



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE DETERGENTE ENCAPSULADO PARA  
TODO TIPO DE ROPA EN LA CIUDAD DE QUITO**

---

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

**Autora**

Cintya Raquel Barzallo Clevel

**Tutor(a)**

Andrés Palacio Fierro MSc.

(QUITO) – ECUADOR

2020

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

Yo, Cintya Raquel Barzallo Clevel declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DETERGENTE ENCAPSULADO PARA TODO TIPO DE ROPA EN LA CIUDAD DE QUITO”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los.... días del mes de julio del 2020, firmo conforme:

Autora: Raquel Barzallo

Firma:



Número de Cédula: 1717638645

Dirección: Pichincha, Quito, Calderón, Barrio Redin 1

Correo Electrónico: raquel\_barzallo@outlook.com

Teléfono: 0979106709

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DETERGENTE ENCAPSULADO PARA TODO TIPO DE ROPA EN LA CIUDAD DE QUITO ” presentado por CINTRA RAQUEL BARZALLO CLEVEL, para optar por el Título Ingeniería en Administración de Empresas,

### **CERTIFICO**

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

Quito, 17 de agosto del 2020

C.I. 1706468244

.....  
“Plan de negocios para la importación y comercialización de detergente encapsulado para todo tipo de ropa en la ciudad de Quito”, Cintya Raquel Barzallo Clevel

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

Quito, 27 de julio 2020



Cintya Raquel Barzallo Clevel  
1717638645

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

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

Quito, 20 de agosto 2020

.....

Nombres completos  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Nombres completos  
VOCAL

.....

Nombres completos  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación va dedicado con mucho cariño a mis queridos padres: Ramiro Barzallo y Cristina Clevel quienes han hecho un gran sacrificio para que pueda culminar mis estudios y me han apoyado en cada momento o circunstancia difícil por la que tenido que pasar en el trayecto de mi carrera universitaria. A mis hijos: Johan Rodríguez y Benjamín Pérez que son el pilar fundamental en mi vida, quienes me empujan a seguir adelante y a superarme cada día más y a toda la familia que siempre está conmigo dándome siempre una palabra de aliento para no decaer y seguir el camino

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quiero agradecer a Dios por permitirme la vida y la salud para llegar hasta donde estoy en estos momentos, también agradezco a mis padres quienes me han apoyado no solo económicamente sino también emocionalmente cuando en ocasiones me daba por vencida siempre estuvieron para darme un abrazo una palabra de ánimos. A mis hijos por comprender cuando el cansancio se apoderaba de mí y en ocasiones no podía dedicarles el tiempo necesario; a mis maestros por impartirnos sus conocimientos sus enseñanzas de la vida, su paciencia y sabiduría a todo ellos gracias.

## INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA .....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xx
ABSTRACT .....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	1
DESCRIPCIÓN DE CAPÍTULOS.....	1
Capítulo I: Área de Marketing.....	1
Capítulo II: Área de Producción.....	1
Capítulo III: Área de Organización y Gestión.....	1
Capítulo IV: Área Legal .....	1
Capítulo V: Área Financiera.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>ÁREA DE MARKETING</b>	
1.1 Objetivos del estudio de mercado.....	3
1.2 Definición del producto y servicio .....	3
1.2.1 Especificación del producto y servicio.....	3



1.2.2 Aspectos innovadores .....	4
1.3 Definición del mercado .....	4
1.3.1 Que mercado se va a tocar en general .....	4
1.3.1.1 Identificación de los sujetos .....	4
1.3.1.2 Estudio de segmentación .....	5
1.3.1.3 Plan de muestreo.....	6
1.3.1.4 Instrumentos para recopilar la información.....	6
1.3.1.5 Diseño y recolección de información .....	8
1.3.1.6 Análisis e Interpretación .....	12
1.3.2 Demanda Potencial .....	21
1.4 Análisis del macro y micro ambiente .....	23
1.4.1 Análisis del micro ambiente .....	23
1.4.2 Análisis del macro ambiente .....	24
1.4.3 Proyección de la oferta .....	26
1.5 Demanda potencial insatisfecha .....	26
1.6 Promoción y publicidad que se realizará.....	27
1.7 Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución) .....	28
1.8 Seguimiento de clientes .....	28

## **CAPÍTULO II**

### **ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)**

2.1 Objetivos de estudio de producción .....	30
2.2 Descripción del proceso .....	30
2.2.1 Descripción del proceso de transformación del bien y servicio .....	30
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipo y personas .....	35
2.2.3 Tecnología a aplicar .....	38
2.3 Factores que afectan el plan de operaciones.....	38
2.3.1 Ritmo de producción .....	38
2.3.2 Nivel de inventario promedio.....	39
2.3.3 Número de trabajadores.....	40

2.4 Capacidad de producción .....	40
2.4.1 Capacidad de producción futura.....	40
2.5 Definición de recursos necesarios para la producción .....	41
2.5.1 Especificación de materias primas y grado que pueden presentar .....	41
2.6 Calidad.....	41
2.6.1 Método de control de calidad .....	41
2.7 Normativas y permisos que afecten a la instalación.....	43

### **CAPÍTULO III**

#### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

3.1 Objetivos del estudio de la organización y gestión .....	45
3.2 Análisis estratégico y definición de objetivos .....	45
3.2.1 Visión de la empresa .....	45
3.2.2 Misión de la empresa.....	45
3.2.3 Objetivos y Estrategias .....	46
3.3 Organización Estructural y Funcional de la empresa .....	47
3.3.1 Organigrama Estructural .....	47
3.3.2 Organigrama Funcional .....	48
3.3.3 Descripción de puestos .....	49
3.4 Control de gestión.....	58
3.4.1 Indicadores de gestión .....	58
3.5 Necesidades de personal.....	59

### **CAPÍTULO IV**

#### **ÁREA LEGAL**

4.1 Objetivos del estudio jurídico legal.....	60
4.2 Determinación de la forma jurídica.....	60
4.3 Patentes y marcas .....	60
4.4 Licencias necesarias para el funcionamiento y documentos legales (patentes, inicio de actividades, etc.) .....	61

