44
1.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	44
1.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	54
<i>Organización Interna</i> .....	54
<i>Organización Funcional</i> .....	55
1.4 Descripción de puestos .....	56
1.5 CONTROL DE GESTIÓN .....	59
NECESIDADES DE PERSONAL .....	59

#### **CAPITULO IV**

<b>2. JURÍDICO LEGAL .....</b>	<b>60</b>
2.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	60
2.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	60
2.3 REGISTROS DE MARCAS .....	61

#### **CAPITULO V**

<b>3. EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>63</b>
3.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	63
3.2 PLAN DE INVERSIONES .....	63
3.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS .....	64
<i>Roles de pago</i> .....	64
<i>Depreciación</i> .....	66
<i>Proyección de la depreciación</i> .....	67
<i>Detalle de Costos</i> .....	67
<i>Proyección de Costos</i> .....	69
<i>Detalle de Gastos</i> .....	70
<i>Proyección Gastos</i> .....	71
3.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	72
<i>Forma de financiamiento</i> .....	72
3.5 CÁLCULO DE INGRESOS .....	72
<i>Proyección de Ingresos</i> .....	72
3.6 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	74
3.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	76
3.8 FLUJO DE CAJA .....	77
3.9 EVALUACIÓN FINANCIERA .....	78

3.10	BENEFICIO COSTO.....	79
3.11	PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	80
<b>2</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	4
TABLA 2 CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS .....	5
TABLA 3 ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN.....	6
TABLA 4 DIMENSIÓN CONDUCTUAL.....	6
TABLA 5 DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA .....	7
TABLA 6 DATOS PARA EL MUESTREO .....	8
TABLA 7 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN .....	9
TABLA 8 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	9
TABLA 9 GÉNERO - ENCUESTA.....	13
TABLA 10 EDAD - ENCUESTA.....	13
TABLA 11 INGRESOS – ENCUESTAS.....	14
TABLA 12 FRECUENCIA DE CAMBIO - ENCUESTA .....	15
TABLA 13 DISPOSICIÓN DE COMPRA - ENCUESTA.....	16
TABLA 14 CONOCIMIENTO - ENCUESTA.....	17
TABLA 15 DISPOSICIÓN DE PAGO - ENCUESTA .....	18
TABLA 16 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO - ENCUESTA.....	19
TABLA 17 MEDIOS DE INFORMACIÓN - ENCUESTA.....	20
TABLA 18 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO - ENCUESTA .....	21
TABLA 19 POBLACIÓN OBJETIVO .....	23
TABLA 20 DEMANDA .....	23
TABLA 21 MATRIZ MPC.....	26
TABLA 22 DATOS PRINCIPALES DE LA COMPETENCIA .....	27
TABLA 23 OFERTA.....	27
TABLA 24 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	27
TABLA 25 MAQUINARIAS PARA LA CONFECCIÓN DEL PRODUCTO.....	37
TABLA 26 MUEBLES Y ENCERES PARA EL PROYECTO .....	38
TABLA 27 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	39
TABLA 28 SUSTITUTOS DE LA MATERIA PRIMA.....	41
TABLA 29 CONTROL DE CALIDAD .....	42
TABLA 30 MATRIZ EFI.....	46
TABLA 31 MATRIZ EFE.....	47
TABLA 32 ANÁLISIS PESTEL.....	48
TABLA 33 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO GERENCIA.....	56
TABLA 34 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE PRODUCCIÓN .....	57

TABLA 35 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO ADMINISTRATIVO .....	58
TABLA 36 NECESIDADES DE PERSONAL.....	59
TABLA 37 PLAN DE INVERSIÓN.....	63
TABLA 38 CÁLCULO MANO DE OBRA.....	64
TABLA 39 ROLES DE PAGO.....	64
TABLA 40 DEPRECIACIÓN .....	66
TABLA 41 PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN .....	67
TABLA 42 DETALLE DE COSTO .....	68
TABLA 43 CÁLCULO DE LA INFLACIÓN .....	69
TABLA 44 PROYECTO DE COSTOS.....	69
TABLA 45 DETALLE GASTOS.....	70
TABLA 46 PROYECCIÓN DE GASTOS .....	71
TABLA 47 PLAN FINANCIERO.....	72
TABLA 48 PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	72
TABLA 49 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA .....	73
TABLA 50 PRODUCTO A OFERTAR .....	73
TABLA 51 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	74
TABLA 52 ESTADO DE RESULTADOS .....	76
TABLA 53 FLUJO DE CAJA .....	77
TABLA 54 TMR .....	78
TABLA 55 TASA DE DESCUENTOS.....	78
TABLA 56 VAN.....	78
TABLA 57 TIR .....	79
TABLA 58 BENEFICIO COSTO.....	79
TABLA 59 PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	80
TABLA 60 ESPECIFICACIÓN DE TIEMPO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICO 1 GÉNERO .....	13
GRÁFICO 2 EDAD.....	14
GRÁFICO 3 INGRESOS MENSUALES .....	15
GRÁFICO 4 FRECUENCIA CON LA QUE CAMBIAN DE ALMOHADA .....	16
GRÁFICO 5 DISPOSICIÓN DE COMPRAR O NO EL PRODUCTO .....	17
GRÁFICO 6 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO .....	18
GRÁFICO 7 CUANTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR .....	19
GRÁFICO 8 CONOCIMIENTO DE UN PRODUCTO SIMILAR .....	20
GRÁFICO 9 MEDIOS DE INFORMACIÓN .....	21
GRÁFICO 10 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	22
GRÁFICO 11 DEMANDA.....	24
GRÁFICO 12 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	54
GRÁFICO 13 ORGANIGRAMA FUNCIONAL .....	55

## ÍNDICE DE FÓRMULAS

ECUACIÓN 1 FÓRMULA DE LA MUESTRA.....	8
---------------------------------------	---

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS**  
**CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ALMOHADAS TERMICAS MEDIANTE LA UTILIZACION DE CAPSULAS DE GEL EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”,**

**AUTOR:** Doménica Francesca Puertas Salazar

**TUTOR:** Ing. Ivanna Karina Sanchez Montero MSc.

**RESUMEN EJECUTIVO**

Este trabajo tiene como objetivo realizar un plan de negocios, para la creación de la empresa denominada como “SMART PILLOW” ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, en el sector de Iñaquito, esta empresa está dentro del sector textil, se elaborarán almohadas a base de algodón y cápsulas de gel, las cuales les permitirán a los consumidores sentirse refrescados y cómodos al momento de tomar su siesta. Para la elaboración y creación de las mismas, se tomaron algunos datos importantes y se hizo una investigación de características beneficiosos para la salud de los consumidores, ya que estos productos aportan con grandes ventajas como la mejora de circulación sanguínea, ayuda a una mejor posición de cabeza, cuello, columna y hombros. Las almohadas se realizarán con tela anti ácaros e hipo alergénicas, estas propiedades ayudan a que las personas que adquieran este producto no se tengan ningún problema de salud, ya que eliminan acumulación de moho y polvo, es por eso que se adaptan a personas que son alérgicas.

**DESCRIPTORES:** Almohadas, capsulas, plan de negocio, mercado

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKET-  
ING OF THERMAL PILLOWS USING GEL CAPSULES IN THE METRO-  
POLITAN DISTRICT OF QUITO"**

**AUTHOR:** Doménica Francesca Puertas Salazar

**TUTOR:** Ing. Ivanna Karina Sánchez Montero Msc

**ABSTRACT**

This paper aims to realize a business plan, for the creation of the company called "SMART PILLOW" located in the Metropolitan District of Quito, in the sector of Iñaquito, this company is within the textile sector, cotton pillows and gel capsules will be made, which will allow consumers to feel refreshed and comfortable while taking their nap. For the elaboration and creation of the same, some important data were taken and research of beneficial characteristics for the health of consumers, since these products contribute with great advantages such as the improvement of blood circulation, helps a better position of head, neck, spine and shoulders.

The pillows will be made with anti-mite and hypo allergenic fabric, these properties help people who acquire this product for not to have any health problems, as they eliminate accumulation of mold and dust, that is why they adapt to people who are allergic.

**KEYWORDS:** Pillows, capsules,

**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)**



## INTRODUCCIÓN

Quito es la ciudad más poblada actualmente en el Ecuador, ya que existen 2.690.150 millones de habitantes, según las cifras vigentes que se encuentran en el (INEC), este gran número de habitantes ayudan a la demanda de servicios y productos de alta calidad en esta ciudad, por lo tanto, para el proyecto de elaboración y comercialización de almohadas se tomó una muestra, la cual será de los habitantes del sector de Iñaquito, esta muestra será de gran ayudara para poder realizar encuestas y saber los gustos de los posibles consumidores del negocio “SMART PILLOW”

Por otro lado, según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (BCE, 2022) el crecimiento interanual de la economía respondió al incremento del Consumo de los Hogares en 4,9%; de la Formación Bruta de Capital Fijo en 3,1%; y del Gasto de Gobierno en 2,4%. En relación con el sector externo, las Importaciones crecieron en 7,2% y las Exportaciones se contrajeron en 0,1%. Es por eso que el Consumo de los Hogares, que representa más del 65% del Producto Interno Bruto (PIB), se vio impulsado por el incremento de las importaciones, remesas y créditos de consumo.

Teniendo en cuenta estos datos importantes, el incremento de la Economía del Ecuador, nos ayudara a todos los que estamos emprendiendo, es por eso, que se realizó la elaboración de este proyecto, ya que se busca implementar el negocio “SMART PILLOW” en el sector textil, este giro de negocio se basa en la realización de almohadas inteligentes, que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores, adaptándose a una temperatura refrescante y ofreciendo un confort único al consumidor al momento de tomar su siesta.

Las almohadas que ofertara SMART PILLOW, serán hechas con las mejores telas, y se elaboraran de una manera única para que los consumidores satisfagan sus necesidades, las almohadas contarán con beneficios únicos, como, por ejemplo: Serán almohadas refrescantes, la tela será hipo alérgicas, para que los consumidores que tengan alergias, no tengan problemas, duración del algodón y las capsulas de gel incorporadas dentro de la misma, serán de fácil lavado, cómodas y suaves, todos estos beneficios se encontrara dentro de la misma almohada, es por eso que el negocio tendrá una buena acogida y un gran potencial dentro del mercado, ya que existen escasos negocios con el mismo giro y con productos mucho más caros a los que ofrece SMART PILLOW, para la ejecución de este negocio se tomaran en cuenta posibles inversionistas, para dar en marcha la creación de SMART PILLOW.

# CAPITULO I

## Mercado y Comercialización

### 1.1 Objetivo del Capítulo

Determinar la factibilidad del plan de negocios SMART PILLOW ubicado al Norte de Quito, mediante el estudio de mercado y diagnóstico situacional, que permita determinar la existencia de una demanda potencial insatisfecha.

### 1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

#### **Fundamentación del Servicio o Producto.**

Como bien todo el mundo, lo sabe, un buen descanso es importante y trae consigo beneficios para nuestro organismo y nuestra salud, ya que dormir las horas indicadas nos ayudan a incrementar la creatividad haciendo que el cerebro y memoria funcionen a la perfección y permitiendo que la imaginación sea más potente, también ayuda a perder peso, ayuda a la salud tanto física y psicológica dando muchos beneficios como protegiendo el corazón y reduciendo la depresión. (Gil, 2022)

Estas teorías de las necesidades humanas se crean, por los recursos limitados y las necesidades infinitas que existen en el mundo, es por eso que Abraham Maslow crea la pirámide de las necesidades del ser humano, en el año 1943.

La pirámide está formada por cinco niveles, las cuales se dividen de abajo hacia arriba en: Necesidades fisiológicas, en este nivel se consideran las necesidades más básicas que tiene el ser humano, como necesidades, por ejemplo: comer, dormir, respirar, sed, relaciones sexuales, etc..., todas estas necesidades son básicas para la supervivencia del ser humano, en el segundo nivel, se encuentran las Necesidades de Protección y Seguridad, se trata de conseguir seguridad física y económica, como por ejemplo seguridad vial, seguridad social, seguridad en salud, seguridad económica, etc..., en el tercer nivel se encuentra las Necesidades Sociales, el ser humano es un ser social, por lo que necesita relacionarse con otros individuos como establecer un vínculo amoroso, afectuoso o amistoso con amigos, conocidos o familiares. En el cuarto nivel se encuentran las Necesidades de Aprecio,

en esta necesidad se habla en que no solo se necesita sentir parte dentro de un grupo, sino que las personas necesitamos sentirnos apreciados por parte de más individuos, la quinta Necesidad es de Auto relación, este nivel es el más difícil de ser cumplido, ya que, antes de que nosotros como individuos tratemos de valorarnos, amarnos y respetarnos más a nosotros como personas que a otros individuos. (Martínez, 2019)

Teniendo en cuenta la definición de la pirámide y de acuerdo con Maslow, el sueño es una necesidad básica del ser humano, el descanso es fundamental para cada persona, pero también es importante que sea de calidad y efectivo, pues durante el sueño el organismo lleva a cabo funciones vitales, como el control de la temperatura del cuerpo, la regulación hormonal, los cuales ayudan a recuperarnos del cansancio y ajeteo que se ha pasado durante todo el día. Es por eso que para que el metabolismo tenga una regeneración óptima, se debe tomar en cuenta desde la postura para dormir, las horas recomendadas y también los implementos que vamos a utilizar para dicha acción, por lo cual es importante dormir sobre almohadas y colchones que sean adaptados a las necesidades de cada persona. (EL MUNDO, 2021)

Existen diferentes tipos de almohada, cada una con variedad de beneficios y otras tienen desventajas para el consumidor como, por ejemplo; las almohadas realizadas de plumas o plumón, esta almohada es la versión más tradicional de las almohadas, una desventaja importante en este tipo de almohadas, estas almohadas al tener plumas causan alergia a ciertas personas y por ende el consumidor compra menos de estos productos y se van a nuevos productos que estén más modernizados y sobre todo que cumplan con el objetivo de velar con la salud de los consumidores, como son las almohadas de látex, estas almohadas son más modernas y se adaptan a la anatomía de cada persona, sin perder su forma, otro tipo de almohada que cuenta con la aprobación de los individuos, son las almohadas de núcleo perforado de gel, estas almohadas se podría decir que son las más innovadoras dentro de la industria, estas cuentan con núcleos de gel que son introducidas dentro de la almohada las cuales ayudan a regular la temperatura, otra ventaja de esta almohada es que combaten contra los ácaros. (HH, 2021)

## Tabla de características del producto o servicio

*Tabla 1* Características del Producto

CARACTERISTICAS	BENEFICIOS PARA EL CLIENTE
Anti ácaros	Cuidado de la salud
Confort	Para un mejor descanso
Suavidad	Mejora de adaptabilidad
Térmicas	Adaptación de temperatura
Fácil comercialización	Se adapta al bolsillo de los consumidores

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

Las características que posee este producto es favorable para los consumidores, por lo que cuentan con beneficios tanto para su salud como para su comodidad, el producto está elaborado mediante capsulas de gel, ayudando a que la persona encuentre el confort y relajación al momento de tomar su siesta y sobretodo no tiene riesgos de que se creen ácaros dentro de las mismas, afectando su salud. Otra característica que posee el producto es que cada almohada será con un diseño único y adaptado a los gustos de los consumidores.

