



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE PAPEL ECOLÓGICO NO TÓXICO EN
LA CIUDAD DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas

Autora

Arequipa Gamboa Joselyn Nathaly

Tutor

Andrés Alejandro Palacio Fierro, PhD

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE JABÓN DE PAPEL ECOLOGICO NO TÓXICO EN LA CIUDAD DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 8 días del mes de Agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa

Firma:



Número de Cédula: 171495227-0

Dirección: Pichincha, Quito, Cotocollao, La Pulida

Correo Electrónico: flacacriss13@gmail.com.

Teléfono: 0989245565

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE JABON DE PAPEL ECOLOGICO NO TOXICÓ EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

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

Quito, 5 de agosto del 2023



.....

Andrés Palacio Fierro, PhD

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

Quito, 5 de Agosto 2023



.....
Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa

171495227-0

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE PAPEL ECOLÓGICO NO TÓXICO EN LA CIUDAD DE QUITO” previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 5 de Agosto de 2023



firmado electrónicamente por:
CARLOS MARCELO
BORJA GALEAS

.....

Carlos Marcelo Borja Galeas

LECTOR



firmado electrónicamente por:
MARÍA FERNANDA
BECERRA SARMIENTO

.....

María Fernanda Becerra, MBA

LECTORA

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón este proyecto a mis hijos, ya que todo este esfuerzo y perseverancia fue por ellos para salir adelante y demostrarles que todo es posible.

Joselyn Arequipa

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme y darme la sabiduría. A mi familia que me apoyó siempre ya que fue el motor y la guía para cumplir este objetivo. A todos mis profesores de la UTI ya que me dieron los conocimientos necesarios para lograr este objetivo.

¡Gracias por tanto apoyo!

Joselyn Arequipa

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN LECTORES	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	3
OBJETIVO DEL CAPÍTULO	3
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO.....	3
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.</i>	3
MERCADO	6
<i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	6
<i>Estudio de Segmentación</i>	7
<i>Plan de muestreo</i>	9
<i>Instrumentos para recopilar información</i>	10
<i>Diseño y recolección de información.</i>	11
ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	27
<i>Análisis del macro ambiente</i>	28
<i>Proyección de la oferta</i>	28
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	28
DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	29

ESTRATEGIAS DE MARKETING	29
PLAN DE COMUNICACIÓN	31
CAPÍTULO II	32
OPERACIONES.....	32
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	32
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	32
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.....</i>	<i>35</i>
MOTO ELÉCTRICA TUNDRA VOLT X 500W COLOR	¡ERROR! MARCADOR NO
DEFINIDO.	
<i>Tecnología a aplicar.....</i>	<i>39</i>
<i>Factores que afectan las operaciones</i>	<i>39</i>
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	39
<i>Capacidad de Producción Futura.....</i>	<i>39</i>
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	40
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden</i>	
<i>presentar.....</i>	<i>40</i>
2.5 CALIDAD.....	41
<i>Método de Control de Calidad.....</i>	<i>41</i>
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO....	43
CAPITULO III	44
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	44
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	44
<i>Visión de la Empresa.....</i>	<i>44</i>
<i>Misión de la Empresa.....</i>	<i>44</i>
3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	46
<i>Organización Interna</i>	<i>46</i>
3.3 <i>Descripción de puestos.....</i>	<i>47</i>
3.4 CONTROL DE GESTIÓN	53
<i>Indicadores de gestión.....</i>	<i>53</i>
NECESIDADES DE PERSONAL	54
CAPITULO IV.....	55
4. JURÍDICO LEGAL	55
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	55
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	55

4.3	REGISTROS DE MARCAS.....	57
CAPÍTULO V		65
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	65
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	65
5.2	PLAN DE INVERSIONES	65
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	67
	<i>Mano de Obra.....</i>	<i>67</i>
	<i>Depreciación</i>	<i>69</i>
	<i>Proyección de la depreciación</i>	<i>70</i>
	<i>Detalle de Costos.....</i>	<i>70</i>
	<i>Proyección de Costos</i>	<i>72</i>
	<i>Detalle de Gastos</i>	<i>74</i>
	<i>Proyección Gastos.....</i>	<i>74</i>
5.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO	75
	<i>Forma de financiamiento</i>	<i>75</i>
5.5	CÁLCULO DE INGRESOS	76
	<i>Proyección de Ingresos</i>	<i>76</i>
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	77
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	79
5.8	FLUJO DE CAJA	79
5.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	80
	<i>Indicadores.....</i>	<i>80</i>
	<i>Valor Actual Neto (VAN).....</i>	<i>80</i>
	CÁLCULO DE TMAR.....	81
6.	BIBLIOGRAFÍA	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Características del producto.....	5
Tabla 2	Categorización de sujetos	7
Tabla 3	Dimensión conductual	7
Tabla 4	Dimensión geográfica.....	8
Tabla 5	Dimensión demográfica.....	9
Tabla 6	Método de recolección de la información.....	10
Tabla 7	Objetivo estratégico	11
Tabla 8	Aceptación de láminas de jabón	12
Tabla 9	Frecuencia de compras.....	13
Tabla 10	Edad	14
Tabla 11	Género.....	15
Tabla 12	Frecuencia de compra actual.....	16
Tabla 13	Medios de información	17
Tabla 14	Lugar de compra	18
Tabla 15	Factores de compra	20
Tabla 16	Influencia de precios.....	21
Tabla 17	Presentación del producto.....	22
Tabla 18	Aceptación del precio	23
Tabla 19	Aroma de preferencia.....	24
Tabla 20	Proyección de la demanda	26
Tabla 21	Análisis de las Fuerzas de Porter	27
Tabla 22	Plan de Contingencia	28
Tabla 23	Proyección de la oferta	28
Tabla 24	Estrategias de marketing.....	30
Tabla 25	Plan de publicidad y promoción del producto	31
Tabla 26	Descripción de equipos.....	37
Tabla 27	Tiempo en personas	38
Tabla 28	Estimación de Producción	40
Tabla 29	Especificación de materias primas.....	41
Tabla 30	Método control de calidad	42
Tabla 31	Normativa vigente.....	43
Tabla 32	Matriz FODA.....	44
Tabla 33	Objetivos estratégicos	45

Tabla 34	Descripción del Puesto Gerente General	48
Tabla 35	Descripción del Puesto Asistente Administrativa.....	49
Tabla 36	Descripción del Puesto Operario de Producción	50
Tabla 37	Descripción del Puesto Vendedor.....	51
Tabla 38	Descripción del Puesto Contador.....	52
Tabla 39	Indicadores de gestión	53
Tabla 40	Necesidades de personal proyectadas	54
Tabla 41	Requisitos SAS	56
Tabla 42	Requisitos para la obtención de la patente.....	57
Tabla 43	Registro de marca	58
Tabla 44	Tramite del Registro de marca.....	59
Tabla 45	Inscripción del RUC	59
Tabla 46	Requisitos de la licencia metropolitana única para el ejercicio de las actividades económicas	60
Tabla 47	Funcionamiento LUAE.....	60
Tabla 48	Permiso Bomberos.....	61
Tabla 49	Registro de afiliación al IESS.....	61
Tabla 50	Registro nuevo empleador	62
Tabla 51	Registro para la vinculación laboral	63
Tabla 52	Registro de la Compañía.....	64
Tabla 53	Plan de Inversión	66
Tabla 54	Capital de Trabajo.....	67
Tabla 55	Rol de pagos administrativo	68
Tabla 56	Rol de pagos ventas	68
Tabla 57	Rol de pagos mano de obra directa.....	68
Tabla 58	Rol de provisiones general.....	69
Tabla 59	Porcentajes de depreciación.....	69
Tabla 60	Depreciación	70
Tabla 61	Detalle de costos directos	71
Tabla 62	Detalle de gastos administrativos	71
Tabla 63	Detalle de gastos de ventas	71
Tabla 64	Proyección de costos.....	73
Tabla 65	Gastos administrativos.....	74
Tabla 66	Proyección de gastos	75

Tabla 67	Plan de inversiones	75
Tabla 68	Formas de financiamiento.....	76
Tabla 69	Cálculo de Ingresos.....	76
Tabla 70	Ingresos proyectados.....	77
Tabla 71	Punto de equilibrio.....	78
Tabla 72	Estado de resultados proyectado.....	79
Tabla 73	Flujo de caja.....	80
Tabla 74	VAN.....	81
Tabla 75	TMAR.....	81
Tabla 76	Cálculo TIR.....	82
Tabla 77	PAYBACK	83
Tabla 78	Periodo de recuperación.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Presentaciones de las láminas de jabón.....	6
Figura 2	Limite de la Parroquia la Concepción.....	8
Figura 3	Aceptación de láminas de jabón.....	12
Figura 4	Frecuencia de compras.....	13
Figura 5	Edad.....	14
Figura 6	Género.....	15
Figura 7	Frecuencia de compra actual.....	16
Figura 8	Medios de información.....	17
Figura 9	Lugar de compra.....	19
Figura 10	Factores de compra.....	20
Figura 11	Influencia de precios.....	21
Figura 12	Presentación del producto.....	22
Figura 13	Aceptación del precio.....	23
Figura 14	Aroma de preferencia.....	25
Figura 15	Tendencia de la demanda.....	26
Figura 16	Determinación de 5 fuerzas de mercado.....	27
Figura 17	Logotipo.....	29
Figura 18	Mapa de Procesos.....	33
Figura 19	Maquina laminadora de líquidos.....	34
Figura 20	Dimensiones del producto.....	34
Figura 21	Diagrama de Flujo.....	35
Figura 22	Plano de la planta.....	36
Figura 23	Organigrama estructural ECO FRIENDLY SOAPS.....	46
Figura 24	Organigrama Funcional ECO FRIENDLY SOAPS.....	46
Figura 25	Tasa histórica de inflación.....	72
Figura 26	Punto de equilibrio.....	78
Figura 27	Fórmula TIR.....	82

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN DE PAPEL ECOLÓGICO NO TOXICO EN LA CIUDAD DE QUITO”

AUTORA: Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa

TUTOR: Andrés Alejandro Palacio Fierro. PhD

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocios está orientado en la comercialización de unas láminas de jabón hechas en papel soluble con esencias naturales que no reseca la piel al utilizarlo, no es toxico ya que es amigable con el medio ambiente porque no se utiliza químicos para su elaboración. Lo más importante es que son fáciles de llevar, no se riegan al estar en las carteras; por lo que se generó este plan de negocios para la producción y comercialización de unas láminas de jabón con esencias y figuras llamativas que son para el aseo personal en el Distrito Metropolitano de Quito. Para este proyecto se realizó una encuesta de 353 personas entre 18 a 49 años del sector norte, teniendo la aceptación de un 95% sobre el consumo de estas láminas de jabón, teniendo una variedad de presentaciones; cuyos resultados se realizó publicidad, operación, gestión legal y financiamiento. La evaluación financiera realizada tuvo una factibilidad de la empresa ECO FRIENDLY SOAPS (JABONES AMIGABLES), mediante los valores obtenidos de VAN de \$63,677,13 y una TIR es de 78,73%, un costo beneficio de 1.26 y un periodo de recuperación de 1 año, 10 meses y 18 días así garantizamos la ejecución de este plan presentado.

DESCRIPTORES: esencias naturales, fáciles de llevar, figuras llamativas
láminas de jabón.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF ECOLOGICAL NON-TOXIC PAPER SOAP IN THE CITY OF QUITO

AUTOR: Joselyn Nathaly Arequipa Gamboa

TUTOR: Andrés Alejandro Palacio Fierro, PhD

ABSTRACT

This business plan is oriented to the commercialization of soap sheets made of soluble paper with natural essences that do not dry the skin when used, it is not toxic since it is environmentally friendly because no chemicals are used for its production. The most important thing is that they are easy to carry, they do not get watered when they are in the wallets; so this business plan was generated for the production and marketing of soap sheets with essences and striking figures that are for personal hygiene in the Metropolitan District of Quito. For this project, a survey of 353 people between 18 and 49 years of age in the northern sector was conducted, with an acceptance of 95% on the consumption of these sheets of soap, having a variety of presentations, the results of which were made advertising, operation, legal management and financing. The financial evaluation carried out had a feasibility of the company ECO FRIENDLY SOAPS (FRIENDLY SOAPS), by means of the obtained values of NPV of \$63,677.13 and an IRR is 78.73%, a cost benefit of 1.26 and a recovery period of 1 year, 10 months and 18 days so we guarantee the execution of this plan presented.

KEYWORDS: natural essences, easy to carry, striking figures, soap sheets

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las exigencias de higiene son constantes, más severas y sobre todo con las consecuencias de los últimos tiempos por ese motivo se hizo el estudio de este proyecto para la utilización de láminas de jabón un artículo de aseo práctico y portátil, (Astucuri Vásquez et al., 2020) de fácil transportación con esencias naturales, diseños y colores; que no dañan la piel al usarlo y sobre todo es amigable con el medio ambiente porque no se utiliza químicos para su elaboración se disuelve fácilmente con el contacto del agua al fregarlo en las manos no deja residuos, este producto en el mercado ha evolucionado con la tecnología.

El plan de negocios de la producción y comercialización de estos productos en estuches portables de láminas de jabón para el uso del aseo personal en el Distrito Metropolitano de Quito tiene los siguientes 5 capítulos que se detallarán a continuación:

Capítulo I “Mercado y Comercialización” describe y determina la segmentación que se tendrá para la empresa dentro del mercado, menciona características del producto, se realizó una encuesta para determinar el mercado objetivo, detalla oferta y demanda que se tendrá, marca y publicidad a realizar, canales de distribución y seguimiento que se dará a los clientes.

Capítulo II “Operaciones” describe procesos de producción, equipos y maquinarias, detalla capacidad de producción, control de calidad y normativas y permisos de higiene y seguridad ocupacional.

Capítulo III “Organización y gestión” describe misión y visión de la empresa, objetivos estratégicos, mapa de procesos, diagrama de flujo, organigramas, descripción y necesidad de personal.

Capítulo IV “Legal” describe la constitución que se le dará a la empresa, requisitos y licencias de funcionamiento y el registro de marca.

Capítulo V “Evaluación financiera” describe el plan de inversiones que se tendrá, cálculo de costos y gastos con sus respectivas proyecciones, depreciación de los enseres, forma de financiamiento que se tendrá en la empresa, ingresos proyectados en 5 años, punto de equilibrio, también se podrá observar estado de resultados y flujo de caja y por último indicadores de evaluación que dirán si es rentable o no la empresa “Eco Friendly Soaps”.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y las referencias utilizadas en el proyecto.

CAPÍTULO I

Mercado y Comercialización

Objetivo del Capítulo

El objetivo de este capítulo es desarrollar el primer capítulo del Plan de Negocios de aseo personal y comercialización de productos portables en láminas de jabón a base de papel soluble y esencias naturales en la ciudad de Quito para poder establecer las preferencias del consumidor y así ver el potencial del mercado; es decir mediante el estudio de segmentación, determinación de la demanda potencial y demanda potencial insatisfecha donde se establecerá estrategias.

Antecedentes investigativos del producto

Fundamentación del Producto.

Es así como lo cita Emilio Quevedo “La palabra “higiene” viene del término griego *Hygieie*, nombre que se le daba a la diosa de la salud y fue retomada por la medicina hipocrática, secularizándola y otorgándole el sentido de un conjunto de normas que deberían ser seguidas para mantener la salud y prevenir las enfermedades (Quevedo, 2014). Se creía que la esencia espiritual de las plantas curativas poseía un poder sobrenatural.

La glicerina es un ingrediente muy importante para el área cosmética. Tiene un gran historial de alta calidad y sobre todo con un perfil seguro para utilizarlo. Es un líquido transparente, incoloro, inodoro y de sabor dulce. Su origen es botánico, se obtiene a través de aceites vegetales de diferentes plantas, principalmente colza, soja, palma, coco o linaza (Pons, 2018).

El químico francés Chevreul introdujo este término ‘glicerina’ donde le dio varios usos tanto en la salud, cosméticos, medicamentos, alimentos y muchas cosas más. Su importancia reside en sus múltiples usos, especialmente en el ámbito de la salud. (Pons, 2018).