## **CAPÍTULO V**

### **ÁREA FINANCIERA**

5.1 Objetivos del estudio financiero .....	63
5.2 Plan de inversiones .....	63
5.3 Plan de financiamiento .....	64
5.4 Cálculo de costos y gastos .....	65
5.5 Mano de obra.....	69
5.6 Depreciaciones .....	71
5.7 Cálculo de los ingresos .....	72
5.8 Estado de resultados .....	74
5.9 Punto de equilibrio .....	75
5.10 Flujo de caja .....	76
5.11 Evaluación financiera .....	78
5.11.1 Indicadores .....	78
5.11.1.1 Cálculo TMAR .....	78
5.11.1.2 Valor Actual Neto.....	78
5.11.1.3 Tasa Interna de Retorno.....	79
5.11.1.4 Beneficio Costo .....	80
5.11.1.5 Período de Recuperación .....	80
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. °1 Especificación del producto .....	3
Tabla N. °2 Categorización de los sujetos.....	4
Tabla N. °3 Dimensión conductual .....	5
Tabla N. °4 Dimensión geográfica .....	5
Tabla N. °5 Dimensión demográfica.....	5
Tabla N. °6 Cuadro de necesidades para el área de marketing .....	6
Tabla N. °7 Cuadro de necesidades para el área de producción.....	7
Tabla N. °8 Cuadro de necesidades para el área administrativa.....	7
Tabla N. °9 Cuadro de necesidades para el área legal.....	8
Tabla N. °10 Producto utilizado para el lavado de su ropa .....	12
Tabla N. °11 Tipo de detergente utilizado habitualmente .....	13
Tabla N. °12 ¿Consumiría detergente encapsulado?.....	14
Tabla N. °13 Aspectos importantes al momento de la compra .....	15
Tabla N. °14 Precio del detergente encapsulado .....	16
Tabla N. °15 Frecuencia de uso.....	17
Tabla N. °16 Lugar de la compra del detergente encapsulado .....	18
Tabla N. °17 ¿En qué presentación compraría el detergente encapsulado?.....	19
Tabla N. °18 Medios para dar a conocer el detergente encapsulado.....	20
Tabla N. °19 Demanda Potencial .....	21
Tabla N. °20 Tendencia de la demanda.....	21
Tabla N. °21 Matriz EFE.....	24
Tabla N. °22 Matriz EFI.....	25
Tabla N. °23 Análisis de factores incontrolables matriz MPC.....	25
Tabla N. °24 Proyección de la oferta .....	26
Tabla N. °25 Demanda potencial insatisfecha.....	26
Tabla N. °26 Plan de acción .....	27
Tabla N. °27 Proceso de importación.....	31

Tabla N. °28 Proceso de almacenaje .....	32
Tabla N. °29 Proceso de comercialización.....	32
Tabla N. °30 Distribución de la planta por zonas.....	36
Tabla N. °31 Descripción de muebles y equipos.....	36
Tabla N. °32 Detalle de actividades por puesto .....	37
Tabla N. °33 Tecnología a aplicar .....	38
Tabla N. °34 Ritmo de producción.....	38
Tabla N. °35 Inventario anual .....	39
Tabla N. °36 Número de trabajadores del área operativa.....	40
Tabla N. °37 Capacidad de importación futura .....	40
Tabla N. °38 Materia prima.....	41
Tabla N. °39 Proveedores.....	41
Tabla N. °40 Checklist .....	42
Tabla N. °41 Seguridad e higiene ocupacional .....	44
Tabla N. °42 Objetivos y estrategias .....	46
Tabla N. °43 Perfil profesional del Gerente General .....	49
Tabla N. °44 Perfil profesional Asistente Administrativo .....	50
Tabla N. °45 Perfil profesional Jefe de Marketing y Ventas.....	51
Tabla N. °46 Perfil profesional Jefe Compras e Importaciones .....	52
Tabla N. °47 Perfil profesional Jefe de Logística.....	53
Tabla N. °48 Perfil profesional Vendedor .....	54
Tabla N. °49 Perfil profesional Agente Aduanero .....	55
Tabla N. °50 Perfil profesional Bodeguero .....	56
Tabla N. °51 Perfil profesional Chofer .....	57
Tabla N. °52 Indicadores de Gestión.....	58
Tabla N. °53 Apertura del LUAE.....	61
Tabla N. °54 Apertura RUC .....	61
Tabla N. °55 Licencia y Requisitos de apertura .....	62

Tabla N. °56 Plan de Inversiones .....	63
Tabla N. °57 Capital de Trabajo.....	64
Tabla N. °58 Plan de Financiamiento .....	64
Tabla N. °59 Detalle de Costos .....	65
Tabla N. °60 Proyección de Costos.....	66
Tabla N. °61 Detalle de Gastos .....	67
Tabla N. °62 Proyección de Gastos.....	68
Tabla N. °63 Mano de Obra .....	69
Tabla N. °64 Rol de Provisiones .....	70
Tabla N. °65 Depreciación .....	71
Tabla N. °66 Proyección Depreciación .....	71
Tabla N. °67 Cálculo de Ingresos.....	72
Tabla N. °68 Proyección de los Ingresos .....	72
Tabla N. °69 Tabla de Amortización.....	73
Tabla N. °70 Estado de Resultados .....	74
Tabla N. °71 Flujo de Caja.....	76
Tabla N. °72 Tasa Mínima de Retorno.....	78
Tabla N. °73 Periodo de recuperación.....	80