### 1.3 Mercado

El mercado es un conjunto de intercambios e interacción entre los consumidores y productores con relación a productos y/o servicios, los cuales obtienen algunos beneficios en la utilización de los mismos dentro de una zona determinada.

Existen algunos factores que influyen dentro del mercado, como factores ambientales, los cuales ejercen una determinada influencia sobre la relación del mismo.

Teniendo estos puntos claros, para poder desarrollar este plan de negocios se necesita delimitar el mercado al cual va a ser dirigido nuestro producto, por lo tanto, se realizará la ejecución del negocio en la ciudad de Quito, al norte de la ciudad.

## Público objetivo de su producto o servicio

El producto estará dirigido para personas mayores de 20 hasta los 60 años de edad, entre mujeres y hombres, que estén dispuestos a pagar por el producto y busquen el confort al momento de tomar su siesta.

El mismo será comercializado en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, especialmente a tiendas y tiendas dentro de centros comerciales para que el producto llegue a más personas, también será ofertado para miembros de familia del sector que deseen obtenerlos.

## Categorización de sujetos

El objetivo para realizar la categorización de sujetos es con la finalidad de determinar clientes que están dispuestas a adquirir el producto, en la siguiente tabla se detallará la categorización de los sujetos de la siguiente manera:

*Tabla 2* Categorización de sujetos

CATEGORIA	SUJETO
¿Quién compra?:	MAMA / PAPA
¿Quién usa?:	FAMILIA
¿Quién decide?:	FAMILIA
¿Qué influye?:	ENTORNO

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Estudio de Segmentación

La importancia del estudio de segmentación ya que se puede determinar con precisión las necesidades que tiene cada grupo, esto ayudara a que la empresa o negocio cumpla con los objetivos establecidos por los consumidores, ofreciéndoles productos o servicios adecuados a las necesidades. (BBVA, s.f.)

**Tabla 3** Estudio de Segmentación

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>TIPO DE NECESIDAD:</b>	FISIOLOGICA
<b>TIPO DE COMPRA:</b>	COMPARACION
<b>RELACION CON LA MARCA:</b>	SI
<b>ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:</b>	POSITIVA

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

A continuación, se especificará cómo será la segmentación de mercado que se realizará para la creación del proyecto.

**Tabla 4** Dimensión Conductual

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>No HABITANTES</b>
<b>PAÍS</b>	Ecuador	18,073.507
<b>PROVINCIA</b>	Pichincha	3.340.039
<b>CIUDAD URBANA Y RURAL</b>	Quito	2,872.351
<b>PARROQUIA</b>	Iñaquito	43,087.00

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



El muestreo utilizado para el estudio, se realizó con el fin de analizar e investigar el número de población al cual será destinado el estudio, para conocer los gustos y necesidades del público al cual va dirigido el producto.

### Cálculos de la muestra

Para sacar el cálculo del tamaño de la muestra, la fórmula que se pondrá en ejecución para sacar la población finita será la siguiente, ya que se cuenta con todos los datos que se necesita para la elaboración de la misma.

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

**Ecuación 1** Fórmula de la muestra

**Tabla 6** Datos para el muestreo

N= Universo / 43087 habitantes de la parroquia de Iñaquito
Z = nivel de confianza / (1.96) <sup>2</sup>
P = probabilidad de éxito / (50%)
q = probabilidad de fracaso / (50%)
e = precisión (error máximo admisible) / (5%)

### DESARROLLO

$$n = \frac{43.087 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (43.087 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

**n= 380.77**

Como resultado del tamaño de la muestra nos dio un total de 380 personas a ser encuestadas, por lo cual aplicaremos la encuesta a las personas mayores de 20 años pertenecientes a la parroquia de Iñaquito, ubicado al Norte de Quito.

### Instrumentos para recopilar información



La herramienta que se implementará para el proyecto será la encuesta, ya que, nos ayudará a evaluar los resultados, conociendo la opinión del público acerca del producto que se les ofertará.

**Tabla 7 Métodos de recolección**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Consumo de almohadas de capsulas de gel	Primaria	Consumidores	Encuesta
Tipos de telas anti ácaros	Secundaria	Proveedores	Página web
Beneficios de las almohadas a base de capsulas de gel	Secundaria	Libros e internet	Páginas web
Gustos y preferencias de almohadas	Secundaria	Consumidores	Encuestas
Costos de las almohadas	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Estrategias de distribución de las almohadas	Primaria	Libros e internet	Páginas web

**Tabla 8 Métodos de recolección de información**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Determinar el mercado potencial	Primaria	INEC	Servicios agrupados
Preferencias del consumidor	Primaria	Consumidores	Encuesta
Factores que influyen en el consumidor	Primaria	Consumidores	Encuesta
Costo de maquinarias para la producción del servicio	Secundaria	Proveedores	Base de datos

Empresas fabricantes y comercializadoras de almohadas

Secundaria

Puntos de venta

Observación

---

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### Información Secundaria

La recopilación de la información que se utiliza para la investigación y ejecución de este proyecto, serán algunas técnicas e instrumentos, las cuales ayudan para desarrollar cada una de las necesidades requeridas.

La investigación que se desarrolló fue a través de fuentes primarias y secundarias en el DM Quito que permitió obtener información importante en el sector textil. Para ello, investigamos, revisamos y analizamos fuentes bibliográficas, las cuales ayudaron a solventar dudas, mediante datos relevantes, obteniendo mayor conocimiento sobre el sector textil, sobre la importancia del descanso correcto y el uso de materiales para la elaboración de almohadas que no afecten a la salud de las personas.

El diseño del instrumento a utilizar será mediante la encuesta, se basará en realizar preguntas cerradas para facilitar su análisis e interpretación, considera datos generales sobre el sexo y la edad de los encuestados, así como las preferencias, frecuencias sobre sus consumos y la remuneración de cada uno de los encuestados.

### Técnicas de investigación de formación

Es muy importante determinar cuál será la técnica de investigación ya que de esto dependerá la estrategia de nuestro proyecto y por ende obtener resultados deseados para la ejecución del proyecto, es por eso que se permitió utilizar algunos tipos como la investigación descriptiva y cuantitativa (ENCUESTA PREVIAMENTE DISEÑADA) donde se recopiló datos importantes y relevantes.

**ENCUESTA**



# SMART PILLOW

El objetivo de esta encuesta es determinar la acogida que tendría dentro del mercado la comercialización de almohadas térmicas a base de cápsulas de gel y algodón orgánico en la ciudad de Quito.

Agradecemos su participación y colaboración.

**1. Género**

FEMENINO

MASCULINO

**2. Edad**

20 a 29 años

30 a 49 años

50 a 60 años

Más de 60 años

**3. ¿Cuáles son ingresos mensuales?**

\$300 a \$425

\$425 a \$600

\$600 a \$800

Más de \$800

**4. ¿Con que frecuencia usted y los miembros de su familia cambian de almohadas?**

3 meses

6 meses

9 meses

12 meses

**5. ¿Usted estaría dispuesto a comprar almohadas hechas de algodón y cápsulas de gel?**

Si

No

**6. ¿Tiene conocimientos sobre algún producto similar en el mercado?**

Si

No

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?**

\$15 a \$20

\$20 a \$30

\$40 a \$50

Más de \$50

**8. ¿Usted ha escuchado sobre almohadas hechas de cápsulas de gel y algodón orgánico?**

Si

No

**9. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre las almohadas de cápsulas de gel y algodón?**

Facebook

Instagram

Tiktok

Whatsapp

**10. ¿Qué características busca usted en una almohada?**

Diseño personalizado

Anti ácaros

Suavidad

## Desarrollo de instrumentos

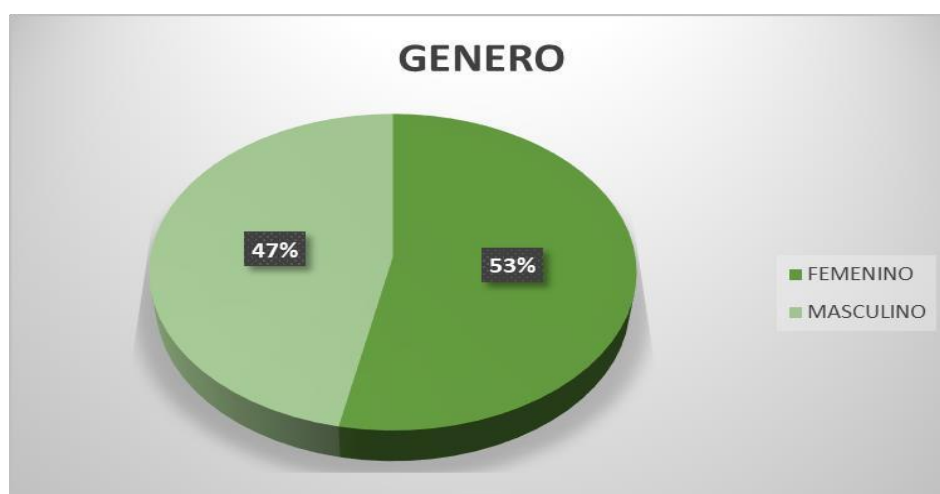
### 1. Género

*Tabla 9* Género - Encuesta

GENERO		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
FEMENINO	205	53%
MASCULINO	180	47%

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



*Gráfico 1* Género

### INTERPRETACION

En esta primera preguntada realizada en la encuesta, se les pregunta a que genero pertenecen, el cual un 53% de los encuestados pertenecen al genero masculino y un 47% pertenecen al genero femenino

### 2. Edad

*Tabla 10* Edad - Encuesta

EDAD		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
20 a 29 años	128	33%
30 a 29 años	127	33%
50 a 60 años	94	25%
Mas de 60 años	36	9%

**Fuente:** Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

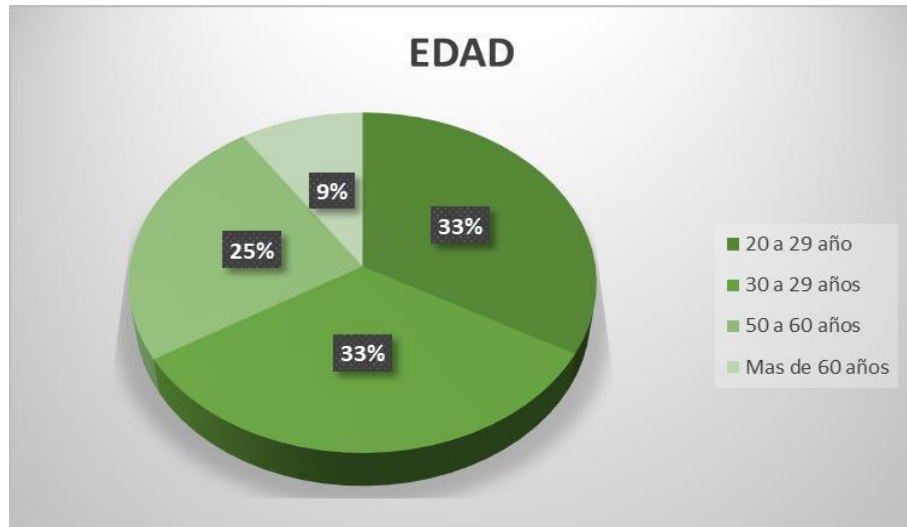


Gráfico 2 Edad

### ANALISIS

En la pregunta número 2, pedimos que se especifique a que rango de edad pertenece cada encuestado, por lo tanto, obteniendo dos porcentajes iguales de 33% pertenecientes al rango de edad de 20 a 29 años de edad y de 30 a 49 años de edad, con un 25% pertenecen al rango de edad de 50 a 60 años de edad y para concluir, obteniendo el menor porcentaje con un 9% son personas mayores de 60 años.

### INTERPRETACION

Como conclusion, podemos observar que la encuesta llego a mas personas pertenecientes a dos rangos de edad de 20 a 29 años y de 30 a 49 años, y no tanto a personas que tengan 60 o mas de 60 años, es por eso que nuestro publico objetivo tiene de 20 a 49 años de edad

### 3. ¿Cuáles son los ingresos mensuales?

Tabla 11 Ingresos – Encuestas

INGRESOS		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
\$300 a \$425	118	31%
\$425 a \$600	111	29%
\$600 a \$800	93	24%
Mas de \$800	63	16%

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

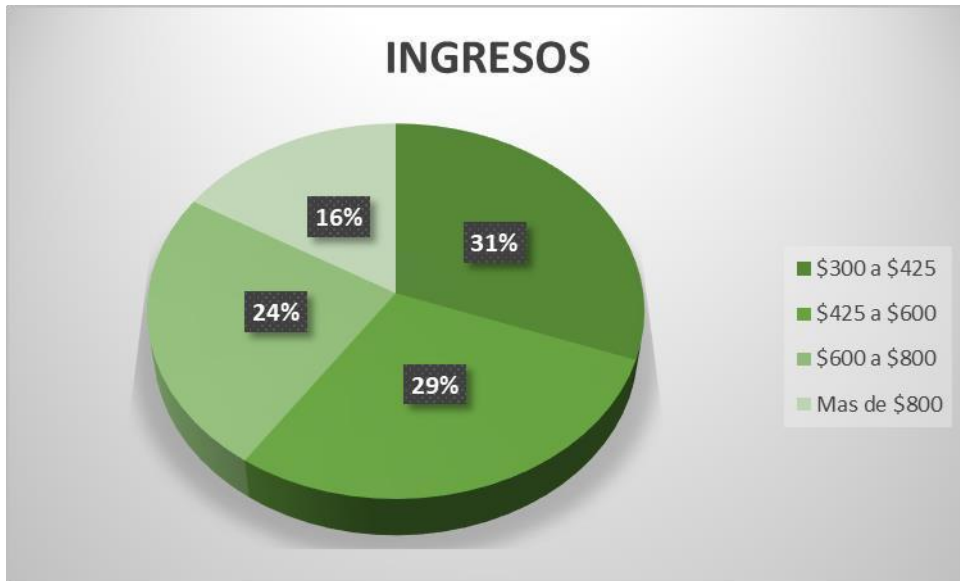


Gráfico 3 Ingresos mensuales

### ANALISIS

En la pregunta número 3, se puso 4 opciones para que respondan en cuanto esta sus ingresos mensuales, con un mayor porcentaje de 31% respondieron que sus ingresos son de \$300 a 425 dólares mensuales, le sigue con un 29% con respuesta de \$425 a 600 dólares mensuales, un 24% respondieron que sus ingresos mensuales es de \$600 a %800 y por ultimo con un 16% respondieron que sus ingresos mensuales es mas de \$800.

### INTERPRETACION

En conclusion, podemos observar que el mayor porcentaje de las familias ubicadas en el sector de Iñaquito, tienen un ingreso mensual que varia entre los \$300 hasta los \$425 dólares.