Posee numerosas aplicaciones, aunque destaca como humectante en productos cosméticos, debido su alto poder de frescura y sobre todo hidratación. Se define a los productos que son amigables con el medio ambiente algo muy importante para el planeta

donde ayuda a toda una vida verde a seguir contribuyendo la salud de todo ser humano. (The Organic Crop Improvement Association, 2019).

Este proyecto como resultado es aprovechar los recursos naturales que brinda el mercado ecuatoriano, también poder tener una innovación con este producto diferente y así poder generar algo extra, el tiempo y la inversión inicial del mismo y si es un producto fiable.

El impacto económico de la necesidad de cuidar la piel es importante y recae sobre la industria química farmacéutica. Los derivados de plantas se consideran seguros para la salud, son una fuente importante de metabolitos secundarios y han sido la materia prima para la producción de productos para el cuidado de la piel (González & Bravo, 2017)

Tabla 1*Características del producto*

Características	Beneficios
Innovador	Es un producto novedoso para el consumidor como son unas láminas de jabón en papel soluble y con una esencia natural para que la piel no sufra ningún daño o irritación.
Práctico	Es un producto que no se riega ya que son unas láminas de papel soluble con esencia natural
Fácil de llevar	Viene en un estuche fácil de llevar en cualquier cartera y de fácil uso
Calidad	Es un producto que no se lo encuentra en el mercado ecuatoriano ya que es a base de productos naturales/botánicos (glicerina esencias) que no hace daño a la piel.
Económico	Tiene un excelente precio y es accesible para el consumidor por su bajo costo del producto
Novedoso	Tiene un estuche práctico de varios colores llamativos y con una esencia natural
Eco Amigable	Es un producto que no lleva componentes tóxicos, solo naturales y que al lavarse no daña el medio ambiente.

Fuente: (EMPRENDE PYME, 2023)**Elaborado por:** La Autora

Debido a la existencia en el mercado de varios negocios o empresas que se dedican a crear productos de aseo, lo importante con este producto es poder brindar a los potenciales

consumidores un producto innovador de calidad, precio accesible, fácil de llevar, amigable con el medio ambiente y sobre todo donde las personas no se preocupen por si su producto de aseo se riega al momento de llevar.

Cuenta con un aroma: Floral

Figura 1

Presentaciones de las láminas de jabón



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Mercado

Público objetivo de su producto o servicio

El mercado en el cual nos vamos a enfocar es en la parroquia la Concepción del Distrito Metropolitano de Quito que comprarían las láminas de jabón con esencias naturales que brinda seguridad, calidad y sobre todo a un precio accesible para los clientes que deseen adquirir un producto ecológico.

Los compradores serán mujeres y hombres entre 18 a 49 años que vivan en la ciudad de Quito, que estén dispuestos a utilizar un producto innovador de alta calidad que ayude al aseo personal donde sea más eficacia y fácil de llevar.

“El surgimiento del consumidor ecológico ha provocado que las empresas busquen la manera de adaptar esta tendencia con su proceso de producción, para los consumidores, un producto ecológico o una empresa ecológicamente responsable pueden ser aspectos importantes al momento de decidir comprar un producto o adquirir un servicio.” (Almeida Rosero, 2014).

Categorización de sujetos

Determinar a los clientes con los que la empresa se relacionara de manera directa e indirecta.

Tabla 2

Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Mujeres y hombres entre 19 y 49 años que habiten en la ciudad de Quito que utilicen láminas de jabón
¿Quién usa?	Mujeres y hombres entre 19 y 49 años que habiten en la ciudad de Quito que utilicen láminas de jabón
¿Quién decide?	Mujeres y hombres entre 19 y 49 años que habiten en la ciudad de Quito que utilicen láminas de jabón
¿Quién influye?	Los que influirán son los propios consumidores que lleguen a conocer el producto(facebook, watssasp,correo,etc) y así brindarles un producto de calidad y que también pueden influir en otros posibles consumidores de las láminas de jabón.

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Estudio de Segmentación

Es necesario establecer un estudio de segmentación mismo que permite establecer características del consumidor que deseen adquirir el producto en gustos e intereses comunes para satisfacer las necesidades de los consumidores y responden de igual manera a los comportamientos de marketing.

Tabla 3

Dimensión conductual

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

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 4

Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	No HABITANTES
PAÍS	Ecuador	18.275.867
REGIÓN	Sierra	7.847.136
PARROQUIA	Concepción	32.269
PERSONAS DE 18 A 49 AÑOS	Hombres- Mujeres	4.285

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, información censal,2010)

Elaborado por: Investigación propia

En esta tabla podemos ver la dimensión geográfica donde se ejecutará el proyecto de negocios, que se enfoca en la parroquia la Concepción de la ciudad de Quito con 32.269 habitantes. El número de residentes en la edad de 18 a 49 años según el último censo del 2010 hay 4.285 habitantes.

A continuación, se representa los límites acordes a un mapa

Figura 2

Limite de la Parroquia la Concepción



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

Tabla 5
Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	No
		HABITANTES
EDAD	18 - 49 años	4.285
SEXO	Hombres y Mujeres	4.285

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, información censal, 2010)

Elaborado por: La Autora

Plan de muestreo

El muestreo seleccionado es escogido o intencionado hacia la convivencia según Casal & Mateu (2003); “consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no se puede cuantificar la representatividad de la muestra.” Se aplicará la siguiente fórmula:

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

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confiabilidad 95% = 1.96

P = probabilidad de ocurrencia 50%

Q = probabilidad de no ocurrencia 50%

N = población o universo 4.285

E = error de la muestra 5%

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 4.285}{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 + (4.285 - 1)0,5^2}$$

$$= \frac{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 4.285}{1.96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 + (4.285 - 1)0,5^2}$$

$$n = 353$$

El número de encuestas a realizar serán para la población del Sector la Concepción de mujeres y hombres entre 18 a 49 años, este valor será tomado en cuenta para conocer la proyección de la demanda.

Instrumentos para recopilar información

La información procesada se centra en la encuesta para conseguir hombres y mujeres entre la edad de 18 a 49 años que vivan en el sector norte de Quito, para llegar a un cierto porcentaje de aceptación que se investigo para la producción de laminas de jabon que se va a ofrecer al mercado.

Objetivo Específico: Conocer la aceptación de la población respecto a las láminas de jabón.

Tabla 6

Método de recolección de la información

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Intrumentos
Determinar el mercado de aceptación del producto de láminas de jabon en Quito	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Porcentaje de mujeres y hombres que están de acuerdo con el uso de productos naturales	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Porcentaje de hombres y mujeres que necesiten un producto fácil de llevar.	Primaria	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Objetivo Estratégico: Analizar la competencia y el entorno donde se desenvolverá la empresa.

Tabla 7
Objetivo estratégico

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Identificar a la competencia	Secundaria	Internet	Servicios Agrupados
Identificar al competidor con mayor preferencia de los consumidores	Secundaria	Internet	Servicios Agrupados
Conocer el precio y cantidades del producto de la competencia	Secundaria	Internet	Servicios Agrupados

Fuente: La Fabril

Elaborado por: La Autora

Diseño y recolección de información.

Se realizó una encuesta la cual se utilizó un formato de Google Forms para proceder con la misma que consta de 353 respuestas tomando en cuenta el norte de Quito para su ejecución y así levantar dicha información necesaria para el proyecto.

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

En la información secundaria constan registros de plataformas públicas, artículos, páginas web.

La fuente de investigación que se escogió para sacar datos exactos de la población fue el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), es la fuente más confiable que tiene el Ecuador para obtener datos reales.

Información Primaria

ENCUESTA

La encuesta fue el documento principal para obtener información de la población del sector norte de Quito, con el objetivo de conocer las necesidades de los consumidores.

De acuerdo al instrumento se deberá elaborar su análisis.

Pregunta 1: ¿Te gustaría comprar láminas de jabón de papel soluble que puedas llevar a todos lados y mantener tus manos limpias en todo momento?

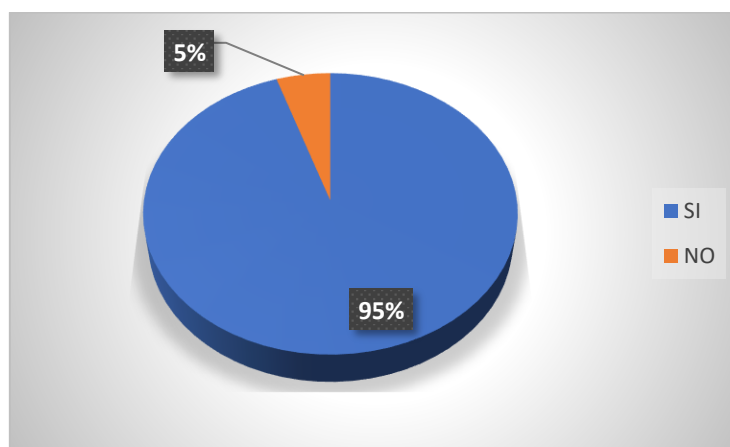
Tabla 8
Aceptación de láminas de jabón

OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	335	95%
NO	18	5%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 3
Aceptación de láminas de jabón



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el mayor porcentaje es el 95% que pertenece a las 335 personas que les gustaría comprar las láminas de jabón y el 5% pertenece a las 18 personas que no desearían comprar el producto.

Interpretación

De la encuesta realizada hay una gran aceptación por el producto que casi es un 95% los cuales llaman la atención y así podemos ver los futuros clientes.

Pregunta 2: ¿Con que frecuencia comprarías las láminas de jabón?

Tabla 9

Frecuencia de compras

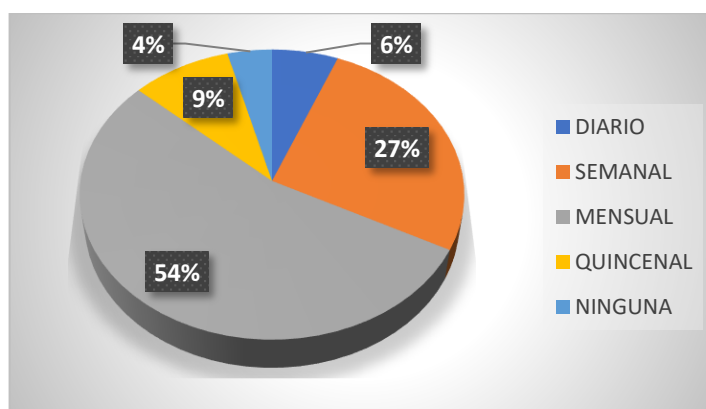
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
Diario	22	6%
Semanal	94	27%
Mensual	191	54%
Quincenal	32	9%
Ninguna	14	4%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 4

Frecuencia de compras



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el mayor porcentaje es el 54% que pertenece a 191 personas que si comprarían las láminas de jabón mensualmente, el porcentaje de 27% pertenece a 94 personas semanalmente, el porcentaje de 9% pertenece a 32 personas de forma quincenal, el porcentaje de 6% pertenece a 22 personas de forma diaria y el porcentaje del 4% pertenece a 14 personas que no las comprarían.

Interpretación

De la encuesta se observa que los compradores indican que la forma en la que

comprarían las láminas de jabón sería de forma mensual, esto quiere decir que la mayoría de los consumidores van a supermercados cada fin de mes.

Pregunta 3: ¿Seleccione el rango de edad al que perteneces?

Tabla 10

Edad

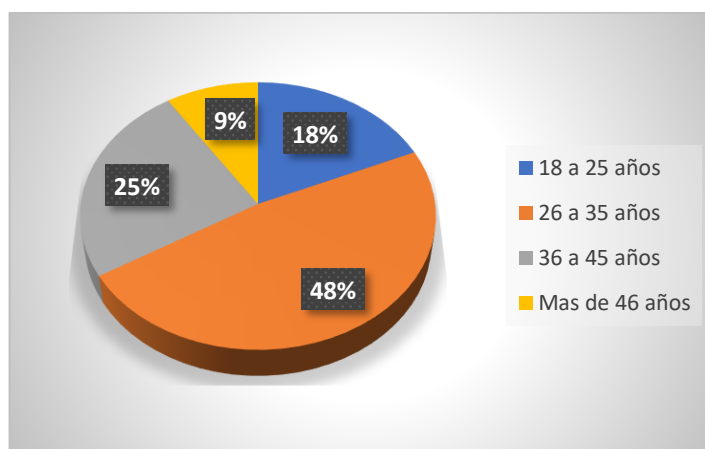
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
18 a 25 años	65	18%
26 a 35 años	169	48%
36 a 45 años	86	25%
Mas de 46 años	32	9%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 5

Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el 48% pertenece a 169 personas en un rango de edad de 26 a 35 años que les gustaría comprar las láminas de jabón, el 25% pertenece a 86 personas en un rango de edad de 36 a 45 años que les gustaría comprar las láminas de jabón, el 18% pertenece a 65 personas en un rango de edad de 18 a 25 años que les gustaría comprar las láminas de jabón y el 9% pertenece a 32 personas en un rango de más de 46 años que les gustaría comprar las láminas de jabón.

Pregunta 4: ¿Género en el cual se identifica?

Tabla 11

Género

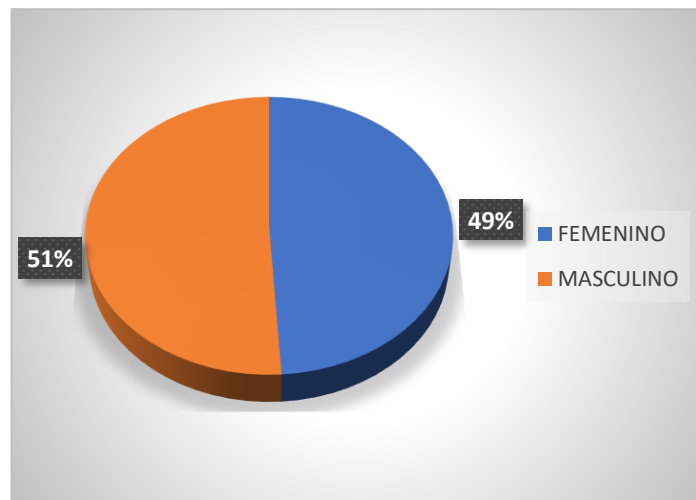
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
FEMENINO	173	49%
MASCULINO	180	51%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 6

Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como podemos ver en el gráfico el 51% pertenece a 180 personas que son de género masculino, el 49% tiene 173 personas del género femenino para la compra de las láminas de jabón tenemos una acogida por los dos géneros.

Interpretación

Los resultados de la encuesta podemos ver que la acogida son más hombres que mujeres dando una diferencia del 2% pero si comprarían el producto.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia adquiere productos como jabón en barra, liquido u otras presentaciones?

Tabla 12

Frecuencia de compra actual

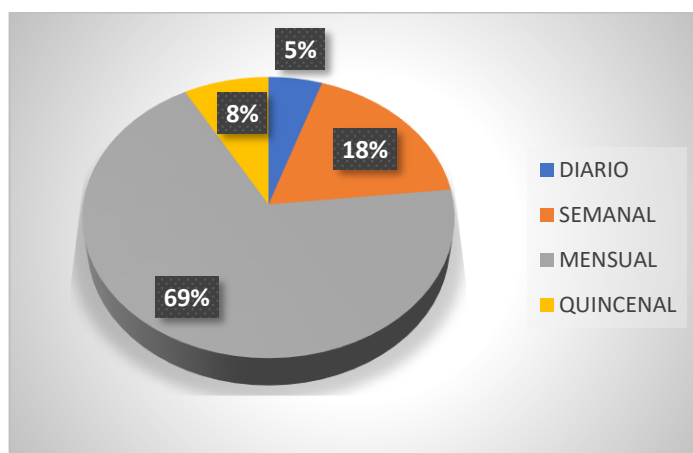
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
DIARIO	22	6%
SEMANAL	94	27%
MENSUAL	191	54%
QUINCENAL	32	9%
NINGUNA	14	4%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 7

Frecuencia de compra actual



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en la imagen el mayor porcentaje es 69% pertenece a 243 personas que si comprarían láminas de jabón mensualmente, el porcentaje de 18% pertenece a 64 personas que adquirirán semanalmente, el porcentaje de 8% pertenece a 29 personas de forma quincenal y el porcentaje de 5% pertenece a 18 personas de forma diaria.