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tabulación de la encuesta (Pregunta 1) .....	12
Gráfico 2: Tabulación de la encuesta (Pregunta 2) .....	13
Gráfico 3: Tabulación de la encuesta (Pregunta 3) .....	14
Gráfico 4: Tabulación de la encuesta (Pregunta 4) .....	15
Gráfico 5: Tabulación de la encuesta (Pregunta 5) .....	16
Gráfico 6: Tabulación de la encuesta (Pregunta 6) .....	17
Gráfico 7: Tabulación de la encuesta (Pregunta 7) .....	18
Gráfico 8: Tabulación de la encuesta (Pregunta 8) .....	19
Gráfico 9: Tabulación de la encuesta (Pregunta 9) .....	20
Gráfico 10: Tendencia de la Demanda .....	22
Gráfico 11: Matriz Fuerzas de Mercado.....	23
Gráfico 12: Matriz FODA .....	24
Gráfico 13: Canal de Distribución.....	28
Gráfico 14: Seguimiento de Clientes.....	28
Gráfico 15: Encuesta de satisfacción al consumidor.....	29
Gráfico 16: Mapa de procesos .....	33
Gráfico 17: Flujograma .....	34
Gráfico 18: Plano de instalaciones .....	35
Gráfico 19: Diagrama de Pareto .....	43
Gráfico 20: Matriz FODA .....	46
Gráfico 21: Organigrama Funcional.....	47
Gráfico 22: Organigrama Estructural .....	48
Gráfico 23: Marcas y Patentes.....	60
Gráfico 24: Punto de Equilibrio .....	75

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

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE DETERGENTE ENCAPSULADO PARA  
TODO TIPO DE ROPA EN LA CIUDAD DE QUITO”.**

**AUTOR:** Cintya Raquel Barzallo Clevel

**TUTOR:** Andrés Palacio Fierro MSc.

**RESUMEN EJECUTIVO**

En la actualidad el uso del detergente habitual no satisface todas las expectativas del consumidor ya que se desperdicia al no venir en partes correctamente dosificadas y no se sabe la cantidad necesaria que se debe utilizar, y también deja grumos en la ropa ya que no es de fácil disolución. El objetivo del presente proyecto es determinar su viabilidad de mercado y financiera. Los principales resultados obtenidos son: Mediante la encuesta realizada se determinó que el precio del producto será de 11 dólares, el personal necesario para realizar las actividades de la empresa es de 9 personas, Los tres procesos que se utilizan son importación, almacenaje y despacho de la mercadería, la inversión requerida es 51.574,96 dólares, el Valor Actual Neto es de 126.840,46 dólares y la Tasa Interna de Retorno es del 92%; en conclusión se determina que el proyecto si es rentable y viable para ponerlo en marcha.

**DESCRIPTORES:** Detergente Encapsulado, Productos de Limpieza, Comercio Exterior.



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

**THEME:**"BUSINESS PLAN FOR THE IMPORT AND MARKETING OF ENCAPSULATED DETERGENT FOR ALL TYPES OF CLOTHING IN THE CITY OF QUITO.

**AUTHOR:** Cintya Raquel Barzallo Clevel

**TUTOR:** Andrés Palacio Fierro MSc.

**ABSTRACT**

At present the use of the usual detergent does not meet all consumer expectations because it is wasted not coming in properly dosed parts and you do not know the necessary amount to use, and also leaves lumps in clothes as it's not easy to dissolve. The objective of this project is to determine its market and financial road. The main results obtained are: The survey found that the price of the product will be \$11, the staff needed to carry out the company's activities is 9 people, The three processes used are import, storage and clearance of the goods, the investment required is \$51.574, 96 the Net Current Value is \$126.840, 46 and the Internal Rate of Return is 99%; in conclusion it is determined that the project if it is profitable and feasible to launch it.

**KEYWORDS:** Encapsulated Detergent, Cleaning Products, Foreign Trade.

## INTRODUCCIÓN

El principal problema encontrado es que en el mercado ecuatoriano no existe un producto que sea 3 en 1 es decir que contenga detergente, quita manchas en un solo producto y que además venga en partes dosificadas.

La necesidad que se desea cubrir es ofrecer al cliente un detergente que también contenga suavizante y quitamanchas y que viene en cápsulas que se diluyen en el agua esto permitirá que utilizar la cantidad correcta y no evitando así el desperdicio del producto.

El presente proyecto está dividido en cinco capítulos:

**1.- Área de marketing:** En este capítulo se realizará la investigación de mercado necesaria para determinar la demanda, oferta, lugar en donde se va a promocionar y distribuir el producto, así como también la planificación y estrategias necesarias para poner en marcha el proyecto.

**2.-Área de producción:** En este capítulo se pretende determinar los procesos necesarios, así como la capacidad de producción y se describe detalladamente cual es los procesos productivos que se sigue para la importación y comercialización del producto.

**3.- Área Administrativa:** En este capítulo se determina el personal necesario para las actividades de la empresa, los indicadores de gestión y el se determinan las funciones de todo el personal de la empresa mediante el uso dl organigrama función y estructural.

**4.-Área Legal:** En este capítulo se determinan cuáles son los permisos necesarios y la forma jurídica que tomara la empresa.

**5.-Área Financiera:** En este capítulo se determina en términos financieros la viabilidad y rentabilidad del proyecto tomando con herramientas los indicadores financieros, así como también el flujo de caja y estado de resultados.

### **Objetivo General**

Determinar si la importación y comercialización del detergente encapsulado es viable y vendible en la ciudad de Quito.

## **Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación de los consumidores de un detergente encapsulado.
- ✓ Determinar los procesos de importación y comercialización del detergente encapsulado.
- ✓ Identificar las herramientas necesarias para que la gestión administrativa se de en forma efectiva.
- ✓ Determinar los trámites, y permisos necesarios para el correcto funcionamiento de la organización.
- ✓ Verificar la viabilidad del proyecto mediante el uso de indicadores financieros.