### 4. ¿Con que frecuencia cambian las almohadas su familia?

Tabla 12 Frecuencia de cambio - Encuesta

FRECUENCIA DE CAMBIO		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
3 meses	28	14%
6 meses	124	61%
9 meses	32	15%
12 meses	20	10%

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

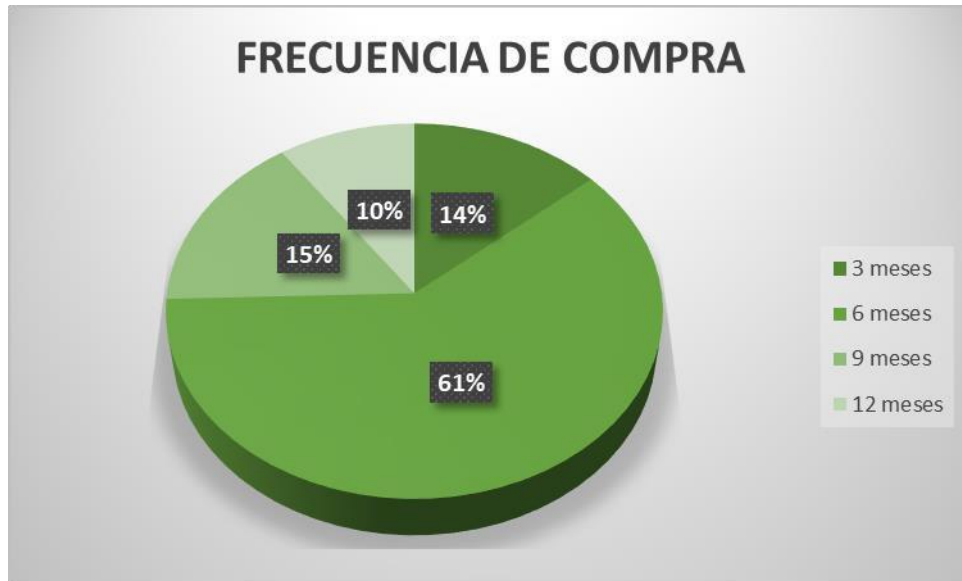


Gráfico 4 Frecuencia con la que cambian de almohada

### ANALISIS

Se les realizó una pregunta muy importante a los encuestados, ya que es necesario tener conocimiento de la frecuencia con la que cada familia cambia de almohada para su hogar, es por eso que pusimos rango de tiempo, obteniendo como respuesta un porcentaje mayor el cual es de 61% respondieron que la frecuencia con la que cambian de almohadas es en un máximo de 6 meses, le sigue el 15% los cuales cambian cada 9 meses, con un 14% cambian cada 3 meses y un 10% cambian cada 12 meses las almohadas de su hogar.

### INTERPRETACION

Como conclusión, podemos observar que las personas que viven en el sector de Ñaquito cambian con un tiempo estimado de 6 meses las almohadas de su hogar, y el menor porcentaje de las personas cambian cada 12 meses.

### 5. ¿Estaría dispuesto a comprar almohadas hechas de algodón y capsulas de gel?

Tabla 13 Disposición de compra - Encuesta

DISPOSICION PARA LA COMPRA		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
SI	276	72%
NO	109	28%

Fuente: Análisis del proyecto



Elaborado por: El autor

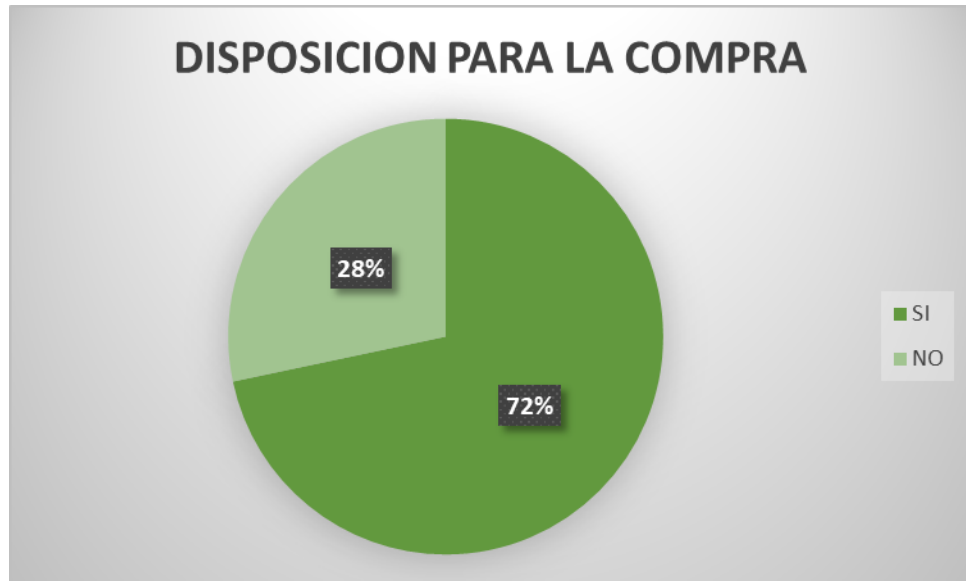


Gráfico 5 Disposición de comprar o no el producto

### ANALISIS

Se les pregunto a los encuestados si estarían dispuestos a comprar almohadas hechas de algodón y capsulas de gel, teniendo como resultado un 72% de encuestados que respondieron que si comprarían y un 28% que no estarían dispuestos a comprar las almohadas.

### INTERPRETACION

Obtuvimos una respuesta positiva a esta pregunta, ya que, un porcentaje muy alto de los encuestados si estarían dispuestos a comprar el producto con todos lo beneficios que tiene el mismo.

### 6. ¿Tienen conocimiento de algun producto similar dentro del mercado?

Tabla 14 Conocimiento - Encuesta

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
SI	179	46%
NO	206	54%

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor



*Gráfico 6 Conocimiento del producto*

### **ANALISIS**

En la pregunta 6, queremos verificar si los encuestados han escuchado o visto si un producto similar de Smart Pillow, se encuentra dentro del mercado, un 54% de encuestados no conocen ningun tipo de producto similar a comparacion de un 46% que respondieron que si conocen un producto similar dentro del mercado.

### **INTERPRETACION**

Se observa que existe un porcentaje alto de encuestados, los cuales no conocen o han visto un producto similar dentro del mercavdo, obteniendo esto como un resultado beneficioso para Smart Pillow, ya que si estarian dispuestos a comprar y no tendríamos una competencia directa dentro del sector de Iñaquito.

### **7. ¿Cuánto estaria dispuesto a pagar por el producto?**

*Tabla 15 Disposición de pago - Encuesta*

<b>DISPOSICION PARA EL PAGO</b>		
<b>FRECUENCIA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$15 a \$20	148	38%
\$20 a \$ 30	127	33%
\$40 a \$50	80	21%
Mas de \$50	30	8%

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



*Gráfico 7 Cuanto está dispuesto a pagar*

### ANALISIS

El porcentaje mas alto de las personas que fueron encuestadas, han respondido que estarían dispuestos a pagar de \$15 a 20 dólares con un 38%, el 33% de los encuestados han respondido que estarían dispuestos a pagar de \$20 a 30 dólares, el 21% de encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar de \$40 a 50 dólares y por ultimo con un porcentaje del 8% respondieron que estarían dispuestos a pagar mas de 50 dolares por las almohadas termicas.

### INTERPRETACION

Las personas encuestadas del sector de Iñaquito están dispuestas a pagar de \$15 a 20 dólares por cada una de las almohas termicas que se ofertaran en SMAR PILLOW.

### 8. ¿Usted ha escuchado de las almohadas hechas de algodón orgánico y cápsulas de gel?

*Tabla 16 Conocimiento del producto - Encuesta*

CONOCIMIENTO DEL MISMO PRODUCTO		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
SI	146	38%
NO	239	62%

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



*Gráfico 8 Conocimiento de un producto similar*

### ANALISIS

Los encuestados respondieron a la pregunta 8, si conocen de algun producto similar un 62% respondieron que no conocen del producto y un 38% que si conocen más a fondo el producto.

### INTERPRETACION

La mayoría de las personas encuestadas no conocen de productos similares, las almohadas de gel y de algodón organico.

### 9. ¿Por qué medios les gustaria recibir informacion sobre las almohadas de capsulas de gel y algodón organico?

*Tabla 17 Medios de información - Encuesta*

MEDIOS DE INFORMACION		
FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Facebook	132	34%
Instagram	94	25%
Tiktok	82	21%
Whatsapp	77	20%

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

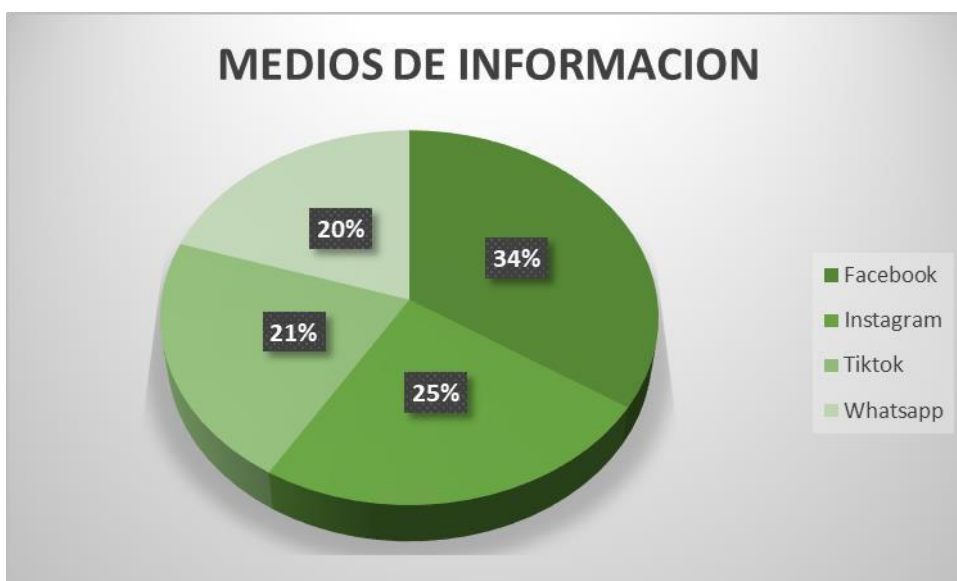


Gráfico 9 Medios de información

### ANALISIS

El 34% de los encuestados prefieren la información de las almohadas por la red de Facebook, el 25% prefieren mediante Instagram, el 21% prefieren la información mediante la plataforma de Tiktok y un 20% quisieran recibir información por Whatsapp.

### INTERPRETACION

Las personas encuestadas prefieren recibir información de las almohadas térmicas de Smart Pillow por las redes sociales de Facebook y mediante Whatsapp.

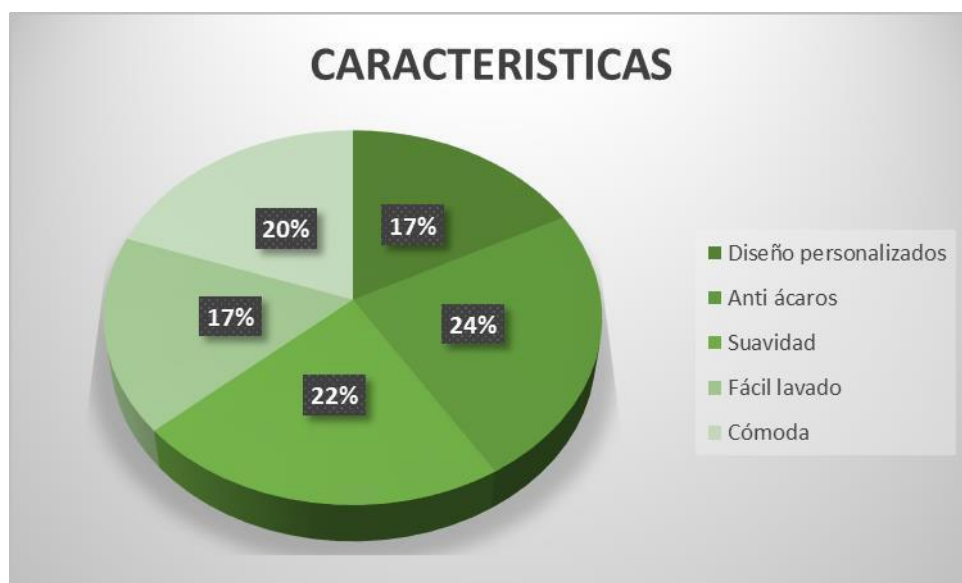
## 10. ¿Qué características buscan de una almohada?

Tabla 18 Características del producto - Encuesta

CARACTERISTICAS		
DATOS	TOTAL	PORCENTAJE
Diseño personalizados	104	17%
Anti ácaros	143	24%
Suavidad	134	22%
Fácil lavado	102	17%
Cómoda	117	20%

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor



*Gráfico 10 Características del producto*

### **ANALISIS**

Los encuestados prefieren que las almohadas sean cómodas ya que el 24% prefieren tener una almohada donde no se puedan crear ácaros, con un 22% los encuestados han elegido que las almohadas tengan una tela que sea suave, el 20% prefieren que las almohadas sean cómodas al momento de tomar su siesta, y el resto de personas encuestadas prefieren que las almohadas sean fáciles de lavar y tengan un lindo diseño.

### **INTERPRETACION**

Podemos darnos cuenta que las personas prefieren que las almohadas tengan una tela anti ácaros ya que siempre buscan cuidar su salud y de los suyos.

#### **1.4 Demanda Potencial**

La demanda potencial es una estimación matemática que se realiza al momento de querer conocer el número de compradores o consumidores potenciales que existe para un producto en particular. Es por eso que es muy importante realizar un análisis de la demanda potencial, ya que es la mejor estrategia de mercados y ayuda a promover estrategias de marketing. (Galán, 2020)

Es por eso que para determinar la demanda de las almohadas térmicas, se tomó en cuenta una herramienta muy importante, la encuesta que fue aplicada a la población

objetivo, por ende los resultados de la misma, en específico la pregunta N° 9, nos ayudara para aplicar de forma correcta la demanda.

**Tabla 19** Población Objetivo

<b>POBLACION</b>	<b>POCENTAJE DE ACEPTACION</b>	<b>UNIVERSO</b>	<b>MUESTRA</b>
<b>POBLACION OBJETIVO</b>		<b>43,087.00</b>	<b>385</b>
<b>MUESTRA OBJETIVO</b>	<b>72%</b>	<b>31,022.64</b>	<b>161,28</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 20** Demanda

<b>PROYECCION DEMANDA</b>					
<b>Demanda año</b>	<b>TCP</b>	<b>DEMANDA DE ACEPTACION</b>	<b>DEMANDA EN UNIDADES</b>	<b>DEMANDA EN MES</b>	<b>DEMANDA EN DIAS</b>
2022	1,40%	31.023	62.045	320	16,00
2023		31.457	62.914	324	16,22
2024		31.897	63.795	329	16,45
2025		32.344	64.688	334	16,68
2026		32.797	65.593	338	16,91
2027		33.256	66.512	343	17,15

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

Gráfico 11 Demanda



## 1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

### Análisis del micro ambiente

#### FUERZAS DE PORTER

Desarrollado por Michael Porter. Se permite analizar un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación. Las mismas que se analizaran a continuación.

#### LAS 5 FUERZAS DE PORTER



Figure 1 Fuerzas de Porter



## APLICACIÓN

- **F1.- Amenaza de nuevos competidores entrantes**

Existe un porcentaje considerable de competencia dentro del mercado en la Ciudad de Quito, ofertando los mismos productos que ofrece SMART PILLOW, por lo que se debe analizar las estrategias que posee cada uno de los negocios, para que SMART PILLOW pueda analizar y ejecutar sus propias estrategias competitivas adecuadas para poder llegar a tener un buen posicionamiento en el mercado.