Interpretación

Se observa que los encuestados comprarían las láminas de jabón de forma mensual, esto da a entender que la mayoría de las clientes compran cada fin de mes sus productos.

Pregunta 6: ¿Por qué medio te gustaría recibir información acerca de los beneficios, promociones y novedades del uso de las láminas de jabón?

Tabla 13

Medios de información

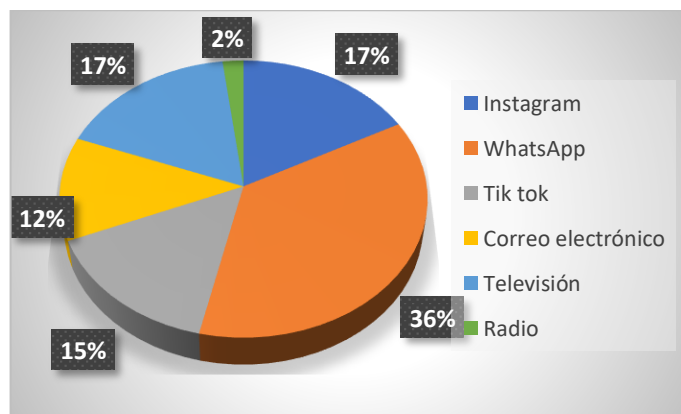
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
Instagram	61	17%
WhatsApp	128	36%
Tik tok	54	15%
Correo electrónico	43	12%
Televisión	61	17%
Radio	7	2%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 8

Medios de información



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como podemos ver en la figura el mayor porcentaje es 36% pertenece a 128 personas que indican que ven más promociones vía WhatsApp, el porcentaje de 17% pertenece a 61 personas que ven por Instagram y televisión, el porcentaje de 12% pertenece a 43 personas que también indican que el correo electrónico es otra opción y por el 2% pertenece a 7 personas que desearían escuchar por radio.

Interpretación

Se observa que los consumidores el mejor medio para poder tener contacto directo con el cliente es mediante WhatsApp, Instagram y televisión para saber más sobre el producto y las promociones.

Pregunta 7: ¿En qué espacio te gustaría que estén disponibles para la compra de las láminas de jabón?

Tabla 14

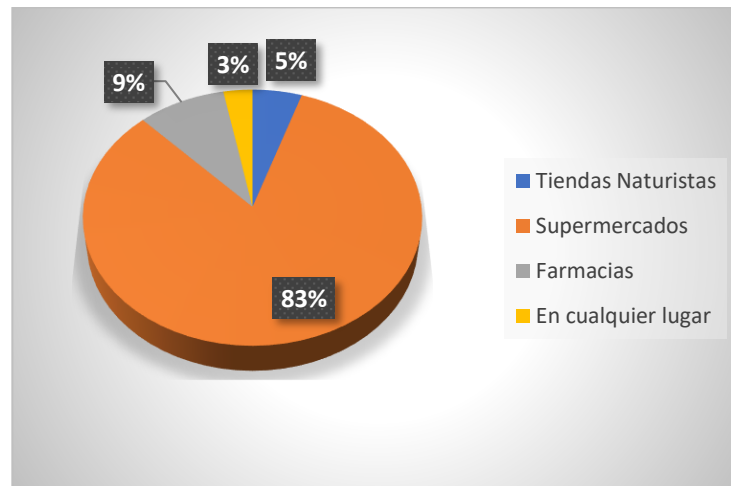
Lugar de compra

OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
Tiendas Naturistas	18	5%
Supermercados	292	83%
Farmacias	32	9%
En cualquier lugar	11	3%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 9
Lugar de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como podemos ver en el gráfico el mayor porcentaje es 83% que son 292 personas que adquirirían el producto en supermercados, el porcentaje de 9% pertenece a 32 personas adquirirían el producto en las farmacias, el porcentaje de 5% pertenece a 18 personas comprarían en tiendas naturistas y el porcentaje de 3% pertenece a 11 personas en cualquier lugar.

Interpretación

En la encuesta se indican que el mejor medio para poder adquirir el producto son los supermercados y farmacias ya que los clientes tienen los medios y la facilidad de adquirir el producto en esos lugares.

Pregunta 8: ¿Qué factores influiría a la hora de comprar el producto?

Tabla 15

Factores de compra

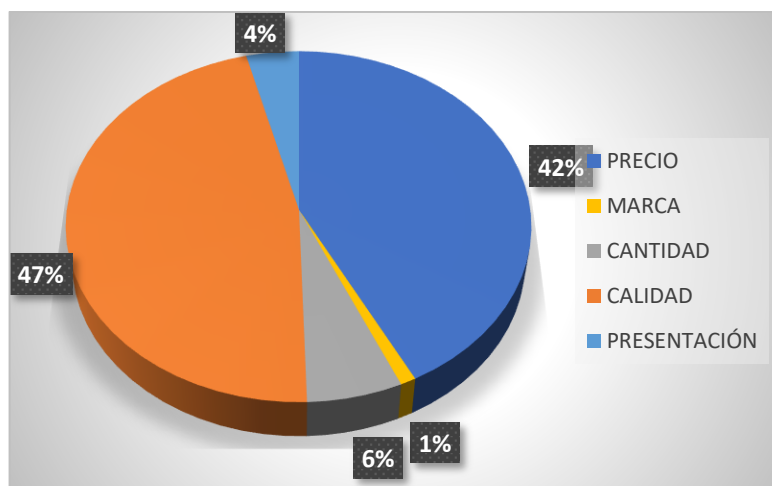
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
Precio	150	42%
Marca	4	1%
Cantidad	22	6%
Calidad	164	47%
Presentación	14	4%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 10

Factores de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como podemos ver en el gráfico el mayor porcentaje es 47% que equivale a 164 personas que comprarían láminas de jabón es por la calidad, el porcentaje de 42% pertenece a 150 personas comprarían por el precio, el porcentaje de 6 % pertenece a 22 personas que indican la cantidad, el porcentaje de 4% pertenece a 14 personas que ven la presentación del producto, el porcentaje de 1 % pertenece a 4 personas que no influye la marca.

Interpretación

De la encuesta los clientes indican que los 3 factores más importantes que influyen al comprar el jabón es la calidad, precio y cantidad del producto.

Pregunta 9: ¿Influye el precio en la frecuencia de compras de tus artículos de aseo?

Tabla 16

Influencia de precios

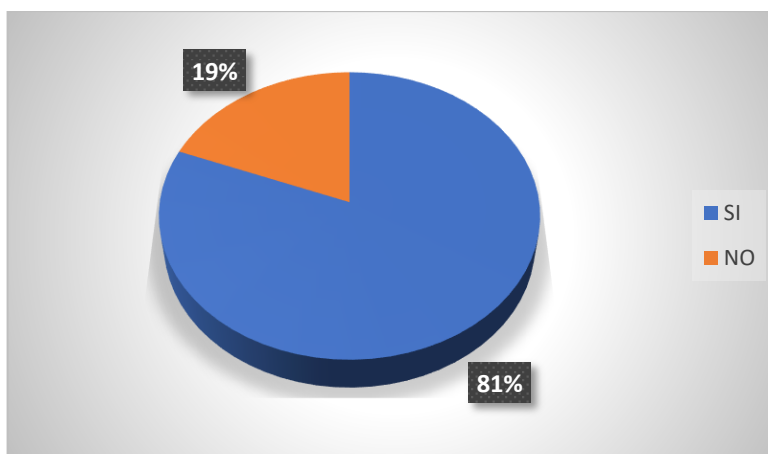
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	286	81%
NO	67	19%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 11

Influencia de precios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

En la imagen podemos ver el mayor porcentaje es 81% que pertenece a 286 personas que si influye el precio al momento de adquirir sus artículos de aseo y el porcentaje de 19% indicaron que no influye el precio al momento de comparar sus productos de aseo.

Interpretación

Se observa que el mayor porcentaje si se fija en el precio antes de la compra de sus productos de aseo teniendo una ventaja en el producto al ser más manejable y así se llame la atención.

Pregunta 10: ¿En qué presentación le gustaría que esté disponible este producto?

Tabla 17

Presentación del producto

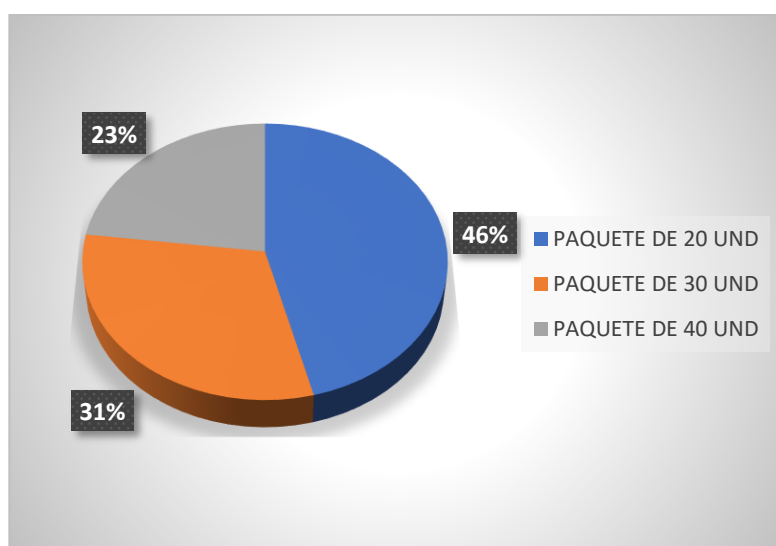
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
PAQUETE DE 20 UND	162	46%
PAQUETE DE 30 UND	109	31%
PAQUETE DE 40 UND	81	23%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 12

Presentación del producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el mayor porcentaje es 46% pertenece a 162 personas que si adquirirían un paquete de 20 unidades, el porcentaje de 31% pertenece a 109 personas que sea en un paquete de 30 unidades. y el porcentaje de 23% pertenece a 81 personas que su presentación sea en un paquete de 40 unidades

Interpretación

Se puede ver que la mayoría compraría un paquete practico para llevar que sean de 20 unidades y que el precio está bien al momento de adquirirlo.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete de láminas de jabón de 20 unidades?

Tabla 18

Aceptación del precio

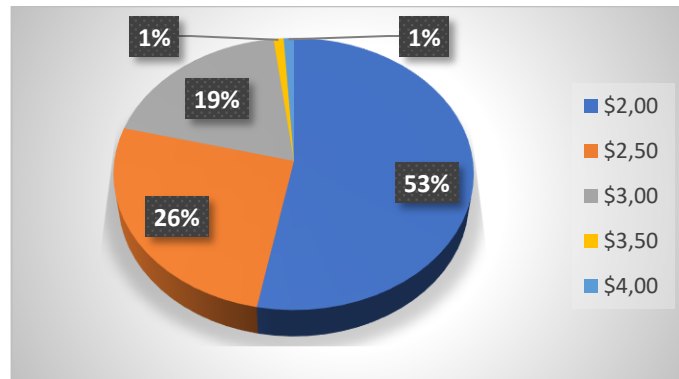
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
\$2,00	187	53%
\$2,50	92	26%
\$3,00	67	19%
\$3,50	4	1%
\$4,00	4	1%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 13

Aceptación del precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el mayor porcentaje es 53% pertenece a 187 personas que indicaron que estarían dispuestos a pagar \$2,00 dólares por un paquete láminas de jabón, el porcentaje de 26% equivale a 92 personas que pagarían \$2,50 dólares por un paquete de jabón, el porcentaje de 19% equivale a 67 personas que estarían dispuestos a pagar \$3,00 dólares por un paquete de jabón, el porcentaje de 1% equivale a 4 personas que indicaron que estarían dispuestos a pagar entre \$3,50 y \$4,00 dólares por un paquete.

Interpretación

Los clientes indican que el rango de precio está a un valor perfecto entre \$2,00 a \$2,50 dólares para adquirir el producto.

Pregunta 12: ¿Cuál es el aroma de tu preferencia al momento de comprar tus artículos de aseo?

Tabla 19

Aroma de preferencia

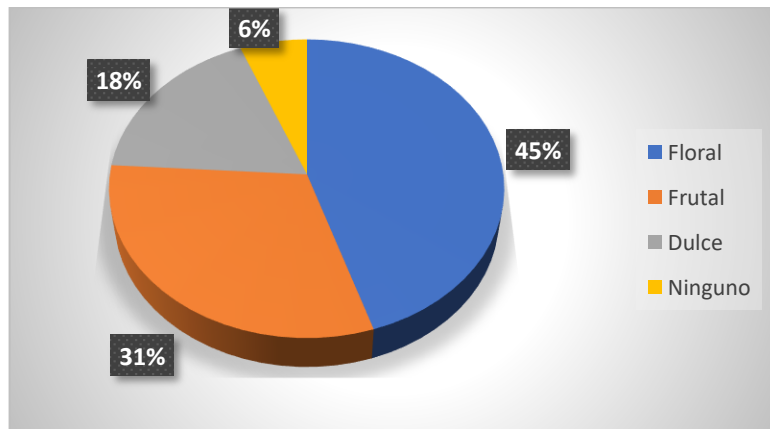
OPCIONES	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
Floral	159	45%
Frutal	109	31%
Dulce	64	18%
Ninguno	21	6%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Figura 14

Aroma de preferencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se observa en el gráfico el mayor porcentaje es 45% pertenece a 159 personas que indicaron que su aroma más aceptable es el floral, el porcentaje de 31% equivale a 109 personas que indicaron un aroma frutal y el porcentaje de 18% equivale a 64 personas que su aroma es el dulce y el 6% pertenece a 21 personas que no ven ningún aroma del producto al momento de comprarlo.

Interpretación

De la encuesta realizada se observa que de los encuestados indican que los aromas floral y frutal son bastante cotizados por la demanda ya que son aromas delicados a la hora de percibir el producto.

Demanda Potencial

La demanda potencial se acogió a los resultados de la pregunta N° 1 ¿Te gustaría comprar láminas de jabón de papel soluble que puedas llevar a todos lados y mantener tus manos limpias en todo momento? Y la respuesta fue SI las 335 personas con un porcentaje del 95% que equivale a 4.902 personas entre 19 a 49 años que si desearían comprar el producto.

Para el cálculo de la demanda en unidades del año 2024, se toma el valor de $4.657 * 1,25TCP$ más 4.657 que nos da un resultado de 4.715, de esta manera se lo realiza con los siguientes datos.

Para efectuar el cálculo de la demanda es indispensable considerar el número de pobladores del sector de la Concepción entre los rangos de edad de 18 a 49 años que son las 4.285, de los cuales 335 personas estarían dispuestas a comprar láminas de jabón.

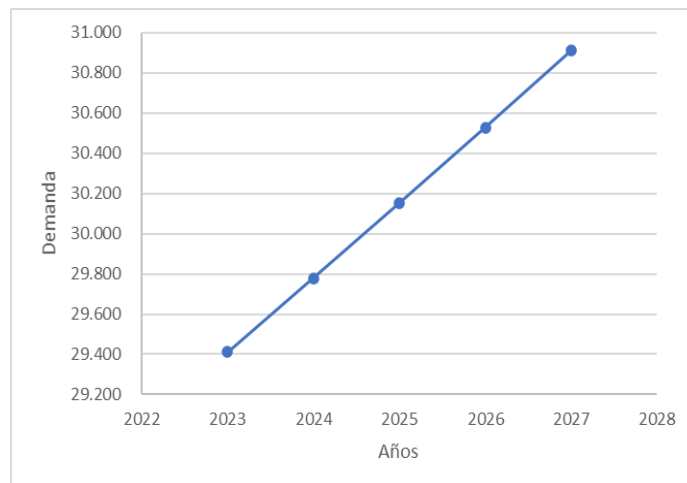
Tabla 20
Proyección de la demanda

Años	Personas	TCP	Demanda unidades	Demanda meses	Demanda días
2023	4.902		29.412	2.451	81
2024	4.963		29.780	2.482	82
2025	5.025	1,25%	30.152	2.513	83
2026	5.088		30.529	2.544	84
2027	5.152		30.910	2.576	85

Fuente: INEC (Instituto Nacional de estadística y censos)

Elaborado por: La Autora

Figura 15
Tendencia de la demanda



Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Elaborado por: La Autora

Análisis del Macro y Micro Ambiente

Figura 16

Determinación de 5 fuerzas de mercado



Fuente: Fuerzas de porter

Elaborado por: La Autora

A continuación, detallaré cada una de las fuerzas de porte para generar estrategias para la toma de decisiones en la empresa.