# CAPÍTULO I

## ÁREA DE MARKETING

### 1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación de los consumidores de un detergente encapsulado.

### 1.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

#### 1.2.1 Especificación del producto o servicio

El detergente a importar viene en pequeñas cápsulas recubiertas 3 en 1 que contiene detergente líquido, suavizante y quitamanchas; ver tabla N°1:

*Tabla 1: Especificación del producto*

<b>Características</b>	<b>Beneficio</b>
Está elaborado a base de detergente líquido concentrado.	No deja grumos de detergente en la ropa.
Posee tensioactivos catiónicos	Hacen que las prendas sean más fáciles de planchar y ayudan a reducir la aparición de arrugas
Viene en cantidades dosificadas.	Permite utilizar la cantidad necesaria exacta.
No necesita ser sacado de su envoltura ya que está hecha a base de plástico que se diluye con el agua.	Contribuye con la naturaleza gracias a su material biodegradable.
Su uso por cargar es de 1 o 2 cápsulas. Dependiendo la cantidad la ropa.	Rinde más que el detergente habitual

**Fuente:** Cleanrigh

**Elaborado por:** La autora

## 1.2.2 Aspectos innovadores

El detergente habitual causa muchos inconvenientes como el desperdicio ya que no viene dosificado y no se sabe la cantidad correcta, deja grumos en las lavadoras ya que no es de fácil disolución. Este producto ayudará a combatir todos estos inconvenientes gracias a las innovaciones que ofrece:

- ✓ Ofrece una solución de lavado de tres en uno: detergente, suavizante y quita manchas.
- ✓ Ya vienen dosificados con la medida exacta, no como el detergente habitual que a veces las personas utilizan más de lo necesario lo que genera desperdicio.
- ✓ No maltrata la ropa ya que contiene químicos más amigables.
- ✓ No deja residuos en la lavadora ya que el detergente líquido se diluye completamente con el agua.
- ✓ Su envoltorio de plástico protege y mantiene las propiedades y la efectividad. Los detergentes pierden efectividad en presencia de la humedad.

## 1.3 Definición del Mercado

### 1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general

Un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio" (Kotler, 2007).

#### 1.3.1.1 Identificación de los sujetos

Los sujetos o consumidor de nuestro producto tienen las siguientes características:

*Tabla 2: Categorización de los sujetos*

CATEGORÍAS	SUJETOS
¿Quién compra?	Padres de familia o jefe de hogar
¿Quién usa?	La persona encargada del lavado de ropa en el hogar
¿Quién decide?	Padres de familia o jefe de hogar
¿Quién Influye?	La persona encargada del lavado de ropa en el hogar.
¿Qué influye?	Precio, publicidad y conveniencia

Fuente: Ecuador en cifras

Elaborado por: La autora

### 1.3.1.2 Estudio de segmentación

El segmento de consumidores tiene el siguiente comportamiento conductual:

*Tabla 3: Dimensión Conductual*

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Básica
Tipo de compra	Comparativa
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Ecuador en cifras

Elaborado por: La autora

*Tabla 4: Dimensión geográfica*

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad Rural y Urbana (Cantones)	Tumbaco y La Delicia
Tamaño de la población	97.957

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

*Tabla 5: Dimensión demográfica*

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Edad	18-60	68.250
Sexo	Mujeres/Hombres	M: 36.530 H: 31.720
Socioeconómico	Clase media- media alta	46.346
Ocupación	Varias	

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

### 1.3.1.3 Plan de Muestreo

**Forma de cálculo:**

$$n = \frac{K^2 p \cdot q \times N}{e^2 (N-1) + p \cdot q k^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 46.346 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 (46.346 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 399 \text{ personas}$$

**N**= Población =46.346

**k**= coeficiente de variación =1.96

**p**=probabilidad de que compren nuestro producto = 0.5

**q**= (1-p) probabilidad de que no compren nuestro producto = 0.5

**e**= margen de error = 0.05

### 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

**Objetivo Específico 1:** Conocer la competencia directa en el sector de detergente, los beneficios del detergente encapsulado, definir estrategias de marketing, canales de distribución realizar una investigación de mercado.

**Tabla 6:** Cuadro de necesidades para el área de marketing

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
1. Competencia directa en el sector de detergentes	Primaria	Supermercados	Observación
2. Beneficios del detergente encapsulado	Secundaria	Página Web especializada	Observación
3. Estrategias de Marketing y Ventas	Secundaria	Libro Marketing Estratégico Autor: Rojer Best	Análisis
4. Canales de distribución	Secundaria	Página Web especializada	Análisis
5. Investigación del mercado	Primaria	Cuestionario	Encuesta

**Fuente:** Marketing Estratégico

**Elaborado por:** La autora

**Objetivo Específico 2:** Determinar la capacidad de producción, tipo de maquinaria necesaria, herramientas de control de calidad y medidas de salud y seguridad ocupacional.

*Tabla 7: Cuadro de necesidades para el área de producción*

<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>1. Tipo de maquinaria necesaria</b>	Secundaria	Páginas Web especializada	Análisis
<b>2. Capacidad de producción</b>	Secundaria	Libro Planificación y control de la producción Autor: Jorge Paredes	Análisis
<b>3. Necesidad del personal</b>	Secundaria	Páginas Web especializada	Análisis
<b>4. Medidas de seguridad y salud ocupacional</b>	Secundaria	Reglamento de seguridad y salud ocupacional del IESS	Análisis
<b>5. Herramientas de control de calidad</b>	Secundaria	Libro Gestión por procesos Autor: José Antonio Pérez	Análisis

**Fuente:** Gestión de procesos

**Elaborado por:** La autora

**Objetivo Específico 3:** Integrar el área administrativa; misión y visión de la empresa, organigrama y especificación de puestos e indicadores de gestión.



**Tabla 8:** Cuadro de necesidades para el área administrativa

<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>1. Perfiles laborales</b>	Secundaria	Páginas Web Especializada	Análisis
<b>2. Tipos de Organigramas</b>	Secundaria	Libro Organización de empresas Autor: Eduardo Buetto Campos	Análisis
<b>3. Indicadores de Gestión</b>	Secundaria	Libro Organización de empresas Autor: Eduardo Buetto Campos	Análisis
<b>4. Misión y visión empresarial</b>	Secundaria	Páginas Web especializada	Análisis

**Fuente:** Organización de empresas

**Elaborado por:** La autora

**Objetivo Específico 4:** Definir los trámites aduaneros necesarios para la importación, permisos de funcionamiento, requisitos para la constitución de una empresa y la normativa.