- **F2.- Poder de negociación de los proveedores o vendedores**

Los negocios que ya están posicionados dentro del mercado poseen proveedores seguros y confiables, en el caso de SAMRT PILLOW que recién está comenzando, todavía no cuenta con proveedores locales, por lo que se debe seguir analizando los posibles proveedores que garanticen calidad e higiene y sobre todo se debe realizar la negociación correspondiente para poder dar con proveedores para que le permita al negocio manejarse de la mejor manera.

- **F3.- Poder de negociación de los clientes o compradores**

SMART PILLOW deberá cumplir con la satisfacción de los clientes, tomando en cuenta sobre todo sus necesidades, es por ello que al generar un precio razonable y accesible para el cliente forja una confianza por parte del mismo. Teniendo en cuenta que los compradores son muy importantes y poderosos al momento de adquirir los productos más si es en mayores cantidades, por lo cual se debe trabajar en nuevas estrategias para llegar de una forma exitosa al cliente.

- **F4.- Amenaza de productos sustitutos**

La situación se complica si los sustitutos están más avanzados o puedan entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad que posee SMART PILLOW, los productos sustitutos son aquellos que satisfacen la misma necesidad, pero se distinguen




por su calidad.

• **F5.- Rivalidad entre los competidores**

Esto se da desde la oferta de nuevos productos, costos más baratos, mejor publicidad y marketing entre las competencias que existan en el mercado, por lo que SMART PILLLOW debe estar preparado para no tener problemas a corto o largo plazo, es por ello que debe estar en constantes cambios como por ejemplo realizar promociones o diferentes estrategias de marketing.

**Análisis del macro ambiente**

*Tabla 21* Matriz MPC

MATRIZ MPC							
FACTORES		COMPETIDORES					
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	IMPORTANCIA FACTOR EN %	LA CASA DANESA		SAMS EL RINCON DEL SUEÑO		ALMACENES MORFEO	
		PUNTO	VALOR	PUNTO	VALOR	PUNTO	VALOR
							
Precios	16%	4,0	0.64	5,0	0.80	5,0	0.80
Calidad del producto	16%	4,0	0.64	4,0	0.64	4,0	0.64
Imagen marca	12%	4,0	0.48	5,0	0.60	3,0	0.36
Ubicación	12%	3,0	0.36	3,0	0.36	4,0	0.48
Atención al cliente	12%	3,0	0.36	5,0	0.60	4,0	0.48
Fidelización clientes	16%	4,0	0.64	3,0	0.48	4,0	0.64
Posición financiera	16%	4,0	0.64	4,0	0.64	4,0	0.64
<b>TOTAL</b>	100%		3,76		4,12		4,04

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## Información de la competencia

*Tabla 22* Datos principales de la Competencia

RAZON SOCIAL	UNIDADES MES	UNIDADES AÑO
LA CASA DANESA	30	360
ALMACENES S.A.M.S	50	600
ALMACENES MORFEO	35	420
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>1380</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Proyección de la oferta.

*Tabla 23* Oferta

OFERTA		
Oferta a Año	Tasa de crecimiento del sector	Oferta Unidad (Capacidad)
2022	1,25%	1.380
2023		1.397
2024		1.415
2025		1.432
2026		1.450
2027		1.468

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## 1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

*Tabla 24* Demanda Potencial Insatisfecha

Demanda insatisfecha			
Año	Demanda	Oferta	DPI / Unidades
2022	62.045	1.380	60.665
2023	62.914	1.397	61.517
2024	63.795	1.415	62.380
2025	64.688	1.432	63.255
2026	65.593	1.450	64.143
2027	66.512	1.468	65.043

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## 1.7 Diseño de marca (branding)

- Nombre de la marca

SMART PILLOW

- Logotipo



Elaborado por: El autor

- Eslogan

“EL DIOS DEL SUEÑO”

- Percepción y posicionamiento

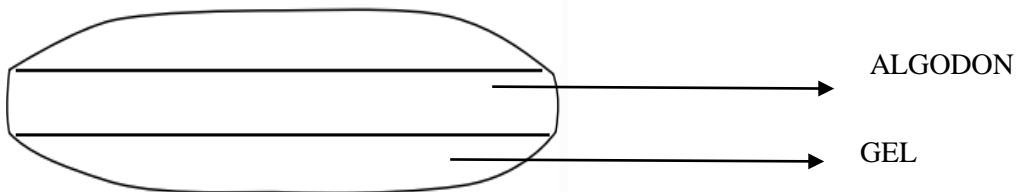
A fin de ofrecer un producto con mayores beneficios como: lavable, modular, con geles refrescantes los cuales ayudan a un mejor descanso por un menor precio a los productos similares de la competencia.

- Diferenciación

Las almohadas que se crearan y se comercializaran será a base de algodón orgánico y en la misma almohada se le implementara también cápsulas de gel, las cuales estas almohadas con estos dos productos combinados, no se encuentran dentro del mercado.



Figure 2 Diseño de la almohada



Elaborado por: El autor

### 1.8 Estrategias de marketing

Para la creación de este producto y comercialización se realizará una tabla Canvas para poder tener más claro cómo se implementarán las estrategias de marketing del mismo.



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## 1.9 Plan de comunicación

La promoción y publicación que se realizará para la marca será por redes sociales, las cuales son:

- **Facebook**
- **Instagram**
- **Correo electrónico**
- **WhatsApp**

Pero también se buscará abrir apertura en publicidades pagadas dentro de páginas de google, ya que, eso ayuda a que personas las cuales estén buscando o navegando en la red de búsqueda, como YouTube, y en si en la web conozcan del producto, logrando llamar su atención y así extender el presupuesto de marketing.

Para ello el presupuesto que se utilizará para el plan de marketing será de \$250, cubriendo publicidad (marketing.



(PROXIMA BLOG, 2022)

*Figure 3 Redes sociales*

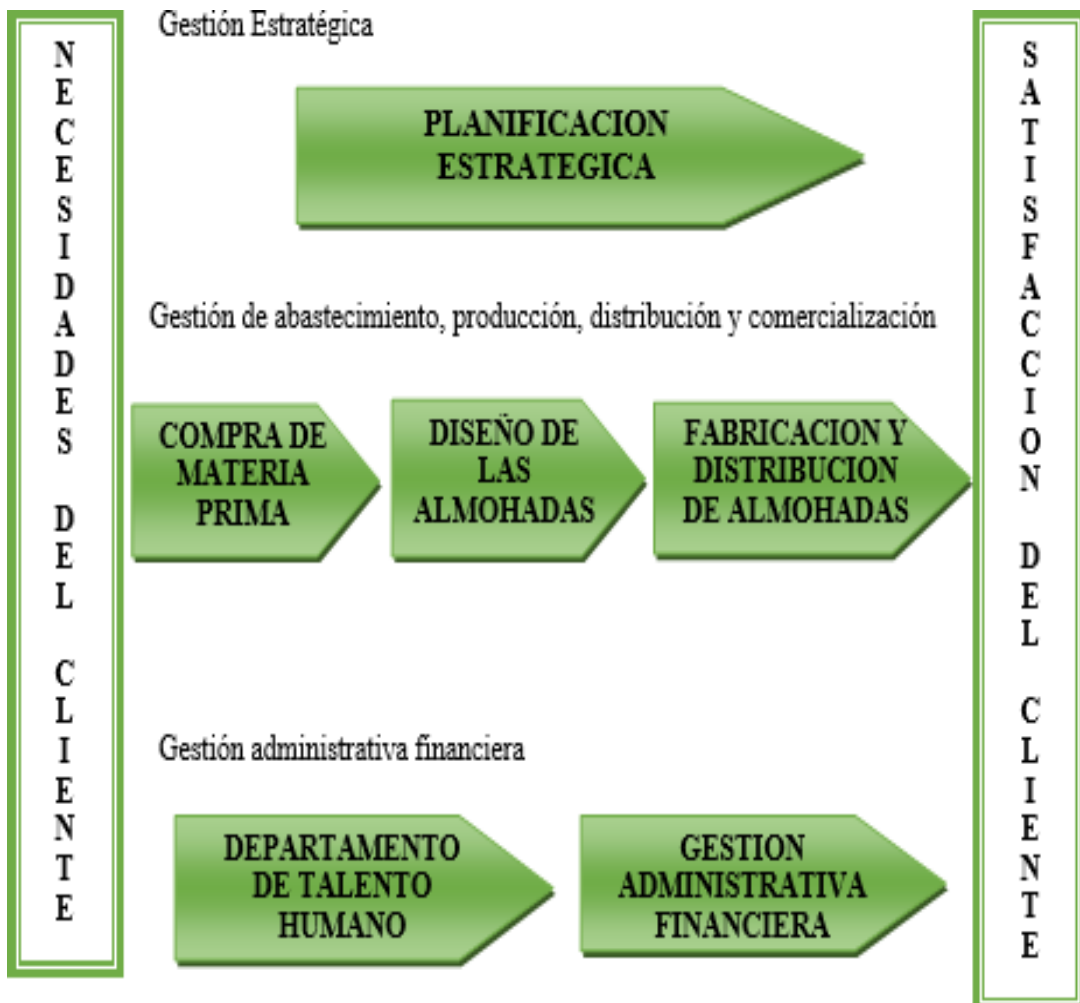
## CAPITULO II

### Operaciones

#### 1.1 Objetivo del Capítulo

Establecer componentes del área de producción de SMART PILLOW S.A y el uso de herramientas adecuadas para cada una de las actividades que se requiere, con la finalidad de valorar la importancia de las innovaciones y su implantación en el mercado competitivo.

#### 1.2 Descripción del proceso



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## **ANALISIS**

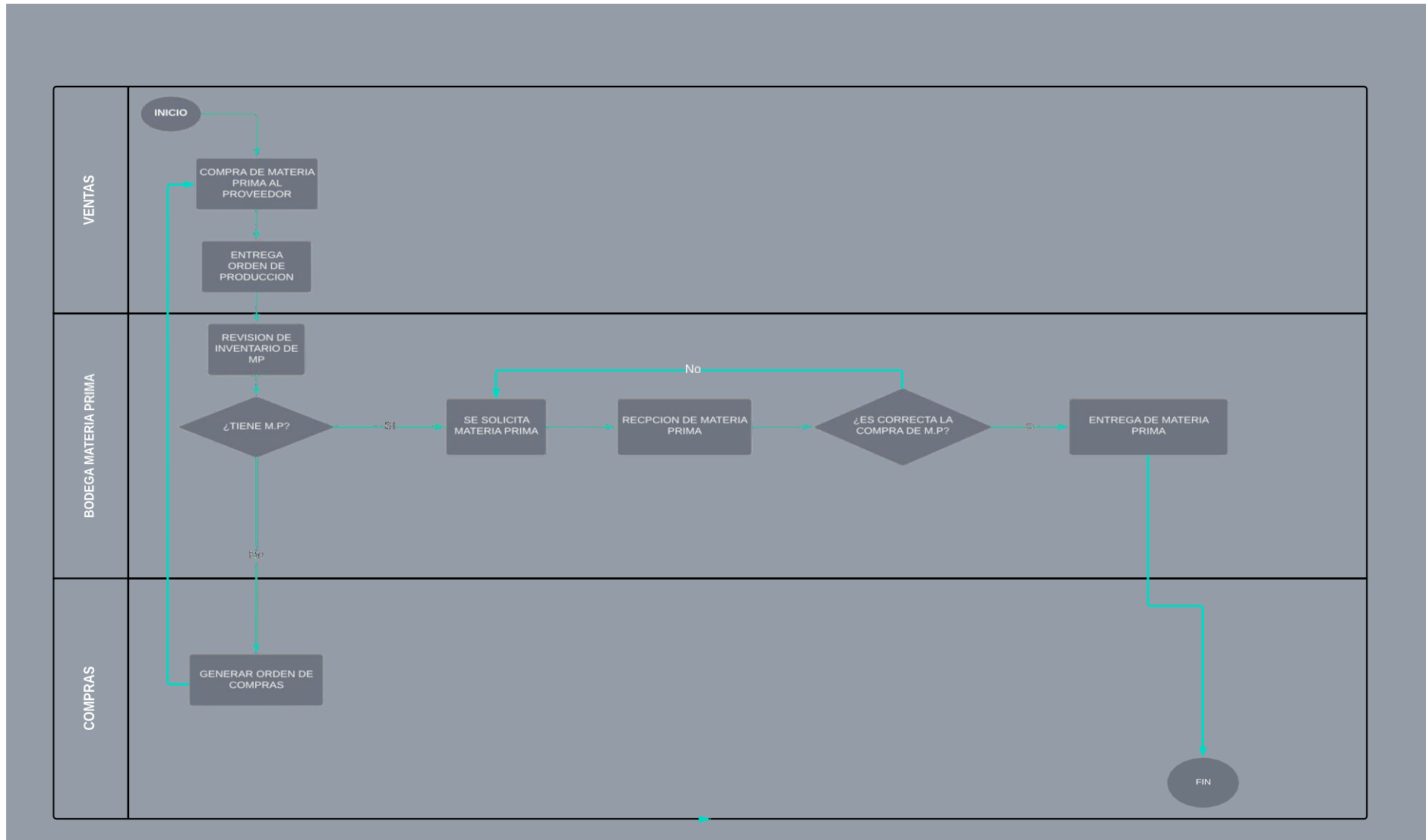
Uno de los tantos objetivos que tiene SMART PILLOW se trata de satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes es por eso que la planificación del mapa de proceso se realizara de esta manera, como punto principal será establecer la planificación estrategia que se implementara dentro del proyecto, para ello los procesos claves para un buen resultado será la compra de una buena materia prima, dando un producto de calidad, los diseños de las almohadas serán personalizadas ya que el propósito es cumplir con el gusto de cada persona y por último se realizara la fabricación y distribución de las almohadas. Por último, la empresa contará con dos departamentos muy importantes para que la empresa cumpla con cada meta propuesta, estará el departamento de Talento Humano y el departamento Financiero, los cuales serán una ayuda muy productiva para la empresa.