Tabla 21

Análisis de las Fuerzas de Porter

Poder de los clientes (Alto)	Amenaza de nuevos competidores (Medio)	Poder de los proveedores (Alto)	Amenaza de productos sustitutos (Medio)	Rivalidad competitiva (Alto)
Lo que se debe hacer es dar a conocer las láminas de jabón a los consumidores antes que la competencia	Al ser un producto muy poco conocido hay probabilidades de más competencia con productos innovadores y dar a un precio accesible.	Tener proveedores de materia prima con precios accesibles y contar con el abastecimiento oportuno para tener un producto de calidad y tiempo	En la actualidad hay un mercado competitivo de higiene el cual se trata de tener un producto innovador y sobre todo eco amigable.	En el mercado de jabones es muy amplia la demanda y lo que se trata de hacer es unos jabones den laminas que no dañan al medio ambiente ni al consumidor

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Análisis del macro ambiente

Tabla 22

Plan de Contingencia

Riesgo	Acciones
Competidores nuevos en el mercado	Innovar nuevos productos al mercado
Poco conocimiento del producto por parte del consumidor	Estrategias de marketing por medio de redes sociales
Recuperación de la inversión	Mantener costos bajos e implementar estrategias de venta para impulsar el crecimiento del producto.

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Proyección de la oferta.

Tabla 23

Proyección de la oferta

AÑOS	TCS Salud	OFERTA UNIDADES	OFERTA MESES
2023		13.971	388
2024		15.089	1.257
2025	8%	16.296	1.358
2026		17.599	1.467
2027		19.007	1.584

Fuente: INEC (Instituto Nacional de estadística y censos)

Elaborado por: La Autora

Demanda Potencial Insatisfecha

Tabla N.-24 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA UNIDADES	OFERTA UNIDADES	DPI
2023	29.412	13.971	15.441
2024	29.412	15.089	14.323
2025	29.412	16.296	13.116
2026	29.412	17.599	11.813
2027	29.412	19.007	10.405

Fuente: INEC (Instituto Nacional de estadística y censos)

Elaborado por: La Autora

Diseño de marca (branding)

- **Nombre de la marca:** ECO FRIENDLY SOAPS que significa “eco” al medio ambiente y “Friendly soaps” que significa jabones amigables.
- **Logotipo:** El grafico que se utiliza tiene varios colores llamativos el cual representa un color importante que es el verde por el cuidado del medio ambiente y los demás colores por los estuches de colores llamativos que tiene cada presentación del producto

Figura 17

Logotipo



Fuente: utilizado el programa smashinglogo

Elaborado por: La Autora

- **Eslogan:** “La magia de las láminas”
- **Percepción y posicionamiento:** Se busca tener la aceptación de los consumidores para poder dar a conocer el producto que lo van adquirir y sobre todo llegar a las personas con un mensaje de cuidar el planeta con productos ecológicos
- **Diferenciación:** La empresa tiene el factor de diferenciación muy grande porque en el sector no se encuentra el producto de láminas de jabón que no se riega y es práctico para llevar a cualquier lugar, obteniéndolo a bajo costo y de buena calidad siendo nuestro diferenciador que ofrece un producto amigable con el medio ambiente

Estrategias de marketing

Se tomo como ayuda para marketing la Pregunta #6: ¿Como te gustaría conocer las novedades, beneficios, promociones, acerca de las láminas de jabón?, para así determinar las estrategias del proyecto a donde guiarnos y podremos ver a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 24*Estrategias de marketing*

Elementos	Objetivos de la empresa	Estrategias de Marketing	Tácticas
Posicionamiento	Poner un local en el mercado	Elaborar publicidad de calidad detallando los beneficios de las láminas de jabón.	Determinar un medio de comunicación donde se hará conocer el producto, creando diseños atractivos con nuevas tecnologías.
Producto	Desarrollar un producto	Realizar un diagnóstico de la competencia existente respecto a los productos que ofrecen para así determinar innovación y demanda.	Identificar a los competidores directos y recopilar información
Precio	Conservar un precio accesible respecto a la competencia	Conservar los precios determinadores por la competencia	Elaborar una lista de proveedores existentes en el sector para seleccionar el más factible
Promoción	Lograr que las láminas de jabón sean más conocidas en el mercado en un 80% en el año 2024.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear redes sociales de la empresa donde se efectúe publicaciones semanales • Contestar inquietudes o sugerencias por los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener un registro de los clientes más frecuentes por las compras y enviarles correo de las promociones • Crear campañas publicitarias con promociones y sorteos que sean atractivos para el cliente

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Plan de comunicación

Objetivo: Implementar herramientas estratégicas que estén vinculadas con la tecnología actual

Tabla 25

Plan de publicidad y promoción del producto

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	MEDIO PUBLICITARIO	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Atraer a clientes potenciales en tiempo real y directamente	Diseñar imágenes atractivas para publicar en las redes sociales	Publicación de las láminas de jabón de glicerina, informando los grandes beneficios que tiene.	de Flyers en redes sociales	\$100	Administrador	Cada mes
Comunicar a los clientes promociones disponibles e información de la empresa	Publicar los beneficios adquirir las láminas de jabón esencias naturales y su impacto positivo con el cliente	los Creación de imágenes dinámicas de atractivas para los clientes demostrando las ventajas	de Marketing diseño y para clientes las	\$100	Administrador	Una sola vez
Comunicar a los clientes productos disponibles mediante asesor virtual	Diseñar la pagina web para que el cliente pueda comunicarse al WhatsApp brindando una atención personalizada	la Enviar mensajes informando las ventajas de adquirir las láminas de jabón	Redes Sociales	\$200	Administrador	Una sola vez
Promoción	Ofertas	Marketing directo	Plataforma con pago directo Pay Pal	\$40 x mes	Administrador	Cada mes
TOTAL				\$440		

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO II

Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

En este capítulo se determinará la calidad del flujo de trabajo en el área de producción para la elaboración y comercialización de las láminas de jabón para obtener mejores resultados a menores costos de producción. Establecer la capacidad de producción, flujogramas y recursos apropiados en cada actividad inherentes al giro del negocio.

2.2 Descripción del proceso

En este punto describiremos el mapa de procesos de la empresa Eco Friendly Soaps en la que se detalla los procesos a identificar:

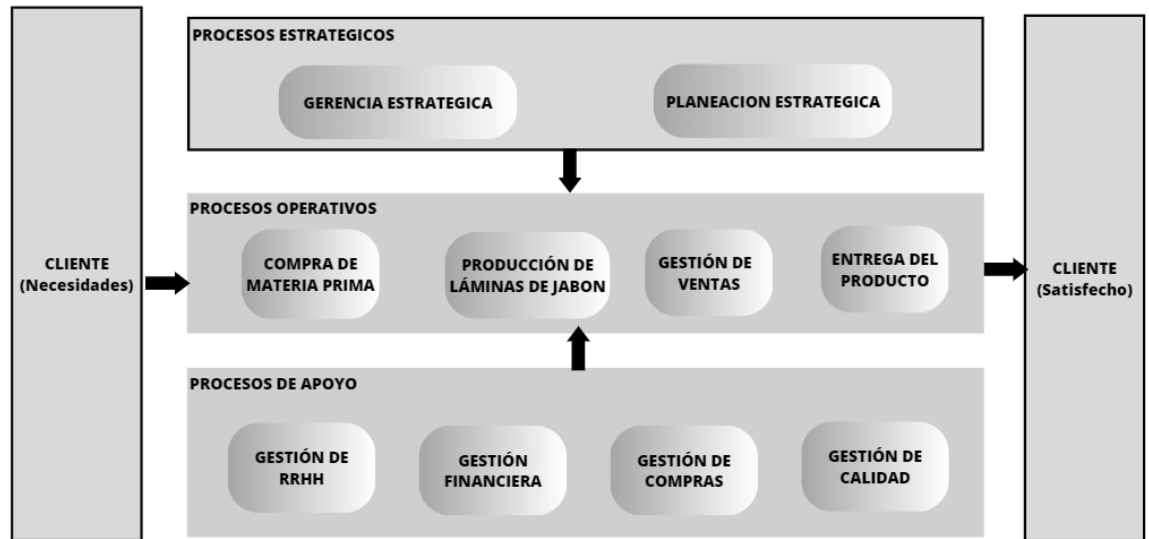
- ✓ Procesos Estratégicos
- ✓ Procesos Operativos
- ✓ Procesos de Apoyo

En los procesos estratégicos hay la gestión gerencial considerando aquí las políticas y la planificación estratégica que guía a la empresa.

En los procesos operativos se hay la producción de las láminas de jabón, empaçado del producto, la gestión de ventas que es el promocionar el producto y por último la distribución hacia el cliente satisfecho.

En el proceso de apoyo se encuentran las áreas de apoyo para la empresa como son Gestión de Recursos humanos que es la que selecciona al personal, la Gestión Financiera se encarga del análisis financiero, Gestión de Compras se encarga de comprar la materia prima y la Gestión de Calidad de ver el producto que este en buen estado para la venta

Figura 18
Mapa de Procesos



Fuente: Análisis propia

Elaborado por: La Autora

La elaboración de láminas de jabón en papel soluble es práctica y además cuida la piel, ya que incluye ingredientes como: glicerina, esencias naturales, vitamina E, su proceso consta de las siguientes actividades:

- **Recepción de la materia prima**

Se receptorá la materia prima como papel soluble, glicerina, esencias naturales y vitamina E proveniente del área de compras.

- **Verificación y clasificación de la calidad de la materia prima**

En este paso se revisará muy bien la materia prima, la cual debe cumplir con todos los estándares de cantidad y calidad para el proceso de los jabones.

- **Preparación y mezcla de ingredientes y elementos**

En este paso se tomarán todos los componentes y con la cantidad exacta que necesita el producto para su producción, se realizará mediante una probeta y un vaso de precipitación y para completar la mezcla.

- **Colocar la mezcla en el papel soluble.**

Aquí se colocará toda la mezcla en la lámina de papel soluble totalmente empapado para que después pase a la máquina donde el sensor detecta la lámina de papel y esparce el jabón por todo el papel.

Figura 19

Maquina laminadora de líquidos



- **Enfriamiento**

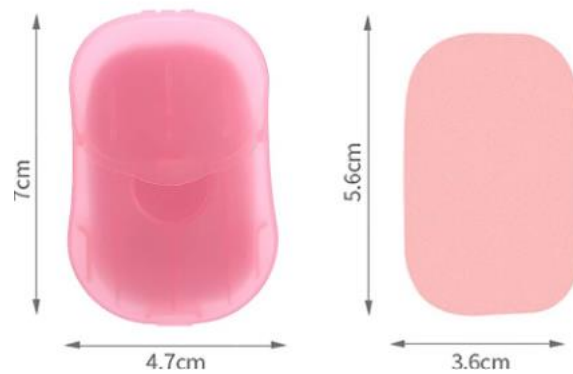
En este paso se realizará el enfriamiento de las láminas en un congelador por un lapso de 7 minutos y debidamente seco sacarlo para su respectivo empaque.

- **Empaque y etiquetado**

Con los papeles solubles se pasará por la maquina cortadora definiendo el tamaño de 3.6cm de largo x 5.6cm de alto en el tamaño deseado, posteriormente se guardada en su caja respectiva, la cual ha sido etiquetada previamente.

Figura 20

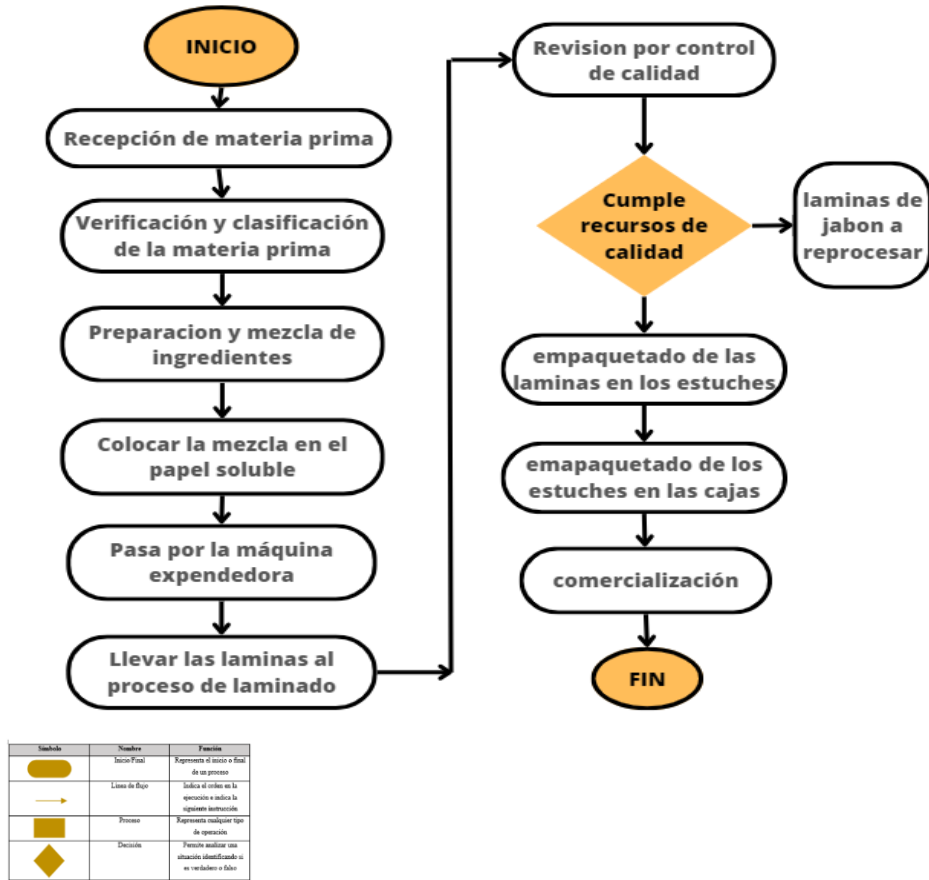
Dimensiones del producto



Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Figura 21
Diagrama de Flujo



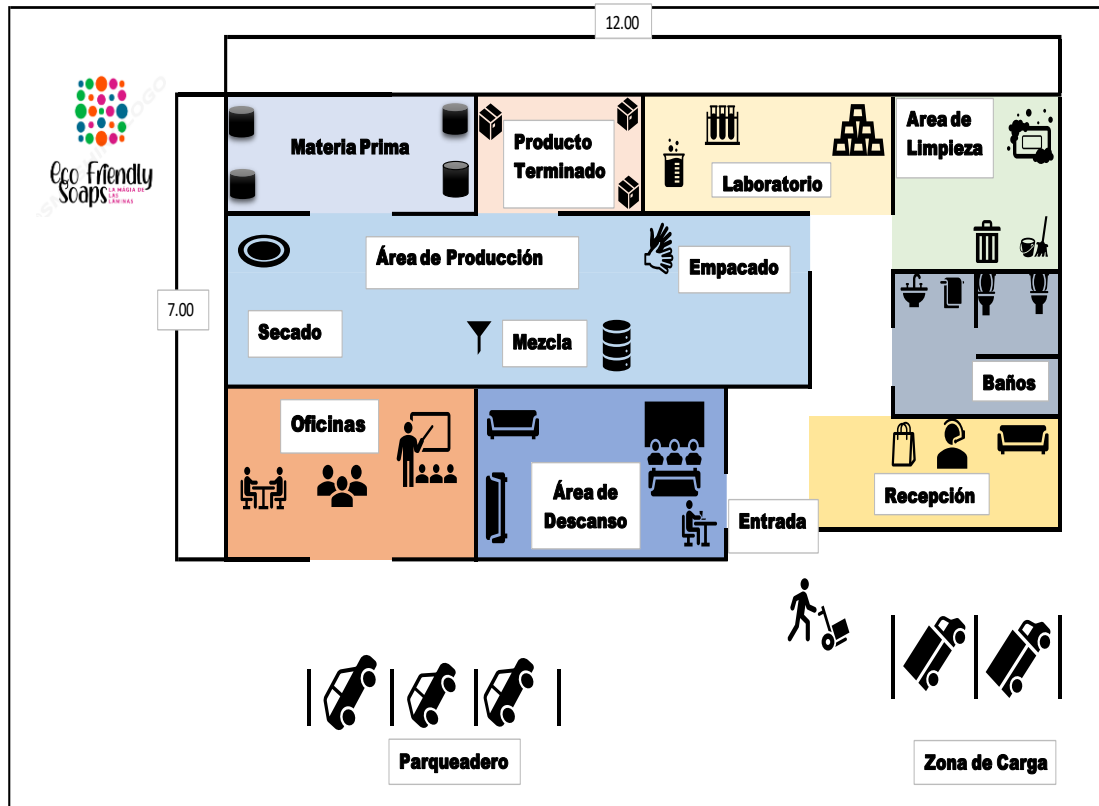
Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La empresa en donde se ubicará Eco Friendly Soaps estarán asentadas en el norte de Quito (San Carlos) tendrán una distribución de varias habitaciones de trabajo total que es de 77 metros cuadrados distribuidos en diferentes áreas de trabajo necesarios para la producción y venta del producto.