**Tabla 9:** Cuadro de necesidades para el área legal

<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
1. Trámites aduaneros	Secundaria	Aduana del Ecuador	Análisis
2. Permisos de funcionamiento	Secundaria	Superintendencia de Compañías	Análisis
3. Requisitos de constitución de una empresa	Secundaria	Página Web especializada	Análisis
4. Normativa (LUAE, RUC, Superintendencia de Compañías)	Secundaria	Página Web especializada	Análisis

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

### 1.3.1.5 Diseño y recolección de información

#### DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

##### INFORMACIÓN SECUNDARIA

- ✓ **Necesidad 1:** Información sobre el área de marketing: competencia directa en el sector de detergentes, beneficios del detergente encapsulado, estrategias de Marketing y Ventas y Canales de distribución.

**DESARROLLO** (levantamiento y análisis de la información obtenida de páginas web especializadas y libros.)

- ✓ **Necesidad 2:** Información sobre área de producción: tipo de maquinaria necesaria, herramientas de control de calidad y medidas de salud y seguridad ocupacional.

**DESARROLLO** (levantamiento y análisis de la información obtenida de páginas web especializadas y libros.)

- ✓ **Necesidad 3:** Información sobre área administrativa: misión y visión de la empresa, organigrama, y especificación de puestos e indicadores de gestión.

**DESARROLLO** (levantamiento y análisis de la información obtenida de páginas web especializadas y libros.)

- ✓ **Necesidad 4:** Información sobre área legal: trámites aduaneros necesarios para la importación, permisos de funcionamiento, requisitos para la constitución de una empresa y la normativa.

**DESARROLLO** (levantamiento y análisis de la información obtenida de páginas web especializadas y libros.)

##### INFORMACIÓN PRIMARIA

- ✓ **Necesidad 1:** Conocimiento de la demanda

**DESARROLLO** (levantamiento y análisis de la información obtenida por medio de las encuestas.)

## ENCUESTA

**Diseño de la encuesta.** - para obtener información de fuentes primarias se va a realizar la técnica de la encuesta que tiene las siguientes características:

**Población N= 46.345**

**n=muestra=399 personas**

### **Cuestionario:**

#### **Objetivo General**

Conocer las preferencias del consumidor

#### **Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar los canales de venta preferidos por el consumidor
- ✓ Determinar la factibilidad de consumo de un detergente encapsulado

## DISEÑO DE LA ENCUESTA

**Universidad Tecnológica Indoamerica**

**Facultad En Ciencias Administrativas**

"Pods to wash " es un proyecto de importación, y comercialización de detergente encapsulado. El objetivo de la presente encuesta es conocer las percepciones y preferencias de los potenciales consumidores.

### **1.- ¿Qué productos utiliza para el lavado de su ropa?**

Detergente y jabón en barra

Sólo jabón en barra

Solo detergente

### **2.- ¿Qué tipo de detergente utiliza habitualmente?**

Detergente líquido

Detergente en polvo

**3.- Si usted tuviera la oportunidad de comprar un detergente líquido encapsulado ¿Lo haría?**

Si

No



**Si su respuesta es no dar por terminada la encuesta**

**4.- ¿Qué aspectos considera importantes al momento de la compra?**

**Rendimiento:** Una sola cápsula por lavada

**Calidad:** Sus componentes dañan la ropa.

**Precio:** Precio competitivo en el mercado.

**Beneficios:** que sea 3 en 1 suavizante, detergente y quitamanchas

**5.- ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por una caja de 27 cápsulas de detergente?**

De \$10 a \$15

De \$15 a \$20

De \$20 a \$25

**6.- ¿Con qué frecuencia usted lava su ropa?**

2 a 3 veces por semana

3 a 5 veces por semana

5 a 7 veces por semana

**7.- ¿A través de que medio le gustaría adquirir el detergente encapsulado?**

Tienda Online

Local comercial

Supermercados

Otro (Especifique):

**8.- ¿En qué presentación compraría el detergente encapsulado?**

12 unidades

27 unidades

50 unidades

**9.- ¿A través de que medio le gustaría conocer el detergente encapsulado?**

Internet

Prensa

Radio

Redes sociales (Especifique):

### 1.3.1.6 Análisis e Interpretación

PREGUNTA 1: ¿Qué productos utiliza para el lavado de su ropa?

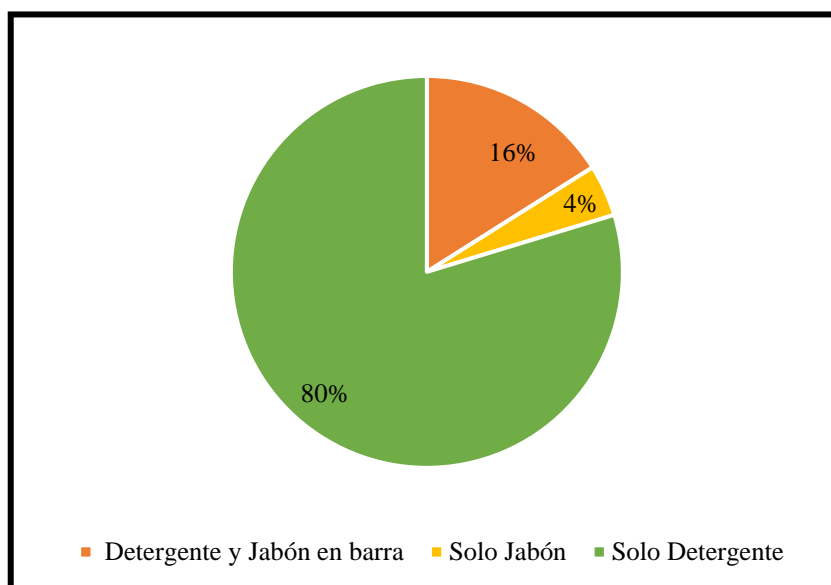
*Tabla 10: Producto utilizado para el lavado de su ropa*

Opción	Frecuencia	%
Detergente y Jabón en barra	80	19,74%
Solo Jabón	1	0,26%
Solo Detergente	318	80%
Total:	399	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

*Gráfico 1: Tabulación de la encuesta, pregunta 1*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 80% lava la ropa con detergente, seguido de los encuestados que lavan la ropa con detergente y jabón con un 16% con tan solo el 4% los encuestados informan que sólo utilizan jabón.