## **FLUJOGRAMA DE SMART PILLOW**

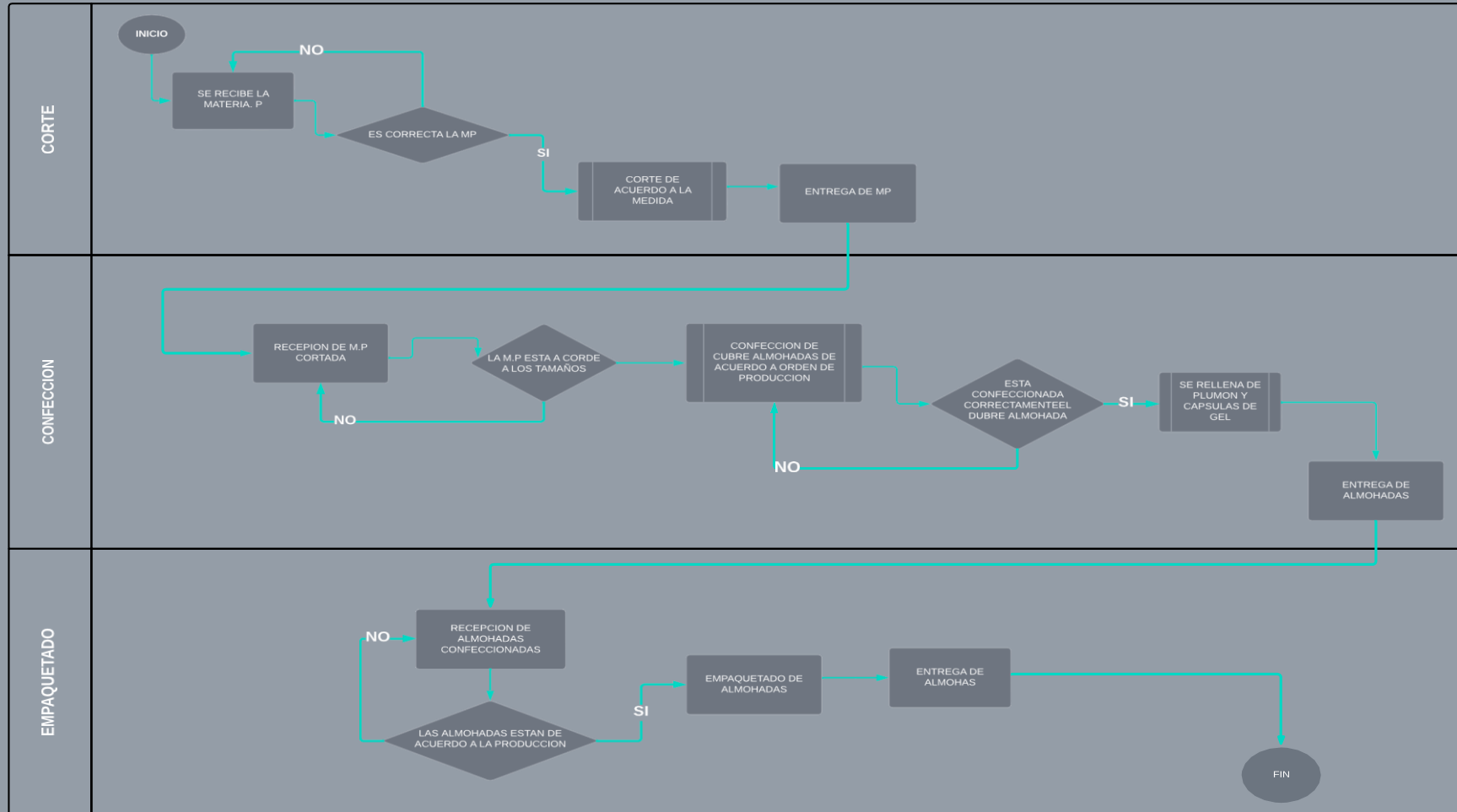
1. Gestión de Abastecimiento
2. Gestión de Producción
3. Flujograma del proceso de producción por tiempo.



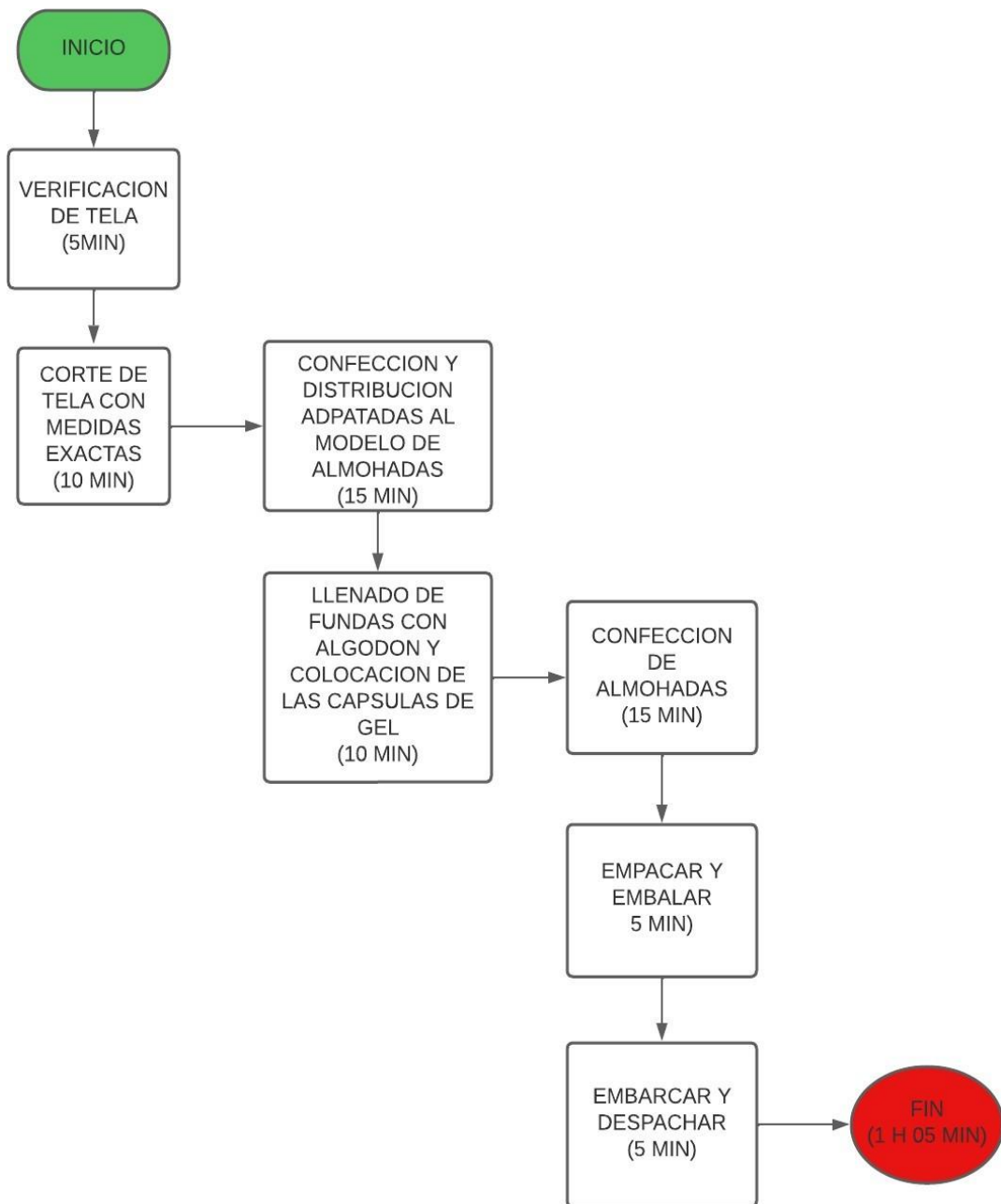
# 1. GESTION DE ABASTECIMIENTO



## 2. GESTION DE PRODUCCION



### 3. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCION POR TIEMPO

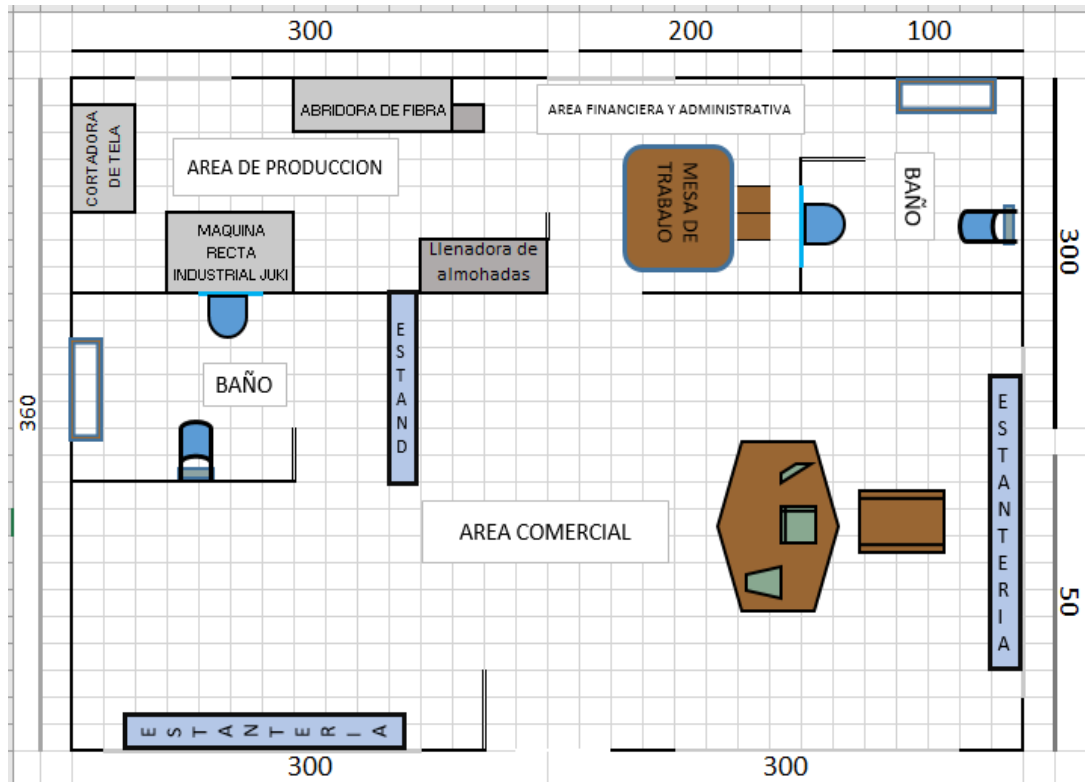


**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Descripción de instalaciones, equipos y personas.

### Instalación y distribución



**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

La instalación de “SMART PILLOW” contará con un espacio de 360m<sup>2</sup>, esta estará dividida por el área de producción y confección; área financiera y área comercial donde se ofertarán las almohadas de Smart Pillow, las mismas que estarán a la vista del público, la también se dividirán en dos áreas de servicio higiénico, una especialmente para los trabajadores y el otro para el público que visitara las instalaciones.

## Maquinaria

**Tabla 25** Maquinarias para la confección del producto

UNIDADES	MAQUINARIA	CARACTERISTICAS	PRECIO	FOTOS
1	CORTADORA DE TELA	Tipo: Vertical Tamaño: 10 pulgadas (25,4 cm) Marca: Kansew Special	\$200	
1	MAQUINA RECTA INDUSTRIAL JUKI MECANICA	Tipo: Vertical Tamaño: 10 pulgadas (25,4 cm) Marca: Kansew Special	\$300	
1	ABRIDORA DE FIBRA	Máquina abridora de fibras de poliéster o fibras. Especialmente diseñadas para lograr el máximo grado de apertura y volumen en las fibras que se procesan en ella.	\$220	
1	Llenadora de almohadas, cojines y peluches	Dependiendo de la precisión requerida por el cliente, instalara un sistema para el pesado del material, con el fin de introducir cantidades exactas en los recipientes.	\$580	

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Muebles y enceres

**Tabla 26** Muebles y enceres para el proyecto

UNI	MUEBLES	CARACTERISTICAS	PRECIO	FOTOS
1	MESA DE RE-UNIONES	Mesa de reuniones tipo bote de 3.20 x 1.20 metros con 2 patas y modesty central.	\$200	
5	SILLAS RE-CLINABLES	Sillón Londres-P Tapizado en simil color negro o blanco Brazos metálicos cromados.	\$70	
3	ESTANTERIAS	Estanterías Metálicas para Pared Sencillas	\$400	
1	Escritorio	Dimensiones del mueble: 75x150x120 cm Medidas de la caja: 101.5x46.5x4.7 cm Peso: 37.3 kg.	\$180	

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## DESCIPCION DE ACTIVIDADES

Para la adquisición de materia prima se solicitará cada mes, para el pedido y adquisición de materia prima el tiempo estimado será de una hora treinta, ya que, se debe realizar el pedido de una manera detallada, para el control de calidad el tiempo estimado será de dos horas, puesto a que se debe realizar el control de calidad minuciosamente y sin errores porque esto afectaría directamente a la producción de las almohadas, para la elaboración y costura de las almohadas se necesitara dos personas, las mismas se tomaran un tiempo de 2 horas para realizarlas, las dos mismas personas realizaran el doblado y empaquetado de las almohadas se tomara máximo 30 minutos.

**Tabla 27** Descripción de actividades

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo (por actividad)</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Horas- hombre</b>
Pedido y adquisición de materia prima.	1:30 hora	1 hombre	1:30 hora /1 hombre
Control de calidad	2 horas	1 hombre	2 horas/1 hombre
Diseño bordado y costura	2 horas	1 hombre	2 horas /1 hombre
Doblado empaquetado y almacenamiento en bodega	30 minutos	1 hombre	30 minutos / 1 hombre

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### 1.3 Capacidad de Producción

#### Capacidad de Producción Futura.

#### CAPACIDAD OPTIMA

CAPACIDAD INSTALADA				
PLANIFICADOS				
Número de producto/horas	Horas de trabajo diarias	Núm. Días trabajados	Total, de productos por trabajador	Total de trabajadores requeridos
16	8	5	8	2

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

Capacidad Instalada (50%)

Demanda Potencial Insatisfecha: 78.972

Día  $16 * 5 = 80$

Mes  $80 * 4 = 320$

Año  $320 * 12 = 3.840$  (50%)

78.972 100%

3.840 X **X= 5%**

Sacando los cálculos para poder obtener la capacidad instalada podemos darnos cuenta se cubrirá el 5% de la demanda.

Capacidad Productiva Futura (100%)

$3.840 * 2 = 7.680$

78.972 100%

7.680 X **X= 10%**

Se cubrirá el 10% de la demanda.



## 1.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

En la siguiente tabla se identificará la materia prima sustituta para la realización de almohadas para el negocio “SMART PILLOW”.

*Tabla 28* Sustitutos de la Materia Prima

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>IMPORTANCIA</b>	<b>SUSTITUTOS</b>
Tela anti ácaros	No produce alergia	Tela antialérgica
Algodón orgánico	Mas suavidad	Plumón
Capsulas de gel	NO APLICA	NO APLICA

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## 1.5 Calidad

### Método de Control de Calidad.

A continuación, se realizará un control de calidad para los procesos de producción y para garantizar que el producto sea creado con las mejores cualidades y cumplan con las expectativas de los clientes, para ello se harán pruebas con muestra aleatorias.

**Tabla 29** Control de calidad

<b>CONTROL DE CALIDAD</b>			
<b>RESPONSABLE</b>			
<b>FECHA</b>			
<b>ORDEN DE PRODUCCION</b>			
<b>LISTA DE EVALUACION</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CUMPLE</b>	<b>NO CUMPLE</b>	<b>OBSERVACION</b>
CONFORT			
TEXTURA			
TALLA			
DISEÑO			
COLOR			
TERMINADO			
SUAVIDAD			
ERGONOMIA			
<b>FIRMA RESPONSABLE</b>			

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## **1.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio**

### **Seguridad e higiene ocupacional**

POLÍTICA DE HIGIENE Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE.