Figura 22
Plano de la planta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 26*Descripción de equipos*

Actividad (etapa de producción)	Equipo	Características (ver ficha técnica)	Precio
Recepción	Escritorio 	De madera con acabados de aluminio	\$80
Recepción	Teléfono 	Teléfono con bocina	\$40
Recepción	Impresora 	Impresora Epson, wifi a color	\$300
Laboratorio	Balanza Industrial 	7 memorias Funciones tare, 0, store/add, función C 2 Intensidades de luz Pantallas: peso, valor kg o lb, valor a pagar Panel plegable Voltaje: 110V - 50/60HZ Potencia del equipo: 1500 w - 1,50 KW	\$69
Área de Producción	Máquina expendedora 	Volumen de llenado: 1 a 300ml Capacidad de la tolva: 30 L Dimensiones Ancho: 30 cm Largo: 98 cm Altura de 95 cm Capacidad: 15 a 30 unidades por minuto	\$1.500

Fuente: Mercado Libre**Elaborado por:** La Autora

Tabla 27*Tiempo en personas*

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Adquisición de materia prima	25 minutos	1	25 min
Verificación y clasificación de la materia prima	15 minuto		15 min
Preparación y mezcla de los ingredientes	20 minutos		20 min
Enfriamiento	10 minutos	1	10 min
Laminado	15 minutos		15 min
Empaque de las láminas en los estuches	20 minutos		20 min
Almacenamiento de los estuches hacia las cajas	15 minutos		15 min
TOTAL	120 minutos	2 personas	120 minutos

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

La empresa “Eco Friendly Soaps” va a tener un horario de atención de 8 de la mañana a 5 de la tarde de lunes a viernes con un descanso de 1 hora de almuerzo para los empleados.

El tiempo de proceso en la jornada se trabajará con 2 operarios en un tiempo de 60 minutos, las veces que se repite el proceso por jornada de 7 horas, por lo que las cantidades producidas será de 400 láminas, el total de la producción diaria son 780 unidades, la producción mensual es de 3900 estuches de láminas de jabón que cada cajita tendría la cantidad de 20 láminas.

Tecnología a aplicar

La tecnología a aplicar dentro de la empresa Eco Friendly Soaps se basará en la parte administrativa dentro de la misma, es decir, se necesita un programa donde se tendrá el inventario y las ventas que se van realizando cada día, para esto se necesitará una computadora donde se puedan instalar estos programas con el fin de tener un orden para conocer el tiempo exacto para volver a abastecerse del producto

Factores que afectan las operaciones

- Son la calidad de las láminas de jabón no sean de la satisfacción de la empresa como de los clientes.
- También que al momento de tener algún problema en la producción no hay una inmediata corrección del producto ya listo.
- No realizar un debido seguimiento a la documentación en el área de producción por parte del área de calidad hay un incumplimiento de los tiempos.
- Falta de compromiso en distintas áreas.

2.3 Capacidad de Producción

Capacidad de Producción Futura.

La capacidad productiva, su análisis, planeación, programación y control, constituyen actividades críticas que se desarrollan paralelamente con las actividades de programación y planeación de materiales, siendo la capacidad la cantidad de productos o servicios destinados a satisfacer las necesidades del cliente o de la sociedad que puede ser obtenida por una unidad productiva en un determinado periodo de tiempo (Kalenatic, Lopez, & González, 2009).

Para la capacidad de una unidad de producción se necesita planta, equipo, departamento para producir la siguiente presentación de 20 unidades. La producción del producto para trabajar será de lunes a viernes con los operadores y vendedores donde también se habilitaría los pedidos virtuales. Los valores de producción y venta se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 28*Estimación de Producción*

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Laminas de jabón 20 und	3900	46800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
	TOTAL	3.900	46.800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
AÑO 2	Laminas de jabón 20 und	3942	47305	\$ 2,00	\$ 7.884,24	\$ 94.610,88
	TOTAL	3.942	47.305	\$ 2,00	\$ 7.884,24	\$ 94.610,88
AÑO 3	Laminas de jabón 20 und	7969	48034	\$ 2,00	\$ 15.938,78	\$ 191.265,36
	TOTAL	7.969	48.034	\$ 2,00	\$ 15.938,78	\$ 191.265,36
AÑO 4	Laminas de jabón 20 und	8055	48774	\$ 2,00	\$ 16.110,92	\$ 193.331,02
	TOTAL	8.055	48.774	\$ 2,00	\$ 16.110,92	\$ 193.331,02
AÑO 5	Laminas de jabón 20 und	8142	49525	\$ 2,00	\$ 16.284,92	\$ 195.419,00
	TOTAL	8.142	49.525	\$ 2,00	\$ 16.284,92	\$ 195.419,00

Fuente: Análisis propia**Elaborado por:** La Autora

Para sacar la capacidad de producción futura se deberá calcular la tasa de crecimiento de 1,08% donde se tomará en cuenta a los posibles productos fabricados en el 2023 con 46800 unds. ya que estará proyectado hasta el año 2028.

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

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

Los productos de materia prima son básicos para la elaboración de las láminas de jabón donde se detallará en el siguiente cuadro las mismas:

Tabla 29*Especificación de materias primas*

Materia Prima	Producto Sustituto	Grado de Sustitución
Jabón de glicerina	Aceite de coco	Alto
Papel soluble	Ninguno	Bajo
Esencias naturales	Aceite de esencias	Alto
Estuches plásticos	Estuches vidrio	Medio

Fuente: Análisis Propio**Elaborado Por:** El Autor


2.5 Calidad

Método de Control de Calidad.

A la empresa le interesa satisfacer las necesidades ecológicas del cliente para poder generar y obtener la fidelización de los mismos, es por ello que cada área dentro de la empresa cuenta con una orientación fija y con un control de calidad constante de las mismas.

En este caso se aplicará un check list para el control de calidad del producto fabricado:

Tabla 30*Método control de calidad*

CHECK LIST			
			
Área Inspeccionada:	Hora:	Fecha:	
Preguntas	SI	NO	N/A
1. Los materiales utilizados son los correctos			
2. Se siguieron los procedimientos establecidos			
3. Se hicieron las revisiones necesarias en cada proceso			
4. Existió alguna falla en el producto final			
5. Existió algún retraso en la fabricación			
6. Se entregó al cliente el producto solicitado			
Observaciones:			

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Tabla 31 *Normativa vigente*

Seguridad e higiene ocupacional	Obligaciones de los trabajadores:
<p>Esta empresa busca el cuidado del medio ambiente tanto dentro como fuera de la misma, es por ello que clientes internos (trabajadores) deben colaborar para hacer notar el mensaje que la empresa desea dar a los clientes externos (consumidores). Los trabajadores deben cumplir el reglamento propuesto por el ministerio de trabajo y el ministerio del ambiente para que se pueda funcionar con normalidad.</p> <p>Algunas de las normativas vigentes a seguir son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar medios y recursos necesarios para la implementación de un Programa de Higiene y Seguridad. • Responder pronta, efectiva y cuidadosamente a todos los incidentes, accidentes y emergencias que se puedan generar en el transcurso de la jornada de trabajo. • Mantener en buen estado las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro. • Entregar gratuitamente a los trabajadores/as y servidores/as públicos vestimenta adecuada para el trabajo y los medios de protección personal, su reglamento Interno y Código de Trabajo 	<p>Usar adecuadamente los instrumentos, materiales de trabajo y equipos de protección individual proporcionados por la institución.</p> <p>Informar al jefe inmediato de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo.</p> <p>El trabajador tiene la obligación de devolver el equipo de protección personal utilizado cuando haya una reposición de equipos, cambio de trabajo o terminación de la relación laboral</p>

Fuente: Código del Ministerio de Trabajo

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO III

Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Establecer la estructura organizacional de la empresa “Eco Friendly Soaps” para identificar cada puesto de trabajo dentro de los departamentos.

Visión de la Empresa

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de láminas de jabón no tóxicas con esencias naturales, logrando dentro de 5 años ser el mejor producto eco amigable e innovador para el aseo personal de nuestros consumidores.

Misión de la Empresa

Buscamos brindar a los clientes un producto innovador en el aseo personal mediante el uso eficiente y accesible de las láminas de jabón portables con estuches prácticos y aromas naturales que contribuyen al cuidado del medio ambiente satisfaciendo las necesidades del cliente y el cuidado de la salud.

Tabla 32

Matriz FODA

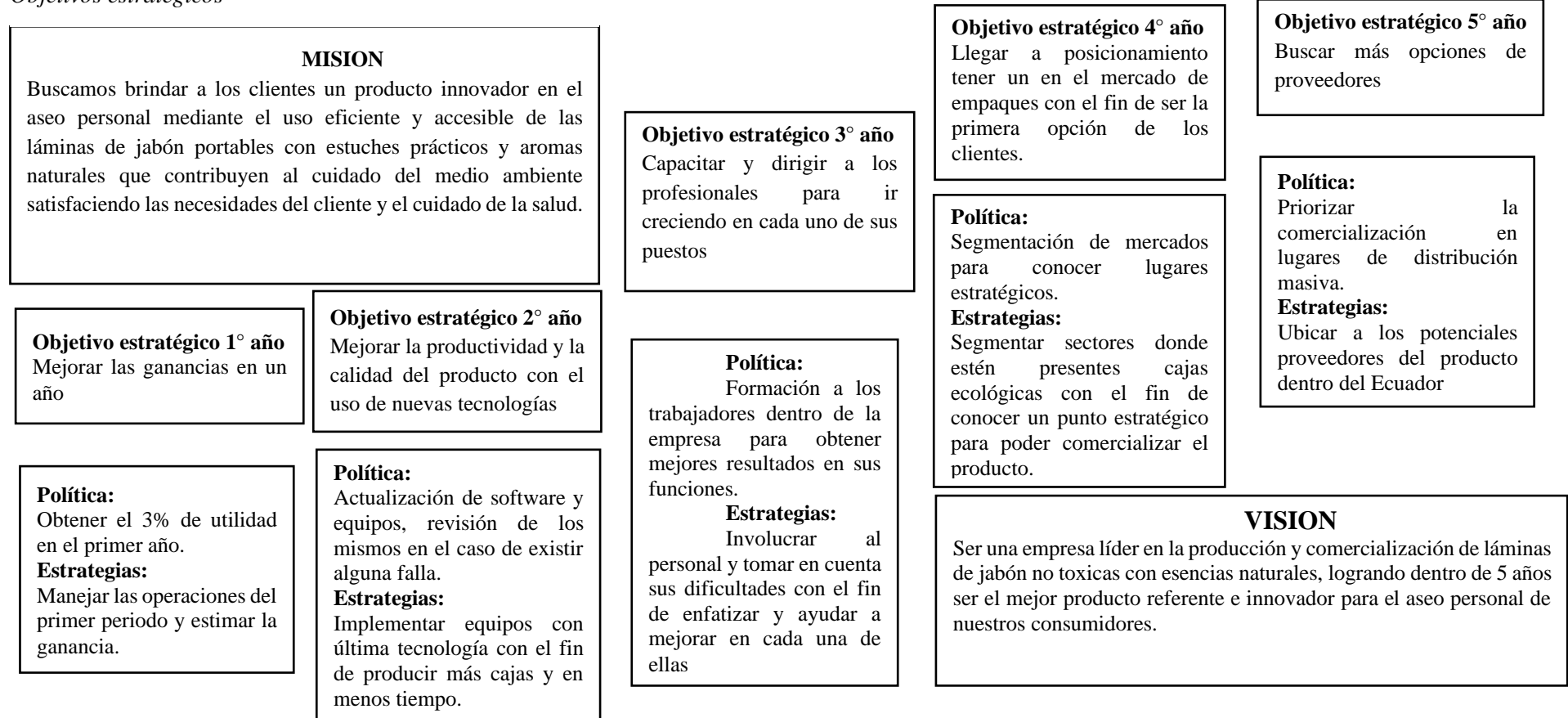
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Precios económicos vs Competencia • Producto innovador y de calidad • Amigable con el medio ambiente • Aplicación de herramientas tecnológicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el mercado (redes sociales) • Falta de proveedores en la adquisición de materia prima • Producto poco visto en el mercado • Falta de experiencia en ventas
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de pequeñas empresas de llegar a clientes gracias a los medios digitales • Apertura de espacios para vender a pequeños emprendimientos nuevos a centros comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos productos a mercado • Problemas políticos y económicos en el país • Cambio de hábitos en el consumidor

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Tabla 33

Objetivos estratégicos



Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

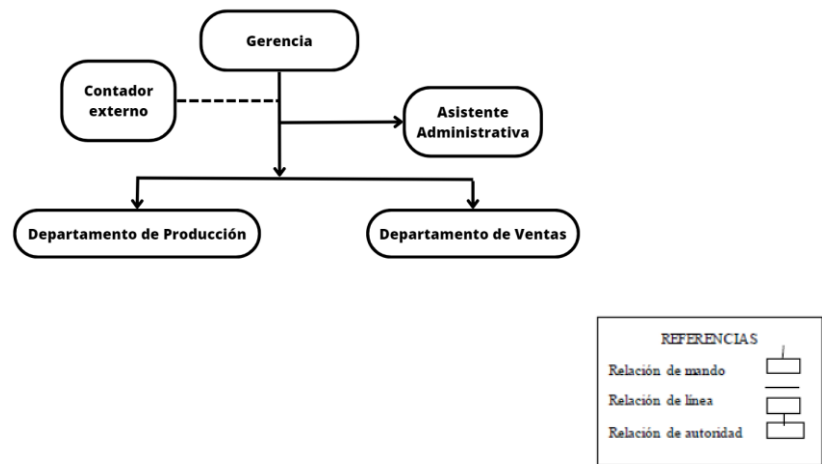
3.2 Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

Dentro de toda organización, por más pequeña o grande que sea existen varias funciones de realizar ya sea por una sola persona o varias personas contratadas por la empresa.