**Interpretación** Dentro del segmento clase media- media alta la mayoría de los encuestados utiliza sólo detergente para lavar la ropa, sin embargo, existe una

minoría que utilizan a más del detergente jabón en barra lo que es beneficioso para este proyecto.

**PREGUNTA 2:** ¿Qué tipo de detergente utiliza habitualmente?

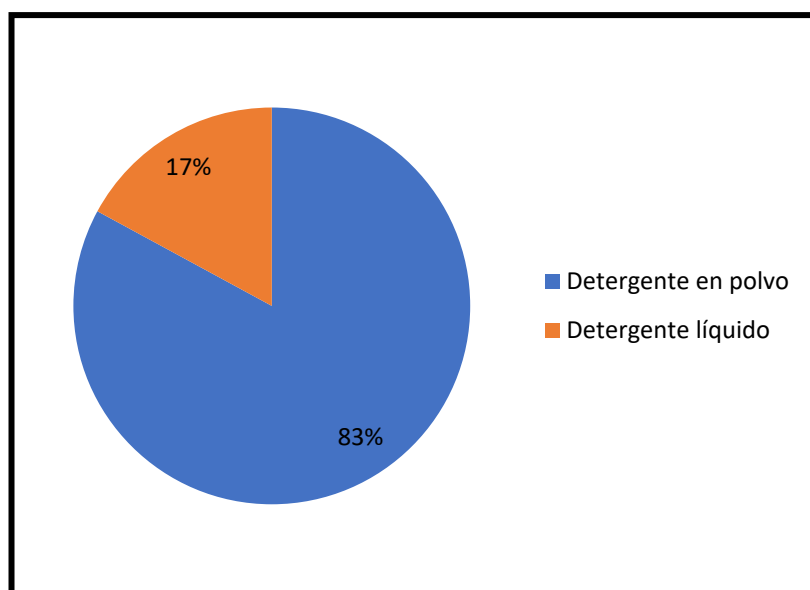
**Tabla 11:** Tipo de detergente utilizado habitualmente

Opción	Frecuencia	%
Detergente en polvo	330	83%
Detergente líquido	68	17%
Total:	398	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 2:** Tabulación de la encuesta, pregunta 2



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 83% utiliza detergente en polvo y el 17% detergente líquido

**Interpretación:** La gran mayoría de personas encuestadas utilizan detergente en polvo sin embargo hay un pequeño grupo de personas que utiliza detergente en polvo; esto indica que el detergente líquido es un mercado que no ha sido cubierto totalmente.

PREGUNTA 3: Si usted tuviera la oportunidad de comprar un detergente líquido encapsulado ¿Lo haría?

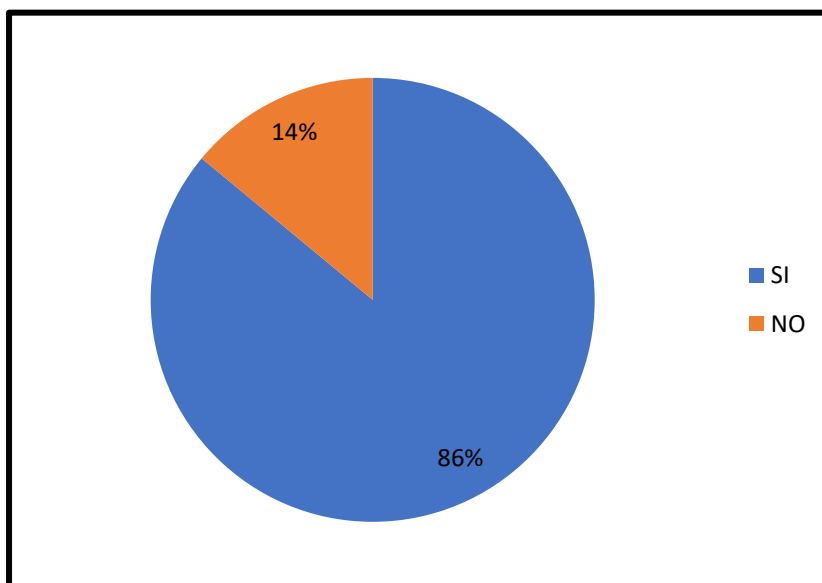
**Tabla 12:** ¿Consumiría detergente encapsulado?

Opción	Frecuencia	%
SI	343	86%
NO	56	14%
Total:	398	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 3:** Tabulación de la encuesta, pregunta 3



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 86% si estaría dispuesto a consumir detergente encapsulado y tan solo el 14 % no lo haría.

**Interpretación:** La mayoría de personas si están interesadas en adquirir el producto.



PREGUNTA 4: ¿Qué aspectos considera importantes al momento de la compra?

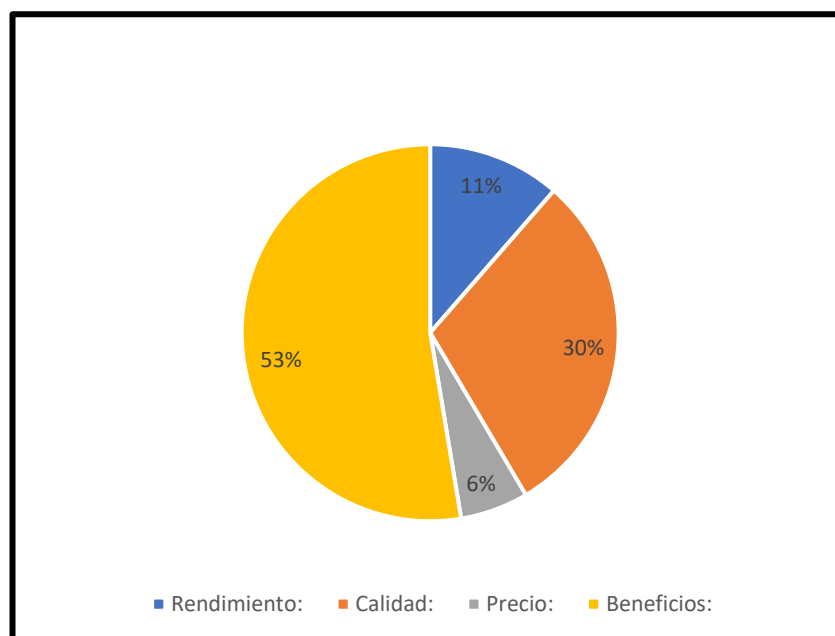
*Tabla 13: Aspectos importantes al momento de la compra*