Para el (MINISTERIO DEL AMBIENTE, 2018), la Higiene y Seguridad en el Trabajo, constituye uno de sus objetivos principales dentro de la actividad de ejercer en forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económico, social y ambiental. El MINISTERIO DEL AMBIENTE, le da la más alta prioridad y se compromete a mantener y promover una cultura permanente sobre

Higiene y Seguridad en el Trabajo, determinando deberes, responsabilidades y obligaciones con el compromiso de:

a) Diseñar, mantener y establecer procesos administrativos que integren todos los departamentos de la Institución, en forma tal que los mismos cumplan regulaciones legales para mantener la seguridad integral de los trabajadores/as y servidores/as públicos, además de la propiedad y el Medio Ambiente.

b) Gestionar medios y recursos necesarios para la implementación de un Programa de Higiene y Seguridad Integral.

c) Capacitar a los trabajadores/as y servidores/as públicos en materia de Higiene y Seguridad en el Trabajo, para minimizar acciones potencialmente peligrosas del personal durante sus labores, tanto para su salud como para la Institución y el Medio Ambiente.

d) Cumplir con las leyes y reglamentos aplicables a la Institución, así como las obligaciones que voluntariamente se hayan asumido.

e) Promover un mejoramiento continuo del Sistema de Higiene y Seguridad en el Trabajo y el Ambiente de nuestros trabajadores/as y servidores/as públicos como una preocupación de importancia fundamental.

f) Promover Programas de Higiene y Seguridad en el Trabajo, orientados a mejorar el bienestar de todo el personal en la institución.

g) Responder pronta, efectiva y cuidadosamente a todos los incidentes, accidentes y emergencias que se puedan generar en el transcurso de la jornada de trabajo, así mismo, dar aviso sobre enfermedades profesionales.

h) Difundir la Política de Higiene y Seguridad en el Trabajo, al personal del MINISTERIO DEL AMBIENTE; la cual será actualizada periódicamente, conforme lo establezcan las necesidades de la Institución y las leyes.

## **CAPITULO III**

### **Organización y Gestión**

#### **1.1 Objetivo del capítulo**

Definir la estructura organizacional de SMART PILLOW, estableciendo su misión, visión, valores y estrategias que permitan el logro de los objetivos propuestos sea a corto o largo plazo.

#### **1.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **Visión de la Empresa**

Smart Pillow, empresa pionera dentro del mercado de almohadas térmicas elaborados con tecnología de capsulas de gel que se adaptan a la temperatura deseada, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes, brindándoles confort y experiencia única al momento de tomar su ansioso descanso.

##### **Misión de la Empresa**

Smart Pillow busca ser parte de todos los hogares ecuatorianos ofreciendo productos de excelente calidad, sembrando confianza de parte de nuestros clientes y así poder posicionar nuestra marca dentro del mercado dentro de 5 años.

##### **Valores**

- Respeto. – En SMART PILLOW se trata al cliente y a los colaboradores de forma amable, sin discriminación de ninguna índole.
- Honestidad. – Se trabaja de una forma sincera con los clientes y colaboradores.
- Calidad. – En SMART PILLOW se realizarán las almohadas con la mejor materia prima para evitar cualquier inconveniente al momento de ser usadas por los clientes.
- Compromiso. - Se encarga de que el producto por el cual los clientes paga sea de su mayor agrado y sobre todo satisfaga sus necesidades.

- Higiene. – SMART PILLOW trabaja de una manera muy higiénica y pulcra al momento de realizar y de entregar el producto solicitado

## Objetivos y estrategias

- MATRIZ FODA



**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

- MATRIZ EFI

Tabla 30 Matriz EFI

<b>EFI</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PESO</b>	<b>CLASIFICACION</b>	<b>TOTAL</b>
Calidad en materia prima	0,05	4	0,2
Ventajas de las capsulas de gel	0,05	4	0,2
Almohadas anti ácaros	0,25	4	1,0
Producto con precios accesibles	0,15	3	0,60
Producto final de alta higiene	0,10	4	0,4
<b>SUBTOTALES</b>	0,60		
<b>TOTAL FORTALEZAS</b>			<b>2,40</b>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CLASIFICACION</b>	<b>TOTAL</b>
Recursos económicos limitados	0,15	2	0,3
Alianzas escasas con proveedores	0,05	1	0,05
Poco personal	0,05	1	0,05
Nuevo en el mercado	0,10	2	0,2
Temor al fracaso	0,05	1	0,05
<b>SUBTOTALES</b>	0,40		
<b>TOTAL DEBILIDADES</b>			<b>0,65</b>
<b>TOTAL PESO VALORES</b>	<b>1,00</b>		
<b>TOTAL EFI</b>			<b>3,05</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

- MATRIZ EFE

Tabla 31 Matriz EFE

<b>EFE</b>			
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PESO (PASO 1)</b>	<b>CLASIFICACION (PASO 2)</b>	<b>TOTAL</b>
Competencia débil en el sector	0,10	4	0,40
Lanzamientos de nuevos productos	0,05	4	0,20
Innovación en nuevas tendencias	0,20	3	0,60
Promociones	0,10	2	0,20
Nuevas técnicas de Inbound	0,10	1	0,10
<b>SUBTOTALES</b>	<b>0,55</b>		
<b>TOTAL OPORTUNIDADES</b>			<b>1,50</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>PESO (PASO 1)</b>	<b>CLASIFICACION (PASO 2)</b>	<b>TOTAL</b>
Competencia activa	0,15	2	0,30
Crisis económica	0,05	1	0,05
Alta variedad de precios en materia prima	0,05	1	0,05
Cambios en hábitos de consumo	0,1	1	0,1
Pandemia	0,10	1	0,1
<b>SUBTOTALES</b>	<b>0,45</b>	<b>2</b>	
<b>TOTAL AMENAZAS</b>			<b>0,60</b>
<b>TOTAL PESO VALORES</b>	<b>1,00</b>		
<b>TOTAL MEFE</b>			<b>2,10</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

- ANALISIS PESTEL

*Tabla 32* Análisis PESTEL

FATOR	DETALLE	PLAZO		
		Corto (1 mes o menos)	Mediano (1 a 3 años)	Largo (más de 3 años)
ECONOMICO	1. Crisis económica (amenaza)			
	2. Recursos econó- micos limitados (amenaza)			
SOCIAL	3. Movilidad social y laboral (oportuni- dad)			
	4. Pandemia (amena- za)			
TECNOLOGICO	5. Redes sociales (oportunidad)			



	6. Aplicaciones de servicio a domicilio (oportunidad)			
<b>POLITICO / LEGAL</b>	7. Derechos intelectuales (oportunidad)			
	8. Permisos de funcionamiento municipal			

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

<b>EMPRESA</b>	SMART PILLOW
<b>GIRO DE NEGOCIO</b>	COMERCIAL
<b>DESCRIPCION ACTIVIDAD PRINCIPAL</b>	PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE ALMOHADAS A BASE DE ALGDON Y CAPSULAS DE GEL
<b>INDUSTRIA</b>	COMERCIAL
<b>METODOLOGIA DE ANALISIS</b>	PESTEL

COM-PONEN-TE	DESCRIP-CION DEL EVENTO	IMPORTANCIA		RIESGO / OPORTU-NIDAD	IMPACTO		PROBABILI-DAD DE OCU-RRENCIA		TEMPORALI-DAD DE OCU-RRENCIA		PRIORIZA-CION
<b>E C O N O M I C O</b>	Debido a la pandemia el mundo ha sufrido una crisis económica muy significativa y ha creado un gran porcentaje de desempleo	A L T A	3	AMENAZA	ALTO	3	ALTA	3	CORTO	3	12
	Smart Pillow cuanta con un capital inicial muy limitado para poder	A L T A	3	AMENAZA	ALTO	3	ALTA	3	CORTO	3	12

	invertir en más y diferentes productos										
<b>S O C I A L</b>	Después de tres años de pandemia se reactivan las actividades económicas y sociales	A L T A	3	OPORTU- NIDAD	ALTO	3	MEDIA	2	MEDIO	2	10
	La pandemia hace que las personas se abstengan de comprar comida fuera de casa por miedo del virus	M E D I A	2	AMENAZA	MEDIO	2	BAJA	1	CORTO	3	8
<b>T E C N O L</b>	Las redes sociales hoy en día son muy importantes y necesarias para un negocio, ya que mediante a ellas se llegan	A L T A	3	OPORTU- NIDAD	ALTO	3	ALTA	3	CORTO	3	12

<b>O G I C O</b>	a potenciales clientes										
	La actividad del negocio no es tan concurrido dentro del mercado de almohadas	M E D I A	2	OPORTU- NIDAD	ALTO	3	MEDIA	2	CORTO	3	10
<b>P O L I T I C O / S O C I A</b>	Los derechos intelectuales que tiene SMART PILLOW es registrar su marca y patentarla para que no exista ningún plagio en su nomenclatura	A L T A	3	OPORTU- NIDAD	ALTO	3	ALTA	3	MEDIO	2	11

L											
	Los permisos de funcionamiento que otorga el municipio es parte fundamental para que SMART PILLLOW empiece su funcionamiento de forma correcta y legal	A L T A	3	AMENAZA	ALTO	3	ALTA	3	MEDIO	2	11

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### 1.3 Organización Funcional de la Empresa

#### Organización Interna

### EMPRESA “SMART PILLOW” Organigrama Estructural

Gráfico 12 Organigrama Estructural



**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

# EMPRESA “SMART PILLOW”

## Organización Funcional

Gráfico 13 Organigrama Funcional



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## 1.4 Descripción de puestos.

Tabla 33 Descripción del puesto Gerencia

---

### I. INFORMACIÓN BÁSICA:

---

**Puesto:** GERENTE

**Jefe inmediato superior:** NO APLICA

**Supervisa a:** JEFE DE PRODUCCIÓN Y JEFE ADMINISTRATIVO / FINANCIERO

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:** El Gerente General se encarga de guiar, gestionar al personal y establecer políticas dentro de la empresa.

---

### III FUNCIONES

- Toma decisiones conforme los aspectos internos y externos de la empresa
  - Planifica y ejecuta los objetivos generales y específicos
  - Dirige y toma decisiones que favorezcan a la empresa
  - Es capaz de tomar riesgos para poder alcanzar metas
  - Monitorea el cumplimiento de los colaboradores
  - Recibir informes por parte de la administración y del área operativa
  - Se encarga de revisar estados financieros, estados de caja, entre otros.
- 

### IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

---

**Título profesional:** Ingeniero, Administrador MBA

**Experiencia:** Mínimo 5 años

**Habilidades:** Liderazgo, negociación, trabajo en equipo, facilidad de comunicación, etc...

**Formación:** Ingeniero en Administración de Empresas, Licenciado en Administración de empresas, Economista

---

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



*Tabla 34* Descripción del puesto de producción

---

**I. INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

***Puesto:*** JEFE DE PRODUCCION

***Jefe inmediato superior:*** GERENTE

***Supervisa a:*** NO APLICA

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:** Supervisa y dirige todo el proceso de producción de la empresa

---

**III FUNCIONES**

- Planifica las tareas operativas a realizar y su ejecución
  - Se encargan de manejar y adquirir adecuadamente los recursos de la empresa
  - Se encargan de gestionar las actividades
- 

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

***Título profesional:*** Ingeniero

***Experiencia:*** Mínimo 3 años

***Habilidades:*** Liderazgo, trabajo en equipo, tener conocimiento sobre TIC, poseer capacidades para la gestión de logística.

***Formación:*** Ingeniero en Administración de Empresas, realizar cursos específicos del puesto, master o diplomados

---

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

Tabla 35 Descripción del puesto administrativo

---

**I. INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

**Puesto:** JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

**Jefe inmediato superior:** GERENTE

**Supervisa a:** NO APLICA

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:** Supervisa y dirige todo el personal administrativo de la empresa

---

**III FUNCIONES**

- Verificar el cumplimiento de lo establecido en los procesos.
  - Revisión de los informes presentados de cada proceso.
  - Conocimientos de la normatividad interna y externa en materia contable, presupuestal, entre otras.
  - Tomar decisiones financieras.
  - Manejo efectivo de los recursos financieros de la empresa
  - Actividades de RRHH
- 

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

**Título profesional:** Ingeniero, Administrativo MBA

**Experiencia:** Mínimo 3 años

**Habilidades:** Visión Estratégica. Orientación a resultados, Dirección de equipos de trabajo, Comunicación.

**Formación:** Ingeniero en Administración de Empresas, master o diplomados

---

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## 1.5 Control de Gestión

### Necesidades De Personal

El capital humano es el activo más importante para la empresa, es por eso que las personas mejor motivadas dentro de la empresa, son las personas que mejor realizan su trabajo y son más productivos. Es por eso que se deben satisfacer con todas las necesidades de cada uno del personal de trabajo, Escuchándoles y motivándoles para que sigan siendo mejores cada día.

*Tabla 36* Necesidades de personal

AÑO	GERENTE	JEFE DE PRO- DUCCION	JEFE ADMINIS- TRATIVO	JEFE FINANCIERO	OBRE- ROS	VENDE- DORES
<b>2023</b>	1	1	1	1	1	1
<b>2024</b>	1	1	1	1	2	1
<b>2025</b>	1	1	1	1	2	2
<b>2026</b>	1	1	1	1	2	3
<b>2027</b>	1	1	1	1	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## **CAPITULO IV**

### **Jurídico Legal**

#### **2.1 Objetivos del capítulo**

Establecer los requisitos legales y normas gubernamentales o municipales que rigen este tipo de negocios al que pertenece, para la implementación del nuevo negocio llamado “SMART PILLOW” respetando la normativa legal vigente

#### **2.2 Determinación de la forma jurídica**

La Asamblea Nacional el 28 de febrero del 2020 aprueba la Ley de Emprendimiento e innovación y la Superintendencia de Compañías reforma la Ley, creando las Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S).

Es por eso que SMART PILLOW S.A, se constituirá bajo la figura de Sociedad Anónima, ya que su constitución es más fácil, y lo más importante no se necesitara una inversión inicial, ya empresa contra accionistas, los cuales apoyaran a la ejecución y planeación de la misma. La empresa de se constituirá en el Distrito metropolitano de Quito, en el sector de la Iñaquito.

#### **UBICACION**

- **Sector: Norte de Quito**
- **Zona: Iñaquito**

En la Ley No. 2005-27 Registro Oficial 196, 26-I-2006 se establece lo siguiente:

#### **De las Generalidades y Naturaleza Jurídica**

**Art. 1.-** Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. 112

**Art. 2.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados (Derecho Ecuador,

2016). De la denominación

**Art. 8.-** afirma: La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L.

Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa. Por nombre del "gerente-propietario" se entienden sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

**Art. 9.-** La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

### **2.3 Registros de marcas**

Exponer si existirá la necesidad de registro de marcas o realizar trámites de protección de derechos de Propiedad Intelectual como, por ejemplo: propiedad industrial, derechos de autor y derechos conexos, etc.

#### **Requisitos Obligatorios:**

1. Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
2. Comprobante de pago de tasa.
3. Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

#### **Requisitos Especiales:**

- **Costo del** Certificado Financiero para descuento
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite

Documento de Prioridad **trámite:**

\$ 208,00 USD No graba IVA

#### **Requisitos para sacar la patente**

De conformidad con el Art. Art. 547 del Código Orgánico de Organización Te-

territorial, Autonomía y Descentralización, están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de patente, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

La patente municipal deberá obtenerse dentro de los treinta días siguientes al último día del mes en que se inician las actividades, o dentro de los treinta días siguientes al último día del año (mes de enero)

Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad:

1. Formulario de declaración inicial de Actividad Económica;
2. Cédula y papeleta de votación;
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes;
4. Tabla de amortización (deuda) en caso de tener préstamos con cargo a la actividad económica;
5. Copia de la matrícula en caso de transporte;
6. Copia del impuesto predial en caso de arriendos;
7. Certificado de no adeudar al Municipio; y,
8. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
9. Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos

Las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad:

1. Formulario de declaración de patente o declaración inicial de Actividad Económica;
2. Cédula y certificado de votación del representante legal(nombramiento);
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes;
4. Copia del acta de constitución, para sociedades sin fines de lucro;
5. Certificado de no adeudar al Municipio;
6. Declaración del impuesto a la renta en el SRI del año inmediato anterior;
7. Formulario del impuesto del 1.5 por mil a los Activos Totales;
8. Copia de la declaración del impuesto a la renta realizado al SRI del año inmediato anterior; y,
9. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
10. Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos.