Figura 23

Organigrama estructural ECO FRIENDLY SOAPS

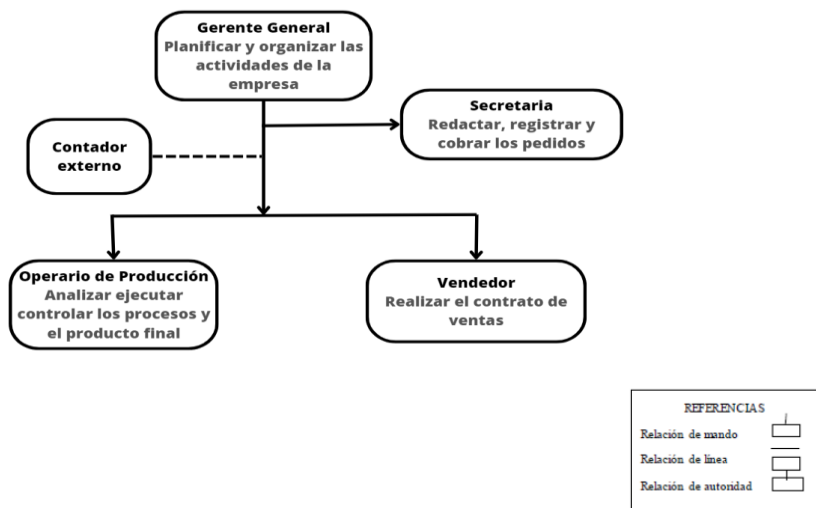


Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Figura 24

Organigrama Funcional "ECO FRIENDLY SOAPS"



Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

3.3 Descripción de puestos.

La descripción del puesto permite ver el cargo y el conjunto de actividades determinadas ya sea para comprender las tareas a desempeñar de cada uno de los miembros de la empresa, en este caso de:

- Gerente General
- Asistente administrativo
- Obrero de producción
- Vendedor
- Contador

Tabla 34

Descripción del Puesto Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Gerente

Jefe inmediato superior: No Aplica

Supervisa a: secretaria, departamento de producción, financiero y ventas

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Lidera la estructura organizacional. Crea objetivos estratégicos. Administra y supervisa los procesos operativos. Responsable de la coordinación del personal, del presupuesto comercial, de la gestión comercial y de las finanzas.

III FUNCIONES

- Planificar objetivos generales y específicos a corto y largo plazo.
- Firma de contratos y obligaciones de la empresa
- Elaborar indicadores que permitan evaluar el cumplimiento de metas.
- Planificar y controlar las actividades para el correcto funcionamiento del negocio.
- Mantiene el liderazgo mediante la dirección de las áreas subordinadas.
- Analizar los procesos de la empresa buscando el cumplimiento de objetivos para obtener rentabilidad.
- Revisión y control del presupuesto.
- Aprobación o desaprobación de proyectos.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Administración de Empresas, Ing. Comercial, Ing. Marketing, Ing. Finanzas o afines.

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Liderazgo, capacidad para tomar decisiones oportunas y facilidad de palabra.

Formación: Título de Tercer Nivel

Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

Tabla 35

Descripción del Puesto Asistente Administrativa

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Asistente Administrativo

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: No Aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Se encarga de trabajar como facilitador y mediador de las tareas administrativas en una empresa, ejerciendo su trabajo en la oficina y realizando tareas asignadas.

III FUNCIONES

- Registrar llamadas y visitas de los clientes
 - Tener la agenda actualizada
 - Análisis de situación actual de la empresa
 - Análisis de la factibilidad de los proyectos
 - Dominar información relevante para la gerencia
 - Analizar ideas innovadoras que ayuden a solucionar conflictos dentro de la empresa
 - Proponer proyectos que contribuyen con el crecimiento de la empresa
 - Promover una la visión de la empresa
 - Administrar los insumos de papelería
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Administración de Empresas.

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Liderazgo, capacidad para tomar decisiones oportunas y facilidad de palabra.

Formación: Título de Tercer Nivel

Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

Tabla 36

Descripción del Puesto Operario de Producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Operario de Producción

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: No Aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Impulsa a las empresas de la fabricación y manejo de productos, son los encargados de tener listo el producto final para poder comercializar.

III FUNCIONES

- Empaque de las láminas de jabón
 - Adquisición y revisión de la materia prima al momento de su llegada
 - Detectar y reportar fallas en la materia prima
 - Empacado y almacenamiento del producto
 - Mantener al área dotada de insumos necesarios
 - Controlar el cumplimiento de los parámetros de tiempo y calidad
 - Implementar y exigir el cumplimiento de a los estándares de calidad establecidos en la empresa.
 - Controlar el funcionamiento de la maquinaria
 - Trasformar la materia prima en producto terminado
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Administración de Industrial

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Liderazgo, capacidad para tomar decisiones oportunas, eficacia, control y gestión de equipos

Formación: Título de Tercer Nivel

Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

Tabla 37

Descripción del Puesto Vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Vendedor

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: No Aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar el equipo para lograr los objetivos deseados en el área comercial. Motivar y guiar a otros miembros para que tomen las mejores decisiones y aumenten las ganancias de la empresa.

III FUNCIONES

- Garantizar el cumplimiento de presupuestos de Ventas alineados a los objetivos.
 - Diseño y creación de estrategias, análisis cuantitativos y cualitativos de los resultados del negocio
 - Captación de nuevos clientes potenciales.
 - Dar valor a la marca.
 - Mantener conocimiento claro de las características principales y beneficios del producto a los clientes.
 - Visitar y ofertar el producto en puntos de venta.
 - Registrar a los clientes
 - Manejo de cobro
 - Conocer a la empresa competidora
 - Atender quejas y reclamos de los clientes.
 - Mantener a los clientes informados sobre promociones, descuentos o nuevos productos.
 - Cumplir la cartera de pedidos
 - Establecer demostraciones del producto
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Administración, Ing. comercial, Ing. Marketing, Ing. Finanzas o afines.

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años

Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

Tabla 38

Descripción del Puesto Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Contador

Jefe inmediato superior: Gerente

Supervisa a: No Aplica

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Mantener información contable u financiera de la empresa, la cual debe ser oportuna, relevante, completa, comparable verificable, además busca el cumplimiento de los registros correctos contables, análisis de riesgos y toma de decisiones en beneficio para la rentabilidad de la empresa.

III FUNCIONES

- Planificación financiera
 - Análisis de ingreso y egresos de la empresa
 - Análisis de la factibilidad de los proyectos
 - Revisión de los libros financieros
 - Elaboración de los balances y libros
 - Asesorías financieras a los miembros de la empresa
 - Control de auditorías
 - Control de las cuentas
 - Declaración de impuestos
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ingeniero o licenciada en contabilidad y auditoría o afines

Experiencia: Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Excelente organización, buena organización, preparación de informes

Formación: Manejo de paquetes Office, manejo de sistemas contables, conocimiento de tributación, leyes contables

Fuente: Análisis Propio

Elaborado por: La Autora

3.4 Control de Gestión

Indicadores de gestión

En la empresa Eco Friendly Soaps se aplicarán indicadores en cada área que ayudarán a medir el cumplimiento de cada meta u objetivo como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 39

Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA
Gerencia General	Administración eficiente	Planificación estratégica/
	Mejoramiento de competencias en el personal	Planificación ejecutiva N° cursos realizados/N° cursos planificados
Área de ventas	Cumplimiento del plan de ventas	Despachos y entregas/ pronóstico de ventas
	Nivel de satisfacción del cliente	Cantidad de clientes satisfechos/ total de clientes
	Promoción	Total de ingresos / Inversión
	Fidelización de los clientes	Cientes que frecuentan el consumo del producto total de clientes *100
Área contable	Rentabilidad	$(Utilidad\ Neta / Ventas) * (Ventas / Activo\ Total)$
	Liquidez	Prueba Ácida= Activo Corriente - Inventarios / Pasivo Corriente
Área Administrativa	Retorno sobre la Inversión	Total Ingresos – Inversión realizada/inversión realizada *100
Área de Producción	Productividad	Volumen de producción / Horas hombre empleadas
	Calidad	Total de productos impecables/ Total de la producción

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Necesidades De Personal

Según la base de necesidades para el futuro de la empresa, es importante analizar el personal calificado capaz de apoyar en la producción de láminas de jabón, con el fin de cumplir con los objetivos planteados necesitando el siguiente personal para la operación:

- 1 gerente general
- 2 operario
- 1 vendedor
- 1 asistente administrativo

Es así como la empresa empieza sus actividades productivas de forma básica y concreta y que para cada año se vera la adquisición de nuevo personal en cada área de trabajo sea necesario el caso.

Tabla 40

Necesidades de personal proyectadas

Áreas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	1	1	1	1	1
Asistente Administrativo	1	1	1	1	1
Auxiliar Operativo	1	1	2	2	3
Vendedor	1	1	2	2	3
TOTAL	4	4	6	6	8

Fuente: Análisis propia

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

El objetivo de este capítulo es determinar la forma jurídica para asegurar el correcto funcionamiento e identidad de la organización con normativas vigentes para el respectivo funcionamiento de la empresa.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa Eco Friendly Soaps será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), ya que tiene como finalidad impulsar la economía mediante la formalización de nuevos emprendimientos, la opción de constituir a la empresa es de manera física, es decir, se presentarán los documentos firmados. Existen varios requisitos obligatorios para poder considerarse SAS:

Tabla 41
Requisitos SAS

REQUISITOS OBLIGATORIOS
<ul style="list-style-type: none">• Reserva de dominación• Contratos constitutivos• Nombramiento del representante legal• Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema
PASOS PARA REALIZAR EL TRAMITE
<ul style="list-style-type: none">• Ingresar al portal web www.supercias.gob.ec, sección GUIAS PARA EL USUARIO/ SECTOR SOCIETARIO/ SAS, y descargar formatos de documentos: Acto/Contrato y Nombramiento.• Llenar los campos habilitados en cada uno de los formatos, imprimir y firmar los documentos.• Presentar los documentos en las ventanillas del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros• El trámite será revisado y gestionado por el área de Registro de Sociedades. Durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso.• De no existir observaciones o luego de superadas, se procederá a generar las razones de inscripción del contrato y del o los nombramientos, según el caso.• La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros comunicará vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida, adjuntándose las razones de inscripción correspondiente.

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaborado por: La Autora

Tabla 42

Requisitos para la obtención de la patente

Requisitos para la obtención de la patente
<ul style="list-style-type: none">• Copia del registro único de contribuyentes (RUC)• Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal• Permiso de bomberos• Permiso Ambiental (inspección)• Permiso de uso de suelo• Impuesto predial del año en curso• Formulario de declaración inicial de la actividad económica• Inspección de la patente municipal

Fuente:

Elaborado por: La Autora

4.3 Registros de marcas

“El trámite de Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras está orientado al registro de una marca que sea signo suficientemente distintivo y susceptible de representación gráfica.” (SENADI, 2021)

Tabla 43

Registro de marca

PROCESO DE REGISTRO DE MARCA

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción PAGOS - Opción TRAMITES NO EN LINEA – Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea - Escanee los comprobantes de pago
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Elaborado por: La Autora

Tabla 44

Trámite del Registro de marca

TRAMITE PARA REGISTRO DE LA MARCA

Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
 - Opción REGISTRO - Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
 - Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
 - Después de haber ingresado los datos
 - Botón GUARDAR - Botón VISTA PREVIA - Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
 - Cancele en el Banco del Pacífico
 - Icono INICIO DE PROCESO.
-

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Elaborado por: La Autora

Tabla 45

Inscripción del RUC

REQUISITOS

Se debe acudir a una de las agencias del Servicio de Rentas Internas (SRI).

- Es necesario pedir un turno.
 - Se debe acudir a la ventanilla asignada.
 - Presentar los documentos y requisitos de respaldo (cédula de identidad original, certificado de votación original, escritura pública inscrita).
 - Al final se recibe la contestación (SRI, 2020).
-

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: La Autora

Tabla 46

Requisitos de la licencia metropolitana única para el ejercicio de las actividades económicas

REQUISITOS PERMISO LUAE

- Solicitud de inspección del edificio
- RUC escaneado en formato PDF
- Cédula de identidad del representante legal y papeleta de votación escaneado en formato PDF

TRAMITE LUAE

- Acceder al trámite en línea a través del siguiente link Servicios en línea
 - Seleccionar la opción Solicitud de Servicios de Prevención de Incendios
 - Completar la información e ingresar en formato digital todos los requisitos establecidos para atención del trámite
 - Recibir la respuesta a su trámite mediante correo electrónico.
-

Fuente: LUAE

Elaborado por: La Autora

Tabla 47

Funcionamiento LUAE

REQUISITOS PARA FUNCIONAMIENTO

- Licencia única de actividades económicas (LUAE)
 - Permisos de funcionamiento
 - Permisos de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
 - Registro Único de Contribuyentes (RUC)
-

Fuente: Permisos Quito

Elaborado por: La Autora

Tabla 48

Permiso Bomberos

REQUISITOS PARA EL PERMISO DE BOMBEROS

- Solicitud de inspección
 - Cédula del propietario
 - Certificado de instalación
 - Documento declarativo donde se especifique donde se encuentra Extintores, Ventilaciones.
 - Registro fotográfico específico de cada sistema contra Incendios
-

Fuente: GADDMQ

Elaborado por: La Autora

Tabla 49

Registro de afiliación al IESS

REGISTRO DE AFILIACIÓN AL IESS

- Cédula de Identidad
 - Clave de acceso al portal IESS
 - Ingresar en la página web www.iess.gob.ec / empleador / Aviso de entrada y salida /ingresar cédula y clave de acceso al portal.
 - Afiliados/ registro de dependientes/ registrar número de cédula afiliado activo/ completar formulario de información afiliado activo/ agregar dependientes/ guardar.
-

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2022)

Elaborado por: La Autora

Tabla 50

Registro nuevo empleador

REGISTRO DE NUEVO EMPLEADOR

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec.
 - Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
 - Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
 - Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
 - Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
 - Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.
-

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2023)

Elaborado por: La Autora

Tabla 51

Registro para la vinculación laboral

REGISTRO PARA LA VINCULACIÓN LABORAL

- Formulario en línea de registro de datos del trabajador dentro del Sistema Único de Trabajo - SUT: Ingresar los datos personales y estipulaciones contractuales de su trabajador, es optativo cargar el contrato de trabajo.
 - Ingresar al siguiente link <https://sut.trabajo.gob.ec/contratosweb/mrl/loginContratos.xhtml>.
 - Digitar su usuario y contraseña (Si no cuenta con usuario y contraseña, ingresar en el link anterior y seleccionar la opción "Registro de nuevo empleador")
 - Ingresar en el módulo de registro de datos del trabajador y actas de finiquito.
 - Escoger la pestaña datos del trabajador, seleccionar opción ingresos datos del trabajador.
 - Llenar el formulario en línea del trabajador que será vinculado en la empresa, guardando la información el SUT.
 - Opcional imprimir la plantilla del contrato de trabajo o extracto.
-

Fuente: (Ministerio del Trabajo del Ecuador (SUT), 2023)

Elaborado por: La Autora

Tabla 52

Registro de la Compañía

**REGISTRO DE LA COMPAÑÍA BAJO LA SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS**

- Cédula de identidad del representante legal
 - Certificado de votación del representante legal
 - Escritura pública de constitución
 - Hoja de datos generales y accionistas
 - Nombramiento del representante legal
 - Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público 82
 - Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
-

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2023)

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Comprobar la factibilidad financiera del proyecto “Eco Friendly Soaps” mediante herramientas que son el plan de inversiones incluyendo el capital de trabajo.

5.2 Plan de inversiones

En este punto detallaremos los activos fijos tangibles e intangibles, que nos ayudarán a poner en marcha este proyecto tanto como el capital de trabajo y su producción, distribuyendo los valores fijos en muebles y enseres, equipos de oficina y equipo de cómputo (Sapag, 2018), aquí veremos el detalle en la siguiente tabla:

Tabla 53
Plan de Inversión

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL (USD)
AD	UNITARIO		
ACTIVOS FIJOS			\$ 10.146,50
Local			\$ 4.000,00
Terreno	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Muebles y enseres			\$ 544,00
Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Estante almacenamiento	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla Oficina Julia Negro	1	\$ 74,00	\$ 74,00
Mesa metalica	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Mesa de centro Bonito - Nogueira	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Equipos de Computación			\$ 1.040,00
Impresora Epson	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Laptor Dell	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Teléfono oficina	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Maquinaria y Equipo			\$ 4.469,00
Balanza industrial	1	\$ 69,00	\$ 69,00
Máquina cortadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Máquina expendedora	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Congeladora	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Suministros de oficina			\$ 93,50
Papelera	1	\$ 17,00	\$ 17,00
Archivador acordeon	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Kit de esferograficos	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Resmas papel bond A4	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Kit recarga tintas de impresión	1	\$ 45,00	\$ 45,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 730,59
Gastos de Constitución			\$ 730,59
Registro de marca	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Patente Municipal	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Permiso Bomberos	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Tramite del RUC	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Registro Sanitario	1	\$ 14,59	\$ 14,59
Constitución SAS	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Capital de trabajo (3 meses)			\$ 20.870,00
TOTAL			\$ 31.747,09

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Como podemos ver en la tabla desarrollada, se menciona que la empresa cuenta con un plan de inversión anual de \$29929,09 teniendo una vida útil del plan de negocios y un capital de trabajo que será de \$18973,00 ya que así pondríamos en marcha el proyecto presentado.