Opción	Frecuencia	%
<b>Rendimiento:</b> Una sola cápsula por lavada	39	11%
<b>Calidad:</b> Sus componentes dañan la ropa.	103	30%
<b>Precio:</b> Precio competitivo en el mercado.	20	6%
<b>Beneficios:</b> que sea 3 en 1 suavizante, detergente y quitamanchas	180	53%
<b>Total:</b>	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

*Gráfico 4: Tabulación de la encuesta, pregunta 4*



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 30% considera la calidad, el 53% los beneficios que ofrece el producto, el 11% el rendimiento y tan sólo el 6% el precio.

**Interpretación:** La mayoría de encuestados informa que lo que más toman en cuenta al momento de comprar son los beneficios que el producto ofrece.

PREGUNTA 5: ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por una caja de 27 cápsulas de detergente?

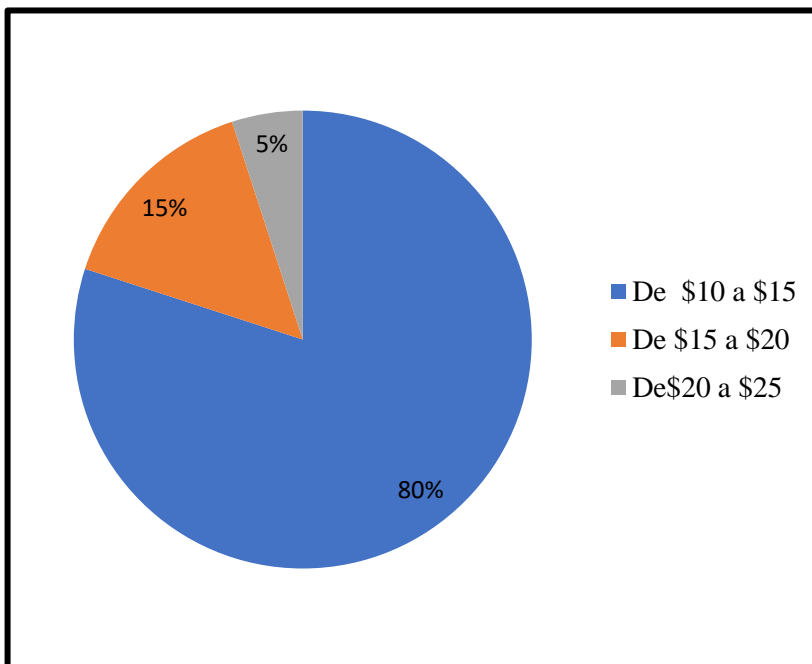
**Tabla 14:** Precio del Detergente Encapsulado

Opción	Frecuencia	%
De \$10 a \$15	274	80%
De \$15 a \$20	51	15%
De \$20 a \$25	17	5%
Total:	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 5:** Tabulación de la encuesta, pregunta 5



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 80% estaría dispuesto a pagar entre 10 y 15 dólares, el 15% de 15 a 20\$ y tan sólo el 5% de 20 a 25 dólares

**Interpretación:** El rango con mayor aceptación por parte de los encuestados es de 10 a 15 dólares por una caja de 27 cápsulas de detergente líquido.

PREGUNTA 6: ¿Con qué frecuencia usted lava su ropa?

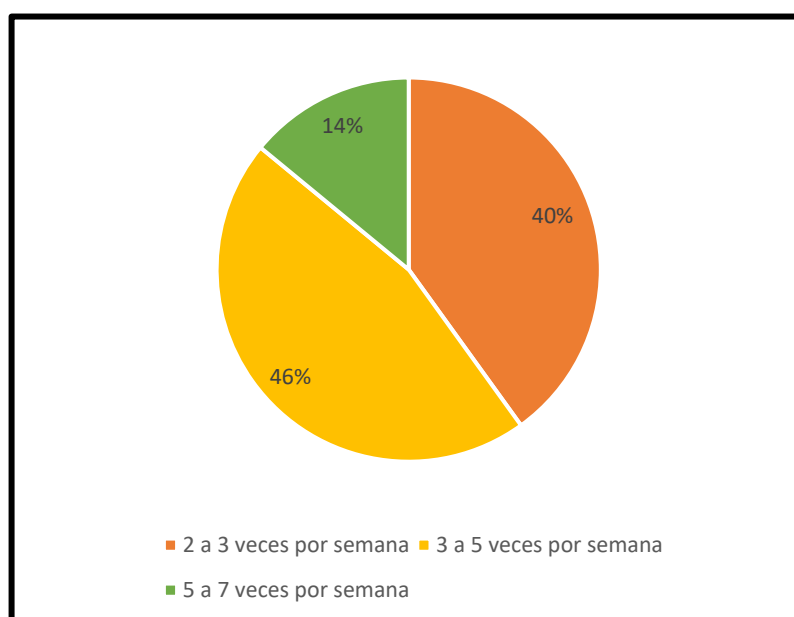
**Tabla 15:** Frecuencia de uso

Opción	Frecuencia	%
2 a 3 veces por semana	137	40%
3 a 5 veces por semana	157	46%
5 a 7 veces por semana	48	14%
Total:	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 6:** Tabulación de la encuesta, pregunta 6



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 46% lava la ropa de 3 a 5 veces por semana, el 40% de 2 a 3 veces por semana y tan solo el 14% lava la ropa de 5 a 7 veces por semana.

**Interpretación:** Con un 46% la mayoría de encuestados informa que lava la ropa de 3 a 5 veces por semanas. Esto indica que las personas encuestadas lavan 20 veces mensualmente.

PREGUNTA 7: ¿A través de que medio le gustaría adquirir el detergente encapsulado?