## CAPITULO V

### Evaluación Financiera

#### 3.1 Objetivos del capítulo

Verificar la viabilidad financiera del negocio SMART PILLOW, mediante estudios de los estados financieros.

#### 3.2 Plan de inversiones

*Tabla 37* Plan de inversión

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (US\$)
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 4.560,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 1.930,00</b>
Mesa de trabajo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Sillas de trabajo	5	\$ 70,00	\$ 350,00
Estanterías	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Escritorio	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 1.300,00</b>
Cortadora de tela	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Maquina recta industrial JUKI mecánica	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Abridora de fibra	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Llenadora de almohadas y peluches	1	\$ 580,00	\$ 580,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 500,00</b>
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono celular	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Sistema de seguridad con cámaras	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			<b>\$ 830,00</b>
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Caja registradora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>			<b>\$ 370,00</b>
Constitución jurídica S.A.S	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Tramite de registro de marca	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Permiso cuerpo de bomberos	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Permiso LUAE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$ 11.860,08</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>			<b>\$ 16.790,08</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### 3.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### Capital de trabajo

Tabla 38 Cálculo mano de obra

Cantidad	Descripción	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)	Totales (USD)
			<b>GASTO</b>	<b>\$3.953,36</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				<b>\$1.324,68</b>
1	Gerente General	\$695,33	\$695,33	
1	Analista Financiero/Administrativo	\$629,34	\$629,34	
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>				<b>\$1.258,68</b>
2	Personal Operativo	\$629,34	\$1.258,68	
<b>LOCAL</b>				<b>\$820,00</b>
1	Arriendo Instalaciones	\$600,00	\$600,00	
1	Servicios Básicos	\$200,00	\$200,00	
1	Alícuota	\$20,00	\$20,00	
<b>GASTOS ADICIONALES</b>				<b>\$550,00</b>
1	Publicidad	\$250,00	\$250,00	
1	Mantenimiento de equipos	\$300,00	\$300,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)</b>				<b>\$11.860,08</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

#### Roles de pago

Tabla 39 Roles de pago

Cargo	Código	SBU	Descuento Personal IESS (9,45%)	Valor a Pagar	Valor Anual
Gerente General	GG1	\$500,00	\$47,25	\$452,75	\$5.433,00
Analista Financiero / Administrativo	AFA1	\$450,00	\$42,53	\$407,48	\$4.889,70
Personal Operativo 1	PO1	\$450,00	\$42,53	\$407,48	\$4.889,70
Personal Operativo 2	PO2	\$450,00	\$42,53	\$407,48	\$4.889,70
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.850,00</b>	<b>\$174,83</b>	<b>\$1.675,18</b>	<b>\$20.102,10</b>



<b>Cargo</b>	<b>Provisión Patronal IESS (11,15%)</b>	<b>Décimo Tercero (13)</b>	<b>Décimo Cuarto (14)</b>	<b>Fonos de Reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Provisión</b>	<b>Costo MO</b>
Gerente General	\$55,75	\$41,67	\$35,42	\$41,67	\$20,83	\$195,33	\$695,33
Analista Administrativo Contable	\$50,18	\$37,50	\$35,42	\$37,50	\$18,75	\$179,34	\$629,34
Personal Operativo 1	\$50,18	\$37,50	\$35,42	\$37,50	\$18,75	\$179,34	\$629,34
Personal Operativo 2	\$50,18	\$37,50	\$35,42	\$37,50	\$18,75	\$179,34	\$629,34
<b>TOTAL</b>	<b>\$206,28</b>	<b>\$154,17</b>	<b>\$141,67</b>	<b>\$154,17</b>	<b>\$77,08</b>	<b>\$733,36</b>	<b>\$2.583,36</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Depreciación

Tabla 40 Depreciación

	Detalle del Bien	Vida Útil	Valor	% Depreciación	Depreciación Anual
	<b>Muebles y enseres</b>				<b>\$193,00</b>
1	Mesa de trabajo	10 años	\$200,00	10%	\$20,00
5	Sillas giratorias	10 años	\$350,00	10%	\$35,00
3	Estanterías	10 años	\$1.200,00	10%	\$120,00
1	Escritorio	10 años	\$180,00	10%	\$18,00
	<b>Máquinas y Equipos Electrónicos</b>				<b>\$328,00</b>
1	Cortadora de tela	10 años	\$200,00	10%	\$20,00
1	Maquina recta industrial JUKI mecánica	10 años	\$300,00	10%	\$30,00
1	Maquina abridora de fibra	10 años	\$220,00	10%	\$22,00
1	Maquina llenadora de almohadas	10 años	\$580,00	10%	\$58,00
1	Computadoras	3 años	\$500,00	33%	\$165,00
1	Impresoras	3 años	\$180,00	10%	\$18,00
1	Caja registradora	5 años	\$150,00	10%	\$15,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$4.060,00</b>		<b>\$521,00</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## Proyección de la depreciación

**Tabla 41** Proyección de la depreciación

Detalle del Bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mesa de trabajo	\$20,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Silla giratoria	\$35,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00
Estanterías	\$120,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Escritorio	\$18,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
<b>MAQUINAS Y EQUIPOS ELECTRONICOS</b>					
Cortadora de tela	\$20,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00
Maquina recta industrial JUKI mecánica	\$30,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00
Maquina abridora de fibra	\$22,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Maquina llenadora de almohadas	\$58,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Computadoras	\$165,00	\$165,00	\$165,00		
Impresoras	\$18,00	\$35,00	\$35,00		
Caja registradora	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$521,00</b>	<b>\$907,00</b>	<b>\$907,00</b>	<b>\$707,00</b>	<b>\$707,00</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

## Detalle de Costos

**Tabla 42** Detalle de costo

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo anual
<b>Materiales y suministros</b>				<b>\$188,75</b>	<b>\$2.265,00</b>
Esfero azul	Unidades	12	\$0,35	\$4,20	\$50,40
Esfero rojo	Unidades	12	\$0,35	\$4,20	\$50,40
Esfero negro	Unidades	12	\$0,35	\$4,20	\$50,40
Correctores	Unidades	6	\$0,20	\$1,20	\$14,40
Caja de grapas	Unidades	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Caja de clips pequeños	Unidades	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Resmas de papel A4 blanco	Unidades	5	\$5,00	\$25,00	\$300,00
Marcadores	Unidades	6	\$1,00	\$6,00	\$72,00
Lápices	Unidades	12	\$0,25	\$3,00	\$36,00
Borrador	Unidades	4	\$0,10	\$0,40	\$4,80
Grapadora	Unidades	2	\$4,20	\$8,40	\$100,80
Resaltadores	Unidades	6	\$0,30	\$1,80	\$21,60
Tinta de impresora Epson 664 magenta	Unidades	5	\$6,00	\$30,00	\$360,00
Tinta de impresora Epson 664 negra	Unidades	5	\$6,00	\$30,00	\$360,00
Tinta de impresora Epson 664 roja	Unidades	5	\$6,00	\$30,00	\$360,00
Tinta de impresora Epson 664 azul	Unidades	5	\$6,00	\$30,00	\$360,00
Cinta Scotch	Unidades	1	\$0,35	\$0,35	\$4,20
<b>Materia Prima</b>				<b>\$1.085,50</b>	<b>\$13.026,00</b>
Agujas maquina recta	Unidades	12	\$2,00	\$ 24,00	\$288,00
Agujas maquina abridora	Unidades	12	\$2,00	\$ 24,00	\$288,00
Capsulas de gel	Unidades	50	\$6,50	\$ 325,00	\$3.900,00
Telas anti ácaros	Unidades	10	\$5,00	\$ 50,00	\$600,00
Cierres	Unidades	25	\$2,50	\$ 62,50	\$750,00
Algodón	Unidades	50	\$12,00	\$ 600,00	\$7.200,00
<b>Mano de obra</b>				<b>\$1.258,68</b>	<b>\$15.104,20</b>
Personal Operativo 1	Horas	160	\$3,93	\$629,34	\$7.552,10
Personal Operativo 2	Horas	160	\$3,93	\$629,34	\$7.552,10
<b>Costos Indirectos</b>				<b>\$412,92</b>	<b>\$4.955,00</b>
Internet	Megas	30	\$1,27	\$38,00	\$456,00
Luz	Kilovatios	350	\$0,09	\$31,50	\$378,00
Depreciación de maquinaria y equipos	Monetaria/tiempo	1	\$43,42	\$43,42	\$521,00
Mantenimiento de equipos	Unidades	4	\$75,00	\$300,00	\$3.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$196,09</b>	<b>\$2.945,85</b>	<b>\$35.350,20</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto / **Elaborado por:** El autor

## Proyección de Costos

*Tabla 43* Cálculo de la inflación

CALCULO TASA DE INFLACION					
2018	2019	2020	2021	2022	PROMEDIO
0,74	-0,07	-1,36	2,3	3,07	0,936
					1,0094

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

*Tabla 44* Proyecto de costos

Descripción	Costo Mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2	Costos		Total Año 3	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
		Fijos	Varia bles		Fijos	Varia bles		Fijos	Varia bles		Fijos	Varia bles				
Materiales y suministros	\$188,75	X		\$2.265,00	X		\$2.286,29	X		\$2.307,78	X		\$2.329,48	X		\$2.351,37
Materia Prima	\$1.085,50		X	\$13.026,00		X	\$13.148,44		X	\$13.272,04		X	\$13.396,80		X	\$13.522,73
Mano de obra	\$1.258,68	X		\$15.104,20	X		\$15.246,18	X		\$15.389,49	X		\$15.534,15	X		\$15.680,18
Costos Indirectos	\$412,92		X	\$4.955,00		X	\$5.001,58		X	\$5.048,59		X	\$5.096,05		X	\$5.143,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.945,85</b>			<b>\$35.350,20</b>			<b>\$35.682,49</b>			<b>\$36.017,91</b>			<b>\$36.356,48</b>			<b>\$36.698,23</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Detalle de Gastos

*Tabla 45 Detalle gastos*

Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia Mensual del Gasto	Valor Mensual	Valor Anual
<b>Gastos Administrativos</b>			<b>86,04%</b>	<b>\$1.540,76</b>	<b>\$18.489,10</b>
Gerente general	Horas	\$4,35	38,83%	\$695,33	\$8.344,00
Analista Financiero / Administrativo	Horas	\$3,93	35,14%	\$629,34	\$7.552,10
Depreciación de Muebles y Enseres	Meses	\$16,08	0,90%	\$16,08	\$193,00
Servicios Básicos	Agua/luz	\$1,25/\$0,09	11,17%	\$200,00	\$2.400,00
<b>Gastos en Ventas</b>			<b>13,96%</b>	<b>\$250,00</b>	<b>\$3.000,00</b>
Publicidad (redes sociales)	Ads	\$0,30	13,96%	\$250,00	\$3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>100,00%</b>	<b>\$1.790,76</b>	<b>\$21.489,10</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

## Proyección Gastos

Tabla 46 Proyección de gastos

Descripción	Gasto Mensual	Gastos		Total Año 1	Gastos		Total Año 2	Gastos		Total Año 3	Gastos		Total Año 4	Gastos		Total Año 5
		Fi-jos	Va-ria-bles		Fi-jos	Va-ria-bles		Fi-jos	Va-ria-bles		Fi-jos	Va-ria-bles		Fi-jos	Va-ria-bles	
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$1.540,76</b>			<b>\$18.489,10</b>			<b>\$18.662,90</b>			<b>\$18.838,33</b>			<b>\$19.015,41</b>			<b>\$19.194,15</b>
Gerente general	\$695,33	X		\$8.344,00	X		\$8.422,43	X		\$8.501,60	X		\$8.581,52	X		\$8.662,19
analista financiero/administrativo	\$629,34	X		\$7.552,10	X		\$7.623,09	X		\$7.694,75	X		\$7.767,08	X		\$7.840,09
Depreciación de Muebles y Enseres	\$16,08	X		\$193,00	X		\$194,81	X		\$196,65	X		\$198,49	X		\$200,36
Servicios Básicos	\$200,00		X	\$2.400,00		X	\$2.422,56		X	\$2.445,33		X	\$2.468,32		X	\$2.491,52
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$250,00</b>			<b>\$3.000,00</b>			<b>\$3.028,20</b>			<b>\$3.056,67</b>			<b>\$3.085,40</b>			<b>\$3.114,40</b>
Publicidad	\$250,00	X		\$3.000,00	X		\$3.028,20	X		\$3.056,67	X		\$3.085,40	X		\$3.114,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.790,76</b>			<b>\$21.489,10</b>			<b>\$21.691,10</b>			<b>\$21.894,99</b>			<b>\$22.100,81</b>			<b>\$22.308,55</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### 3.4 Plan de Financiamiento

Las necesidades de inversión propuestas en el numeral anterior son financieramente satisfechas, para lo que se presenta un resumen de la inversión que se requiere, así como las fuentes posibles de utilización:

*Tabla 47* Plan financiero

Descripción	Total USD	Parcial %	Total %
<b>Recursos Propios</b>	<b>\$16.790,08</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Accionista 1	\$4.197,52	25,00%	25,00%
Accionista 2	\$4.197,52	25,00%	25,00%
Accionista 3	\$4.197,52	25,00%	25,00%
Accionista 4	\$4.197,52	25,00%	25,00%
Bienes	\$0,00	0,00%	0,00%
<b>Recursos de Terceros</b>	<b>\$0,00</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Préstamo Bancario	\$0,00	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$16.790,08</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### Forma de financiamiento

### 3.5 Cálculo de Ingresos

#### Proyección de Ingresos

*Tabla 48* Proyección de ingresos

Productos	MP	MO	CIF	Costo Total	Unidades	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario
				(mensual)	(mensual)	\$	%	
Almohadas de cápsulas de gel	\$1.085,50	\$ 1.258,68	\$601,67	\$ 2.945,85	320	\$ 1.854,15	63%	\$15,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor



**Tabla 49** Capacidad de producción futura

<b>Capacidad de Producción Futura</b>	
<b>Año</b>	<b>Total de productos por año</b>
1	3840
2	4800
3	6000
4	7500
5	9375
<b>TCS</b>	<b>1,25</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 50** Producto a ofertar

<b>Productos</b>	<b>Canti dad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Total Año 1</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Total Año 2</b>	<b>Canti dad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Total Año 3</b>	<b>Canti dad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Total Año 4</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Total Año 5</b>
Almohadas de cápsu- las de gel	3840	\$15,00	\$57.600,00	4800	\$15,00	\$72.000,00	6000	\$15,00	\$90.000,00	7500	\$15,00	\$112.500,00	9375	\$15,00	\$140.625,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$57.600,00</b>			<b>\$72.000,00</b>			<b>\$90.000,00</b>			<b>\$112.500,00</b>			<b>\$140.625,00</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### 3.6 Punto de equilibrio