Tabla 54
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS		\$ 5.280,00
Jabón de glicerina	\$ 670,00	\$ 2.010,00
Papel soluble	\$ 410,00	\$ 1.230,00
Esencias naturales	\$ 180,00	\$ 540,00
Personal de planta (1)	\$ 500,00	\$ 1.500,00
COSTOS INDIRECTOS		\$ 690,00
Embalaje	\$ 20,00	\$ 60,00
Materiales de Limpieza	\$ 180,00	\$ 540,00
Plan celular 2 personas	\$ 30,00	\$ 90,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 13.100,00
Suministros de Oficina	\$ 93,50	\$ 280,50
Sueldos y Salarios	\$ 4.214,37	\$ 12.643,10
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	\$ 176,40
GASTOS DE VENTA		\$ 1.800,00
Vendedor	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Publicidad	\$ 150,00	\$ 450,00
TOTAL	\$ 6.956,67	\$ 20.870,00

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

Mano de Obra

En la mano de obra directa a la fuerza laboral está involucrada en el manejo productivo del negocio haciendo posible la adquisición de la materia prima y más la comercialización del producto conformada por la mano de obra directa, cuyo rubro se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 55*Rol de pagos administrativo***ROL DE PAGOS ADMINISTRATIVOS**

N°	Cargo	Días Laborados	Sueldos	Ingresos			Total Ingresos	Deducciones	Total Deducciones	Liquido a recibir
				Valor de la Hora	Beneficios			IESS		
					13'S	14'S				
1	Gerente	20	\$800,00	\$3,33	\$66,67	\$35,42	\$902,08	\$75,60	\$75,60	\$826,48
2	Asistente Administrativa	20	\$450,00	\$1,88	\$37,50	\$35,42	\$522,92	\$42,53	\$42,53	\$480,39
5	Contador	20	\$500,00	\$2,08	\$41,67	\$35,42	\$577,08	\$47,25	\$47,25	\$529,83
			\$1.250,00		\$145,83	\$106,25	\$2.002,08	\$118,13	\$118,13	\$1.836,71

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora**Tabla 56***Rol de pagos ventas***ROL DE PAGOS VENTAS**

N°	Cargo	Días Laborados	Sueldos	Ingresos			Total Ingresos	Deducciones	Total Deducciones	Liquido a recibir
				Valor de la Hora	Beneficios			IESS		
					13'S	14'S				
3	Vendedor	20	\$500,00	\$2,08	\$41,67	\$35,42	\$577,08	\$47,25	\$47,25	\$529,83
			\$500,00		\$41,67	\$35,42	\$577,08	\$47,25	\$47,25	\$529,83

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora**Tabla 57***Rol de pagos mano de obra directa***ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA**

N°	Cargo	Días Laborados	Sueldos	Ingresos			Total Ingresos	Deducciones	Total Deducciones	Liquido a recibir
				Valor de la Hora	Beneficios			IESS		
					13'S	14'S				
4	Operario 1	20	\$500,00	\$2,08	\$41,67	\$35,42	\$577,08	\$47,25	\$47,25	\$529,83
5	Operario 2	20	\$450,00	\$1,88	\$37,50	\$35,42	\$522,92	\$42,53	\$42,53	\$480,39
			\$0,00		\$79,17	\$212,50	\$1.241,67	\$89,78	\$89,78	\$1.151,89

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Tabla 58*Rol de provisiones general*

No	Cargo	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente	800,00	66,67	35,42	89,2	44,60	1.035,88
2	Asistente Administrativa	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
3	Vendedor	500,00	41,67	35,42	55,75	27,88	660,71
4	Operario 1	500,00	41,67	35,42	55,75	27,88	660,71
5	Operario 2	450,00	37,50	35,42	50,175	25,09	598,18
6	Contador	500,00	41,67	35,42	55,75	27,88	660,71
TOTAL		3200,00	266,67	212,50	356,80	178,40	4214,37

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Depreciación

Los activos fijos permiten reconocer el desgaste o pérdida de valor de los bienes a través del tiempo, el detalle se presenta a continuación:

Tabla 59*Porcentajes de depreciación*

ACTIVO FIJO	VALOR	% Deprec.	Años Vida Útil	Valor Deprec.
Equipos de Oficina	544,00	10%	10	54,40
Muebles y Enseres	1.040,00	10%	10	104,00
Equipo de Computo	4.469,00	33,33%	3	1.489,52

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Proyección de la depreciación

Aquí la depreciación de los activos fijos representa el monto total del activo fijo que se ha depreciado a lo largo de la vida útil acumulada dando un valor acumulado de los bienes de la empresa a los 5 años y se detalla a continuación:

Tabla 60

Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEP. AÑO 1°	VALOR DEP. AÑO 2	VALOR DEP. AÑO 3°	VALOR DEP. AÑO 4	VALOR DEP. AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	544,00	10%	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.040,00	33,33%	346,63	346,63	346,63		
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.469,00	10%	446,90	446,90	446,90	446,90	446,90
TOTAL DEPRECIACIONES			847,93	847,93	847,93	501,30	501,30

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Detalle de Costos

Se detalla como costos a los rubros incurrido directamente en el proceso operativo de la empresa, es decir que consta de costos directos e indirectos, tales como materias primas, manos de obra y gastos indirectos de fabricación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 61*Detalle de costos directos*

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (USD)
COSTOS DIRECTOS		
Jabón de glicerina	\$ 670,00	\$ 8.040,00
Papel soluble	\$ 410,00	\$ 4.920,00
Escencias naturales	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Personal de planta	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL	\$ 680,00	\$ 21.120,00
COSTOS INDIRECTOS		
Materia prima	\$ 20,00	\$ 240,00
Materiales de limpieza	\$ 180,00	\$ 180,00
Plan celular 2 personas	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL	\$ 230,00	\$ 780,00
TOTAL GASTOS	\$ 910,00	\$ 21.900,00

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora**Tabla 62***Detalle de gastos administrativos*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 12.913,00
Suministros de Oficina	\$ 93,50	\$ 93,50
Sueldos y Salarios	\$ 4.214,37	\$ 12.643,10
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	\$ 176,40

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora**Tabla 63***Detalle de gastos de ventas*

GASTOS DE VENTA		\$ 1.800,00
Vendedor	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Publicidad	\$ 150,00	\$ 450,00

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Proyección de Costos

En la proyección de costos al momento de adquirir el costo mensual, estaremos en capacidad de realizar la proyección anual donde nos reflejará una cierta cantidad de cifras a lo largo de la vida útil del proyecto. Considerar para la proyección la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años.

Figura 25

Tasa histórica de inflación

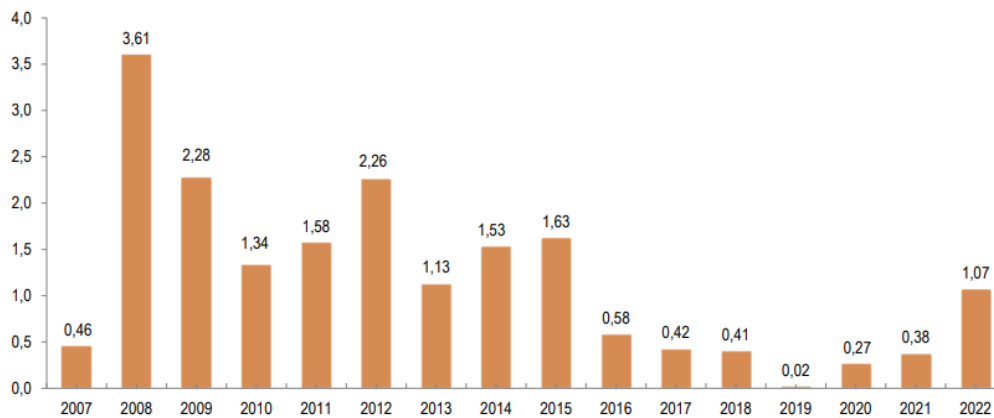


Tabla 64*Proyección de costos*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministros de Oficina	\$ 93,50	1.122,00	1.211,76	1.308,70	1.413,40	1.526,47
Sueldos y Salarios	\$ 4.214,37	50.572,40	51.118,58	110.416,14	119.249,43	128.789,38
Depreciaciones		847,93	847,93	847,93	501,30	501,30
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	705,60	762,05	823,01	888,85	959,96
Plan Celular	\$ 30,00	360,00	388,80	419,90	453,50	489,78
TOTAL	\$ 4.396,67	\$ 53.607,93	\$ 54.329,12	\$ 113.815,69	\$ 122.506,47	\$ 132.266,89
GASTOS DE VENTA						
Vendedor	\$ 450,00	\$ 1.350,00	\$ 4.050,00	\$ 12.150,00	\$ 36.450,00	\$ 109.350,00
Publicidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,36	\$ 1.836,91	\$ 1.855,64	\$ 1.874,57
TOTAL	\$ 150,00	\$ 3.150,00	\$ 1.818,36	\$ 1.836,91	\$ 1.855,64	\$ 1.874,57
TOTAL GASTOS	\$ 4.546,67	\$ 56.757,93	\$ 56.147,48	\$ 115.652,59	\$ 124.362,12	\$ 134.141,46

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Detalle de Gastos

Los detalles de gastos que se obtendrá para poner en marcha el proyecto se dividen en gastos administrativos, gastos de venta y gastos financiero, entre otros la utilización de los valores monetarios el detalle da cada uno de los gastos se presenta a continuación:

Tabla 65

Gastos administrativos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1
COSTOS DIRECTOS		
Jabón de glicerina	\$ 670,00	8.040,00
Papel soluble	\$ 410,00	4.920,00
Escencias naturales	\$ 180,00	2.160,00
Personal de planta	\$ 500,00	6.000,00
TOTAL	\$ 1.760,00	\$ 21.120,00
COSTOS INDIRECTOS		
Materia prima	\$ 20,00	240,00
Materiales de limpieza	\$ 180,00	2.160,00
Plan celular 2 personas	\$ 30,00	360,00
TOTAL	\$ 230,00	\$ 2.760,00
TOTAL GASTOS	\$ 1.990,00	\$ 23.880,00

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Proyección Gastos

La representación de los valores monetarios de la empresa debe mantenerse en el negocio con una producción próxima a los 5 años, donde se realizará una proyección de gastos en base al cálculo del valor de la tasa de inflación dada por datos estadísticos. Los valores se presentan a continuación:

Tabla 66*Proyección de gastos*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Suministros de Oficina	\$ 93,50	1.122,00	1.211,76	1.308,70	1.413,40	1.526,47
Sueldos y Salarios	\$ 4.214,37	50.572,40	51.118,58	110.416,14	119.249,43	128.789,38
Depreciaciones		847,93	847,93	847,93	501,30	501,30
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	705,60	762,05	823,01	888,85	959,96
Plan Celular	\$ 30,00	360,00	388,80	419,90	453,50	489,78
TOTAL	\$ 4.396,67	\$ 53.607,93	\$ 54.329,12	\$ 113.815,69	\$ 122.506,47	\$ 132.266,89
GASTOS DE VENTA						
Vendedor	\$ 450,00	\$ 1.350,00	\$ 4.050,00	\$ 12.150,00	\$ 36.450,00	\$ 109.350,00
Publicidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.818,36	\$ 1.836,91	\$ 1.855,64	\$ 1.874,57
TOTAL	\$ 150,00	\$ 3.150,00	\$ 1.818,36	\$ 1.836,91	\$ 1.855,64	\$ 1.874,57
TOTAL GASTOS	\$ 4.546,67	\$ 56.757,93	\$ 56.147,48	\$ 115.652,59	\$ 124.362,12	\$ 134.141,46

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

5.4 Plan de Financiamiento

En este punto podemos decir que se recopila toda la información financiera adquirida donde veremos la viabilidad del proyecto dentro de lo financiero para así llevar claramente una visión económica del negocio.

Tabla 67*Plan de inversiones*

INVERSIONES	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$ 10.146,50
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 730,59
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 20.870,00
TOTAL	\$ 31.747,09

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Forma de financiamiento

El financiamiento podremos ver por aportes de terceros como son los socios que dan con cierto porcentaje de aportación y se presentará a continuación:

Tabla 68*Formas de financiamiento*

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL USD
Recursos Propios			
Aportación de Socios			\$ 31.747,09
Socio 1 Gerente	\$ 15.873,55	50%	
Socio 2 Familiares	\$ 15.873,55	50%	
TOTAL		100%	31.747,09

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

5.5 Cálculo de Ingresos

En el cálculo de ingresos es la entrada del dinero que efectúa la producción, es decir con la venta y distribución del producto hacia los consumidores generando valores de venta que adquieren productos y se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 69*Cálculo de Ingresos*

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Láminas de jabón 20 und	3900	46800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
	TOTAL	3.900	46.800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos son la base de las ventas donde se calcula la tasa de inflación correspondiente para el año 2023, aquí podremos observar la producción que realizó durante los cinco primeros años de funcionamiento, los valores se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 70*Ingresos proyectados*

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Laminas de jabón 20 und	3900	46800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
	TOTAL	3.900	46.800	\$ 2,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
AÑO 2	Laminas de jabón 20 und	3942	47305	\$ 2,00	\$ 7.884,24	\$ 94.610,88
	TOTAL	3.942	47.305	\$ 2,00	\$ 7.884,24	\$ 94.610,88
AÑO 3	Laminas de jabón 20 und	7969	48034	\$ 2,00	\$ 15.938,78	\$ 191.265,36
	TOTAL	7.969	48.034	\$ 2,00	\$ 15.938,78	\$ 191.265,36
AÑO 4	Laminas de jabón 20 und	8055	48774	\$ 2,00	\$ 16.110,92	\$ 193.331,02
	TOTAL	8.055	48.774	\$ 2,00	\$ 16.110,92	\$ 193.331,02
AÑO 5	Laminas de jabón 20 und	8142	49525	\$ 2,00	\$ 16.284,92	\$ 195.419,00
	TOTAL	8.142	49.525	\$ 2,00	\$ 16.284,92	\$ 195.419,00

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es muy necesario para la realización de los costos, gastos y utilidades para si tomar una decisión viendo si el proyecto es viable para su producción, para ver si se va a tener una cierta ganancia por cada producto vendido. El punto de equilibrio se aborda tres ámbitos:

$$Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}} = \frac{52400}{\$ 0,88} = 59545$$

Qe= cantidad de equilibrio

$$I_e = \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit}$$

$$I_e = 119090,91 \text{ dolares}$$

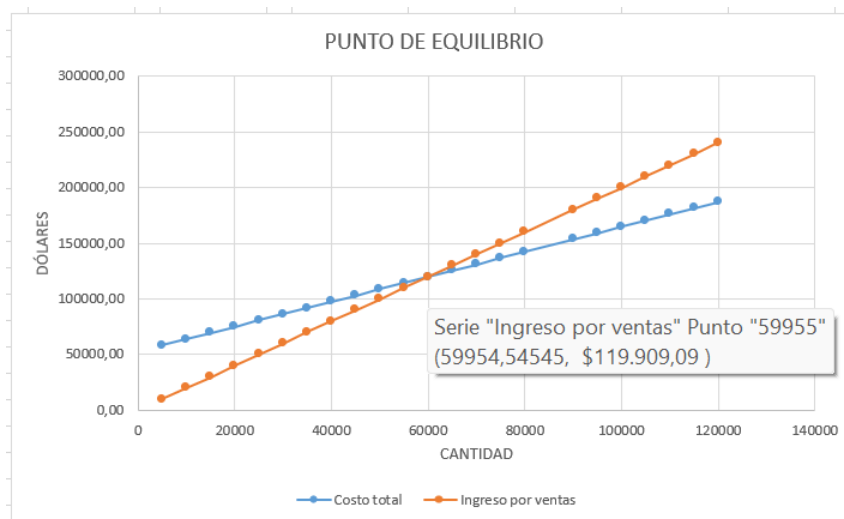
Tabla 71
Punto de equilibrio

Cantidad	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
5000	58360,00 \$	10.000,00	52760	5600
10000	63960,00 \$	20.000,00	52760	11200
15000	69560,00 \$	30.000,00	52760	16800
20000	75160,00 \$	40.000,00	52760	22400
25000	80760,00 \$	50.000,00	52760	28000
30000	86360,00 \$	60.000,00	52760	33600
35000	91960,00 \$	70.000,00	52760	39200
40000	97560,00 \$	80.000,00	52760	44800
45000	103160,00 \$	90.000,00	52760	50400
50000	108760,00 \$	100.000,00	52760	56000
55000	114360,00 \$	110.000,00	52760	61600
59955	119909,09 \$	119.909,09	52760	67149,09
65000	125560,00 \$	130.000,00	52760	72800
70000	131160,00 \$	140.000,00	52760	78400
75000	136760,00 \$	150.000,00	52760	84000
80000	142360,00 \$	160.000,00	52760	89600
90000	153560,00 \$	180.000,00	52760	100800
95000	159160,00 \$	190.000,00	52760	106400
100000	164760,00 \$	200.000,00	52760	112000
105000	170360,00 \$	210.000,00	52760	117600
110000	175960,00 \$	220.000,00	52760	123200
115000	181560,00 \$	230.000,00	52760	128800
120000	187160,00 \$	240.000,00	52760	134400

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Figura 26
Punto de equilibrio



Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

5.7 Estado de Resultados Projectado

En este punto de detalla las actividades operativas con el fin de desarrollar un posicionamiento dentro del mercado así nuestros competidores. El estado de pérdidas y ganancias permitirá conocer si la comercialización de las láminas de jabón se podría en marcha su producción o tendría pérdidas financieras la cual detallamos a continuación:

Tabla 72

Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	93.600,00	94.610,88	191.265,36	193.331,02	195.419,00
(-) COSTO DE VENTAS	22.800,00	23.032,56	36.860,61	37.236,58	37.616,40
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	70.800,00	71.578,32	154.404,75	156.094,44	157.802,60
(-) GASTOS OPERACIONALES	56.757,93	56.147,48	115.652,59	124.362,12	134.141,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS	53.607,93	54.329,12	113.815,69	122.506,47	132.266,89
GASTOS DE VENTAS	3.150,00	1.818,36	1.836,91	1.855,64	1.874,57
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	14.042,07	15.430,84	38.752,16	31.732,32	23.661,14
(+) 15% Participación trabajadores	2.106,31	2.314,63	5.812,82	4.759,85	3.549,17
(=) UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES	11.935,76	13.116,21	32.939,33	26.972,47	20.111,97
(-) 25% Impuesto a la Renta	2.983,94	3.279,05	8.234,83	6.743,12	5.027,99
(=) UTILIDAD NETA	8.951,82	9.837,16	24.704,50	20.229,35	15.083,98

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

5.8 Flujo de Caja

Los flujos de caja nos dan información de como pagar deudas acerca de la empresa por esto es indispensable realizar la tabla siguiente detallando todas las cifras necesarias para cada año:

Tabla 73
Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES					
	31.747,09	93.600,00	94.610,88	191.265,36	193.331,02	195.419,00
	Recursos propios					
	31.747,09					
	Ingresos por venta					
	-	93.600,00	94.610,88	191.265,36	193.331,02	195.419,00
B	EGRESOS OPERACIONALES					
		65.147,93	66.070,71	134.004,35	143.145,99	153.116,93
	Materia prima directa					
		2.160,00	2.182,03	4.408,58	4.453,54	4.498,97
	Mano de Obra Directa					
		6.000,00	6.061,20	12.246,05	12.370,96	12.497,14
	CIF					
		230,00	1.680,00	1.697,14	1.959,37	1.979,35
	Gastos de Administración					
		53.607,93	54.329,12	113.815,69	122.506,47	132.266,89
	Gastos de Ventas					
		3.150,00	1.818,36	1.836,91	1.855,64	1.874,57
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)					
		28.452,07	28.540,17	57.261,00	50.185,03	42.302,07
D	INGRESOS NO OPERACIONALES					
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E	EGRESOS NO OPERACIONALES					
		5.090,25	5.593,68	14.047,66	11.502,97	8.577,16
	Pago de participación de utilidades					
		2.106,31	2.314,63	5.812,82	4.759,85	3.549,17
	Pago 25% Impuesto a la Renta					
		2.983,94	3.279,05	8.234,83	6.743,12	5.027,99
F	FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)					
		5.090,25	5.593,68	14.047,66	11.502,97	8.577,16
G	FLUJO NETO GENERAL (C-F)					
	31.747,09	33.542,32	34.133,84	71.308,66	61.688,00	50.879,23
	(+) DEPRECIACIONES					
		847,93	847,93	847,93	501,30	501,30
J	FLUJO NETO DE CAJA					
	-31.747,09	34.390,25	34.981,78	72.156,59	62.189,30	51.380,53

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

5.9 Evaluación financiera

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

El valor neto es la medida de evaluación donde nos basaremos en los resultados dados por el flujo de caja permitiendo calcular si el proyecto es factible a lo largo de la vida útil, donde nos mostrará términos monetarios y beneficios del proyecto:

Tabla 74

VAN

T		-													
MAR	13,22%	VAN=	29.850,09	+	25.691,38	+	25.795,44	+	26.745,05	+	27.706,95	+	28.693,88	+	
							(1+0,1322) ¹		(1+0,1322) ²		(1+0,1322) ²		(1+0,1322) ³		(1+0,1322) ⁴
VAN															

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Para el criterio del Valor Actual neto (VAN), se define de acuerdo a la teoría de proyectos, que cuando el valor es igual a cero o positivo, el proyecto es viable, en este caso el valor es de \$63677,13, lo que determina la viabilidad.

Cálculo de TMAR**Tabla 75**

TMAR

	%	TASA DE	PROMEDIO
		RENTABILIDAD	PONDERADO
FONDOS PROPIOS	40%	25%	8,02%
FONDOS DE TERCEROS (BCO.)	60%	12%	7,20%
		TMAR	13,22%

Fuente: Análisis propio**Elaborado por:** La Autora

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Figura 27

Fórmula TIR

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

Tabla 76

Cálculo TIR

T MAR	13,22%	VAN=	-	29.850,09	+	25.691,38	+	25.795,44	+	26.745,05	+	27.706,95	+	28.693,88	+	
								(1+0,1322)^1		(1+0,1322)^2		(1+0,1322)^2		(1+0,1322)^3		(1+0,1322)^4
VAN																
																\$63.677,13

TIR=78,73%

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

Desde el criterio de evaluación de proyectos, para que el proyecto se acepte o sea factible, la TIR debe ser igual o superior a la TMAR, en este caso se cumple, por lo tanto, se acepta la viabilidad del proyecto.

Beneficio Costo

El costo beneficio es una cantidad que nos permite comparar los ingresos del proyecto, teniendo relación a la inversión.

Fórmula: $B/C = VAI / VAC \times -1$

Donde:

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 77
PAYBACK

INGRESOS PROYECTADOS	0.1322	1	2	3	4	5
		30.162,07	31.672,77	33.086,25	34.518,23	35.988,70
		1,1322	1,28187684	8	3	1
INGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS		26640,2296	24708,119	22797,0207	21006,6044	19344,1830
		4	4	8	6	9
EGRESOS PROYECTADOS	0.1322	1	2	3	4	5
		24.843,44	24.947,51	25.897,12	26.859,01	27.845,95
		1,1322	1,28187684	8	3	1
EGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS		21942,6279	19461,7079	17843,5820	16345,4714	14967,3957
		4	7	7	8	5
RELACION BENEFICIO COSTO	=	SUMATORIA DE INGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS				1,26
		SUMATORIA DE EGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS				

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al criterio del PAYBACK o relación costo / beneficio, se genera la interpretación de los valores, donde se menciona un valor de 1,26, lo que explica que por cada dólar invertido se recuperan 0,26, con ello se establece la viabilidad del proyecto en su ejecución.

Período de Recuperación

Es una medida de evaluación simple, donde la inversión del proyecto poco a poco se va recuperando a través de las utilidades que vaya dando los resultados.

Se sugiere la aplicación del siguiente indicador:

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

El resultado de esta relación se interpretará como el número de períodos en que se recupera la inversión.

Dónde:

I_0 es la inversión inicial del proyecto

F es el valor de los flujos de caja

Tabla 78

Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	-31.747,09	34.390,25	34.981,78	72.156,59	62.189,30	51.380,53
$(1+i)^n$		1,13	1,28	1,45	1,64	1,86
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	-31.747,09	-28040,18	26828,05	24103,07	43912,02	33427,19
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	-31.747,09	-59.787,27	-32.959,22	-8.856,15	35.055,87	68.483,06

Fuente: Análisis propio

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al valor obtenido, se puede inferir que la inversión se va a recuperar en un periodo de 1 año, 10 meses, estableciendo que se recupera antes de la vida útil del proyecto, siendo de esta manera el proyecto viable.

BIBLIOGRAFÍA

6. Bibliografía

- Araque Jaramillo, W. (2012). Situación actual y proyección del sector productivo con énfasis en las Mipyme y el emprendimiento. *Observatorio de la pyme UASB*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (21 de 08 de 2018). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Recuperado el 28 de 03 de 2023, de <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Baca Urbina, G. (2018). *Evaluación de proyectos 6ta ed.* México: McGraw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (1 de Febrero de 2022). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 15 de Abril de 2022, de Glosario de Significado de Indicadores y Fuentes de Información Consultadas: <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/sector-real>
- CEPAL. (12 de 2022). *Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas*. Obtenido de <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?theme=1&lang=es>
- Charles, T. (2015). *Introducción a la contabilidad financiera*. Obtenido de Novena Edición: <https://books.google.com.ec/books?id=-BJyun6IDP8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Chase, R., Aquilano, N., & Jacobs, R. (2016). *Administración de Producción y Operaciones*. Santa Fé de Bogotá: McGraw Hill.
- Chávez, L. (2018). NIIF y Tributación. *Revista de Administración tributaria CIAT / AEAT / IEF*, 6 - 25.
- CIP. (05 de 2020). *REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA NORMA DE CALIDAD AMBIENTAL Y DE DESCARGA DE EFLUENTES : RECURSO AGUA*. Obtenido de <https://www.cip.org.ec/attachments/article/1579/PROPUESTA%20ANEXO%201.pdf>
- Corporación Impactex Cia. Ltda. (9 de 6 de 2022). *Impactex empresa textil industrial*. Obtenido de <https://Corporaci%C3%B3n-Impactex-Cia-Ltda-124382642290979/>

- David, F. (2016). *La administración estratégica*. México: Pearson.
- Ecuador, Asamblea Nacional. (12 de Agosto de 2013). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones Registro Oficial 056, 12-VIII-2013*. Recuperado el Abril de 2022, de Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa: <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/6174-suplemento-al-registro-oficial-no-56>
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (01 de 01 de 2022). *Demografía y estadísticas*. Recuperado el 15 de 06 de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- EMPRENDE PYME. (01 de 2023). *Guía completa para Emprendedores y PYMES*. Obtenido de Manual práctico para crear tu empresa desde cero: <https://emprendepyme.net/>
- Expansión. (14 de 02 de 2021). *Energía y medio ambiente*. Recuperado el 01 de 06 de 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/energia-y-medio-ambiente/emisiones-co2/ecuador>
- FAO Ecuador. (11 de 2018). *Buenas prácticas ganaderas impulsan la economía de pequeños productores en Ecuador*. Recuperado el 10 de 06 de 2023, de <https://www.fao.org/inaction/agronoticias/detail/es/c/11>
- Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica. (21 de 08 de 2019). *Agricultura y los insumos orgánicos*. Obtenido de fao.org/9/ad818s/ad818s03.htm
- González, J., & Bravo, L. (2017). Historia y actualidad de productos para la piel, cosméticos y fragancias. Especialmente los derivados de las plantas. *ARS Pharmaceutica*. Recuperado el 4 de 05 de 2023, de <https://dx.doi.org/10.4321/S2340-98942017000100001>
- Guadalupe, J., Morales, X., Palacio-Fierro, A. & Morales, D., 2018. Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica. <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/935/1/10%20CICLO%20DE%20VIDA%20PYMES.pdf>
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la Investigación 6ta edición*. México D.F.: McGraw Hill.

- Honorable Gobierno de Tungurahua. (2015). Agroecología. *Revista del Honorable Gobierno de Tungurahua*.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (15 de 01 de 2023). *Vinculación laboral*.
Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/guest/preguntas-frecuentes-afiliacion#:~:text=Tener%20c%C3%A9dula%20de%20ciudadan%C3%ADa%20para,de%2018%20a%C3%B1os%20de%20edad>.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *INEC*. Obtenido de <http://inec.gob.ec/cifras/inflacion>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. (01 de 05 de 2020). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 22 de 03 de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec>
- Maximiano, C. (2018). *Administración para emprendedores-Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Pearson Education.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). Informe mensual del SECTOR PRODUCTIVO. *Boletín de cifras del SECTOR PRODUCTIVO FEBRERO 2022*. Recuperado el 09 de 06 de 2023, de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/Boletin-Cifras-Productivas-NOV2022.pdf>
- Ministerio del Trabajo del Ecuador (SUT). (15 de 01 de 2023). *Ingreso de trabajadores SUT*. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/mrl/loginContratos.xhtml>
- Naciones Unidas, Oficina del Alto Comisionado. (20 de Noviembre de 1989). Obtenido de <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/crc.aspx>
- Pons, G. (2018). Aceites vegetales, hacia una producción sostenible. *El Hombre y la Máquina*, 9 - 19. Recuperado el 11 de 05 de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/478/47843368002.pdf>
- Palacio-Fierro, A. & Mantilla, D., 2019. Gestión de Riesgos, Planeación, Dirección y Control en las PYMES: un estudio descriptivo. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.
<https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1500/1/Portada%20Gesti%c3%b3n%20de%20riesgos%20PYMES.pdf>
- Quevedo, E. (2014). Cuando la higiene se volvió pública. *Revista Facultad de Medicina Universidad Nacional de Colombia*, 52(1), 83 - 92. Recuperado el 06 de 20 de 2023, de <https://docplayer.es/25076079-Cuando-la-higiene-se-volvio-publica->

emilio-quevedo-v.html

Robins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México D.F.:

PEARSON EDUCACIÓN.

Sapag, C. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México D.F.: Pearson.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). “¿Cómo funcionarán estos niveles administrativos de planificación?”. Obtenido de

<http://www.planificacion.gob.ec/5-como-funcionaran-estos-niveles-administrativos-de-planificacion/>

Servicio de Rentas Internas. (15 de 02 de 2023). *Registro de Sociedades*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/ruc-sociedades>

The Organic Crop Improvement Association. (13 de 11 de 2019). *La agricultura*

orgánica. Obtenido de <https://www.fao.org/3/ad818s/ad818s03.htm>

Vázquez-Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo.

Investigaciones regionales, 183 - 210.

Vilchez Olivares, P. (2019). Cumplimiento normativo sobre impuesto a las ganancias

reportados por empresas bursátiles bajo NIIF. *Quipukamayoc*, 41 - 48.

Recuperado el 21 de 04 de 2023, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2218-3620202000020045200003&lng=en

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.

ENCUESTA

- 1. ¿Te gustaría comprar láminas de jabón de papel soluble que puedas llevar a todos lados y mantener tus manos limpias en todo momento?**

SI

NO

- 2. ¿Con que frecuencia comprarías las láminas de jabón?**

Diaria

semanal

Mensual

Quincenal

Nunca

- 3. Seleccione el rango de edad al que perteneces**

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

Más de 45 años

- 4. ¿Género en el cual se identifica?**

Masculino

Femenino

- 5. ¿Con que frecuencia adquiere productos como jabón en barra, liquido u otras presentaciones?**

Diaria

semanal

Mensual

Quincenal

- 6. ¿Con que frecuencias acostumbras a lavarte las manos al día?**

De 2 a 3 veces al día

De 4 a 6 veces al día

Mas de 6 veces al día

- 7. ¿Por qué medio te gustaría recibir información acerca de los beneficios, promociones y novedades del uso de las láminas de jabón?**

Instagram