*Tabla 51* Punto de equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	
Mano de obra directa	\$ 15.104,20
Gasto Administrativo	\$18.489,10
Gasto en ventas	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$36.593,30</b>
<b>COSTOS VARIABLES unitarios</b>	
Costos indirectos	\$ 4.955,00
Materiales y suministros	\$ 2.265,00
Materia Prima	\$ 13.026,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.246,00</b>
<b>Precio de venta unitario</b>	<b>\$ 15,00</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

<b>PE</b>	3762	CF
		PV - CVU
<b>Ingreso equilibrio</b>	\$ 94.045,00	PE * \$15,00
<b>Costo total</b>	\$56.839,30	CF + CV

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

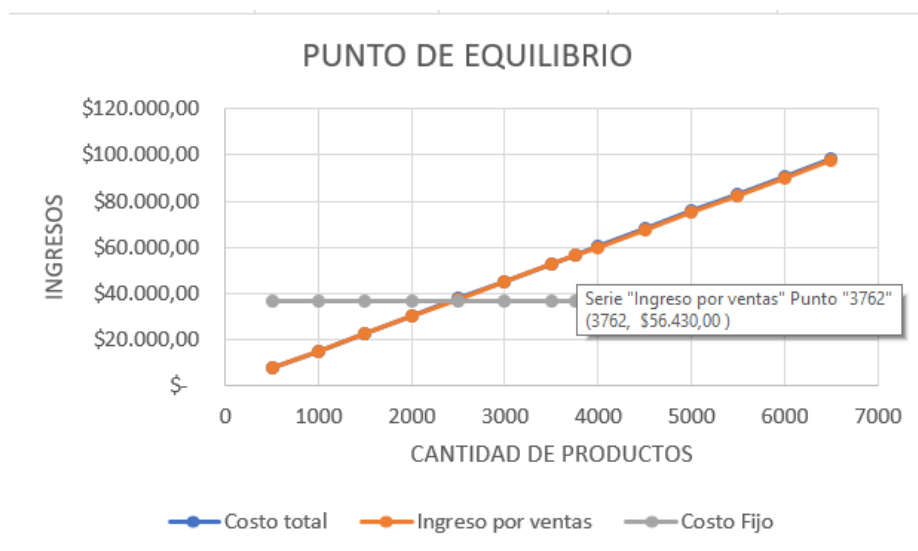
**Tabla 52** Proyección del punto de equilibrio

Unidades vendidas	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo
500	\$ 7.554,40	\$ 7.500,00	\$ 36.593,30
1000	\$ 15.108,80	\$ 15.000,00	\$ 36.593,30
1500	\$ 22.663,20	\$ 22.500,00	\$ 36.593,30
2000	\$ 30.217,60	\$ 30.000,00	\$ 36.593,30
2500	\$ 37.772,00	\$ 37.500,00	\$ 36.593,30
3000	\$ 45.326,40	\$ 45.000,00	\$ 36.593,30
3500	\$ 52.880,79	\$ 52.500,00	\$ 36.593,30
3762	\$ 56.839,30	\$ 56.430,00	\$ 36.593,30
4000	\$ 60.435,19	\$ 60.000,00	\$ 36.593,30
4500	\$ 67.989,59	\$ 67.500,00	\$ 36.593,30
5000	\$ 75.543,99	\$ 75.000,00	\$ 36.593,30
5500	\$ 83.098,39	\$ 82.500,00	\$ 36.593,30
6000	\$ 90.652,79	\$ 90.000,00	\$ 36.593,30
6500	\$ 98.207,19	\$ 97.500,00	\$ 36.593,30

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 14** Punto de equilibrio



**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### 3.7 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 53 Estado de resultados

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$57.600,00	\$72.000,00	\$90.000,00	\$112.500,00	\$140.625,00
(-)	Costo de Ventas	\$35.350,20	\$35.682,49	\$36.017,91	\$36.356,48	\$36.698,23
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$22.249,80</b>	<b>\$36.317,51</b>	<b>\$53.982,09</b>	<b>\$76.143,52</b>	<b>\$103.926,77</b>
(-)	Gastos de venta	\$3.000,00	\$3.028,20	\$3.056,67	\$3.085,40	\$3.114,40
(=)	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>\$19.249,80</b>	<b>\$33.289,31</b>	<b>\$50.925,43</b>	<b>\$73.058,13</b>	<b>\$100.812,37</b>
(-)	Gastos Administrativos	\$18.489,10	\$18.662,90	\$18.838,33	\$19.015,41	\$19.194,15
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$760,70</b>	<b>\$14.626,41</b>	<b>\$32.087,10</b>	<b>\$54.042,72</b>	<b>\$81.618,22</b>
(-)	Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>\$760,70</b>	<b>\$14.626,41</b>	<b>\$32.087,10</b>	<b>\$54.042,72</b>	<b>\$81.618,22</b>
(-)	15% Participación trabajadores	\$114,11	\$2.193,96	\$4.813,06	\$8.106,41	\$12.242,73
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$646,60</b>	<b>\$12.432,45</b>	<b>\$27.274,03</b>	<b>\$45.936,31</b>	<b>\$69.375,49</b>
(-)	Impuesto a la renta	\$161,65	\$3.108,11	\$6.818,51	\$11.484,08	\$17.343,87
(=)	<b>UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$484,95</b>	<b>\$9.324,34</b>	<b>\$20.455,53</b>	<b>\$34.452,23</b>	<b>\$52.031,61</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### 3.8 Flujo de Caja

Tabla 54 Flujo de caja

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>A.</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	-	<b>\$57.600,00</b>	<b>\$72.000,00</b>	<b>\$90.000,00</b>	<b>\$112.500,00</b>	<b>\$140.625,00</b>
	Ingresos por ventas	-	\$57.600,00	\$72.000,00	\$90.000,00	\$112.500,00	\$140.625,00
<b>B.</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	-	<b>\$56.839,30</b>	<b>\$57.373,59</b>	<b>\$57.912,90</b>	<b>\$58.457,28</b>	<b>\$59.006,78</b>
	Costos	-	\$35.350,20	\$35.682,49	\$36.017,91	\$36.356,48	\$36.698,23
	Gastos Administrativos	-	\$18.489,10	\$18.662,90	\$18.838,33	\$19.015,41	\$19.194,15
	Gastos de Ventas	-	\$3.000,00	\$3.028,20	\$3.056,67	\$3.085,40	\$3.114,40
<b>C.</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$760,70</b>	<b>\$14.626,41</b>	<b>\$32.087,10</b>	<b>\$54.042,72</b>	<b>\$81.618,22</b>
<b>D.</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
	Recursos propios	-	-	-	-	-	-
	Créditos a corto plazo o largo plazo	-	-	-	-	-	-
	Otros ingresos	-	-	-	-	-	-
<b>E.</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$16.790,08</b>	<b>\$275,75</b>	<b>\$5.302,07</b>	<b>\$11.631,57</b>	<b>\$19.590,49</b>	<b>\$29.586,60</b>
	Gastos financieros	-	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Pago de créditos a largo plazo	-	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Pago de participación de utilidades	-	\$114,11	\$2.193,96	\$4.813,06	\$8.106,41	\$12.242,73
	Pago de impuesto a la renta	-	\$161,65	\$3.108,11	\$6.818,51	\$11.484,08	\$17.343,87
	Compra de activos fijos	\$4.560,00	-	-	-	-	-
	Otros ingresos	\$12.230,08	-	-	-	-	-
<b>F.</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>-\$16.790,08</b>	<b>-\$275,75</b>	<b>-\$5.302,07</b>	<b>-\$11.631,57</b>	<b>-\$19.590,49</b>	<b>-\$29.586,60</b>
<b>G.</b>	<b>FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	<b>-\$16.790,08</b>	<b>\$1.036,45</b>	<b>\$19.928,48</b>	<b>\$43.718,67</b>	<b>\$73.633,20</b>	<b>\$111.204,82</b>
<b>H.</b>	<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>-\$16.790,08</b>	<b>\$17.826,53</b>	<b>\$2.101,96</b>	<b>\$41.616,72</b>	<b>\$32.016,49</b>
<b>I.</b>	<b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>-\$16.790,08</b>	<b>-\$15.753,62</b>	<b>\$37.755,01</b>	<b>\$45.820,63</b>	<b>\$115.249,92</b>	<b>\$143.221,31</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

### 3.9 Evaluación financiera

*Tabla 55* TMAR

TMAR	
Riesgo	0,25
Inflación	0,0094
TMAR	0,26175
	<b>26,18%</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

*Tabla 56* Tasa de descuentos

Tasa de Descuento				
Detalle	% Participación	Tasa	% Ponderación	
Fondos Propios	100,00%	0,2618	0,26175	26,18%
			0,26175	<b>26,18%</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

*Tabla 57* VAN

Año	FNC	$(1+i)^n$	$FNC/(1+i)^n$
0	-\$16.790,08		-\$16.790,08
1	-\$15.753,62	1,26	-\$12.485,53
2	\$37.755,01	1,59	\$23.715,27
3	\$45.820,63	2,01	\$22.810,83
4	\$115.249,92	2,53	\$45.472,35
5	\$143.221,31	3,20	\$44.785,88
		<b>VAN</b>	<b>\$107.508,71</b>
		<b>TIR</b>	<b>63,18%</b>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

**Tabla 58 TIR**

<b>Año</b>	<b>FNC</b>	<b>(1+i)^n</b>	<b>FNC/(1+i)^n</b>
<b>0</b>	-\$16.790,08		-\$16.790,08
<b>1</b>	-\$15.753,62	1,63	-\$9.654,32
<b>2</b>	\$37.755,01	2,69	\$14.041,43
<b>3</b>	\$45.820,63	4,43	\$10.341,73
<b>4</b>	\$115.249,92	7,30	\$15.785,86
<b>5</b>	\$143.221,31	12,03	\$11.905,04
	<b>VAN</b>		0%
	<b>TIR</b>		<b>63,18%</b>

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### 3.10 Beneficio costo

**Tabla 59** Beneficio costo

<b>Año</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Costos</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>	<b>Costos Actualizados</b>
0	\$0,00	\$30.354,08	\$0,00	\$30.354,08
1	\$57.600,00	\$56.839,30	\$45.650,88	\$45.047,99
2	\$72.000,00	\$57.373,59	\$45.225,76	\$36.038,39
3	\$90.000,00	\$57.912,90	\$44.804,60	\$28.830,71
4	\$112.500,00	\$58.457,28	\$44.387,36	\$23.064,57
5	\$140.625,00	\$59.006,78	\$43.974,00	\$18.451,66
<b>TOTAL</b>	<b>\$472.725,00</b>	<b>\$319.943,93</b>	<b>\$224.042,59</b>	<b>\$181.787,39</b>

**Beneficio/Costo**

**\$1,23**

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

### 3.11 Periodo de recuperación

*Tabla 60* Periodo de recuperación

Año	Flujo de Caja	Flujo de Caja Actualizado	Flujo de Caja Actualizado Acumulado
0	-\$16.790,08	-\$16.790,08	-\$16.790,08
1	-\$15.753,62	-\$12.485,53	-\$28.239,15
2	\$37.755,01	\$23.715,27	\$61.470,28
3	\$45.820,63	\$22.810,83	\$68.631,46
4	\$115.249,92	\$45.472,35	\$160.722,27
5	\$143.221,31	\$44.785,88	\$188.007,19

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor

*Tabla 61* Especificación de tiempo del periodo de recuperación

Inversión Inicial	\$6.020,76	Período	Equivalencia	Tiempo Parcial	Tiempo Real
Fecha de Recuperación	\$22.810,83	Meses	0,26	3,17	3 meses
Equivalencia	0,26	Días	0,21	6,30	6 días

**Fuente:** Análisis del proyecto

**Elaborado por:** El autor



## Bibliografía

- BBVA. (s.f.). *BBVA*. Obtenido de La importancia de la segmentación de mercado al desplegar una estrategia empresarial: <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/segmentacion-de-mercado.html#:~:text=Su%20objetivo%20fundamental%20es%20el,un%20producto%20o%20servicio%20adecuado>.
- BCE. (30 de SEPTIMBRE de 2022). *BCE*. Obtenido de LA ECONOMÍA ECUATORIANA SE DESACELERÓ POR LAS PARALIZACIONES DE JUNIO DE 2022: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-se-desacelero-por-las-paralizaciones-de-junio-de-2022#:~:text=Los%20resultados%20de%20las%20Cuentas,con%20relaci%C3%B3n%20al%20trimestre%20anterior>.
- EL MUNDO. (06 de ABRIL de 2021). *EL MUNDO*. Obtenido de ¿Cuáles son los beneficios de dormir con una almohada entre las piernas?: <https://www.elmundo.es/ofertas-regalos/hogar-jardin/2021/04/06/605cc189fc6c83ea4c8b4640.html>
- Galán, J. S. (2020 de AGOSTO de 2020). *economipedia.com*. Obtenido de LA DEMANDA POTENCIAL: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Gil, M. P. (2022). *FUNDACION ESPAÑOLA DEL CORAZON*. Obtenido de ¿Por qué es necesario dormir bien? Los 6 beneficios del sueño: [https://www.google.com/search?q=Gil%2C+M.+P.+\(2021\).+Fundacion+Espa%C3%B1ola+del+Coraz%C3%B3n+.+Obtenido+de+%C2%BFPor+qu%C3%A9+es+necesario+dormir+bien%3F+Los+6+beneficios+del+sue%C3%B1o%3A+https%3A%2F%2Ffundaciondelcorazon.com%2Fblog-impulso-vital%2F2727](https://www.google.com/search?q=Gil%2C+M.+P.+(2021).+Fundacion+Espa%C3%B1ola+del+Coraz%C3%B3n+.+Obtenido+de+%C2%BFPor+qu%C3%A9+es+necesario+dormir+bien%3F+Los+6+beneficios+del+sue%C3%B1o%3A+https%3A%2F%2Ffundaciondelcorazon.com%2Fblog-impulso-vital%2F2727)
- Google Maps. (s.f.). *Google Maps*. Obtenido de Sector de Ñaquito: <https://www.google.com/maps/place/I%C3%B1aquito,+Quito/@-0.1693704,-78.4816601,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d59a995819each:0xcc0159383e20f18e!8m2!3d-0.1702058!4d-78.4798596>
- HH, S. (14 de Abril de 2021). *Invernadero creativo*. Obtenido de Tipos de almohadas y sus características: <https://www.elinvernaderocreativo.com/tipos-de-almohadas-y-sus-caracteristicas/>
- Martínez, J. Á. (21 de Octubre de 2019). *Mc Graw Hill*. Obtenido de La pirámide de

Maslow: <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>

MINISTERIO DEL AMBIENTE. (18 de 10 de 2018). *MINISTERIO DEL AMBIENTE*.

Obtenido de REGLAMENTO INTERNO DE HIGIENE Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/03/Reglamento-de-Higiene-y-Seguridad-en-el-Trabajo-MDT.pdf>

PROXIMA BLOG. (2022). *PROXIMA BLOG*. Obtenido de Principales redes sociales y cuál nos interesa más para nuestro negocio: <https://proximahost.es/blog/principales-redes-sociales-negocio/>

## **ANEXOS**

Incluir textos, gráficos, formato de encuestas, proformas, fotos entre otros.

Cada anexo deberá tener su numeración y el mismo debe formar parte del texto al cual se complementa.