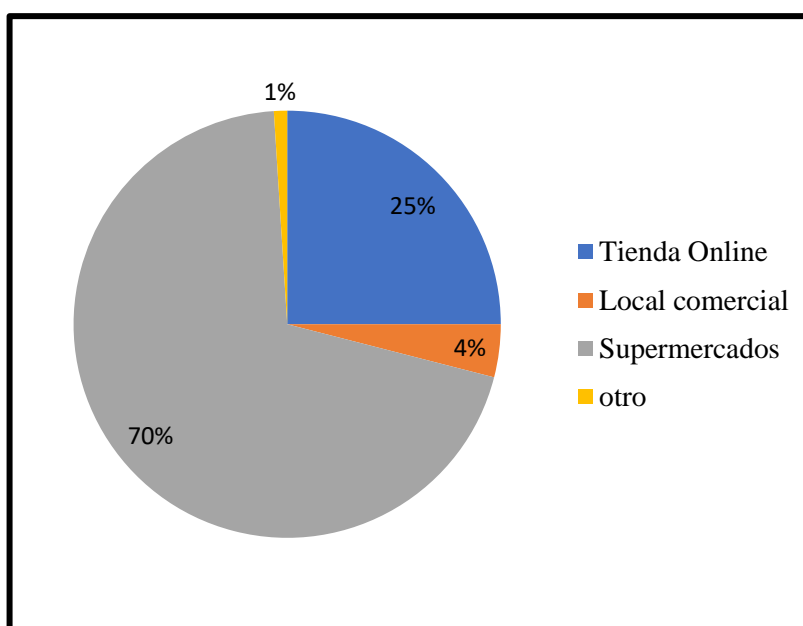
**Tabla 16:** Lugar de la compra del detergente encapsulado

Opción	Frecuencia	%
Tienda Online	86	25%
Local comercial	14	4%
Supermercados	239	70%
Otro: Tiendas	3	1%
Total:	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 7:** Tabulación de la encuesta, pregunta 7



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que 70% adquiriría el producto en supermercados, el 25% en tienda online, el 4% en local comercial y tan sólo el 1% en otro.

**Interpretación:** La mayoría de encuestados indica que desearía adquirir el producto por medio de los supermercados, por lo tanto, debe tomarse en cuenta como principal canal de venta los supermercados. En segundo lugar, con el 25% los encuestados indicaron que comprarían a través de una tienda online, lo que también se tomaría como canal de venta.

PREGUNTA 8: ¿En qué presentación compraría el detergente encapsulado?

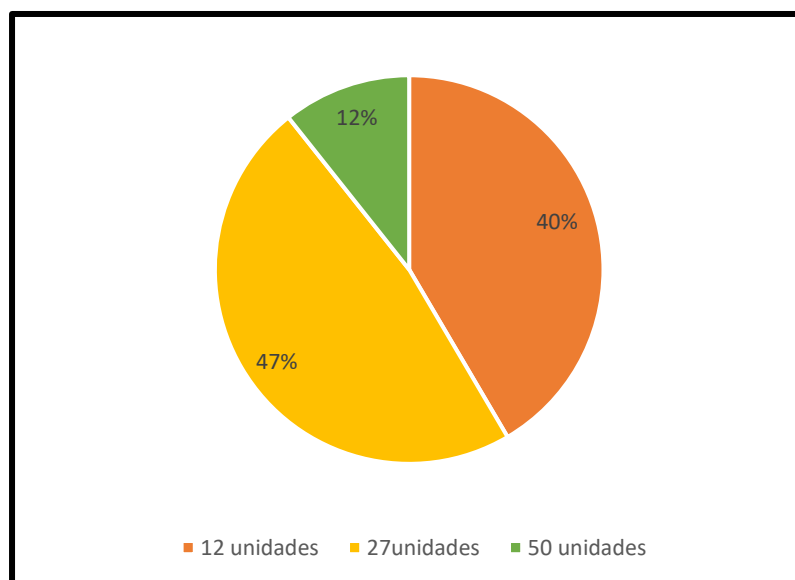
**Tabla 17:** ¿En qué presentación compraría el detergente encapsulado?

Opción	Frecuencia	%
12 unidades	140	40%
27 unidades	161	47%
50 unidades	36	12%
Total:	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 8:** Tabulación de la encuesta, pregunta 8



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 47% compraría el paquete de 27 unidades, el 40% de 12, y el 12% de 50 unidades.

**Interpretación:** Por lo que se puede concluir que con un 47% la mayoría de encuestados preferiría comprar el paquete de 27 unidades, y también con un 40% comprarían el paquete de 12 unidades.

PREGUNTA 9: ¿A través de que medio le gustaría conocer el detergente encapsulado?

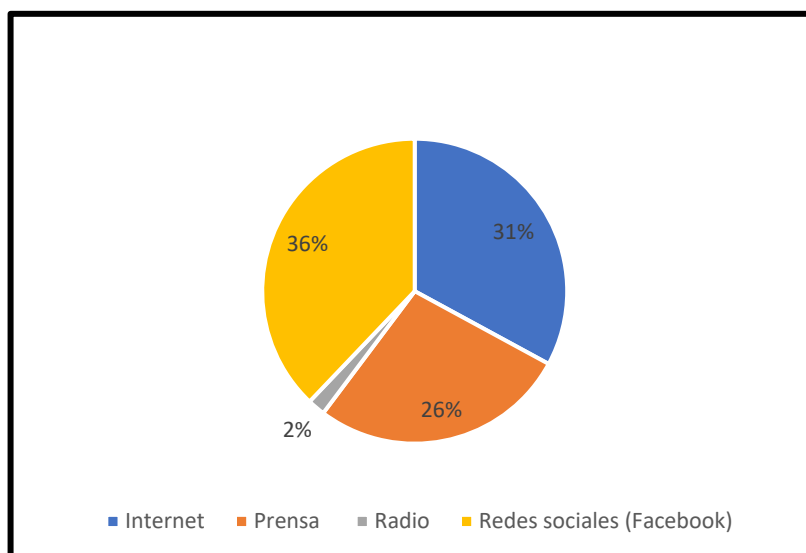
**Tabla 18:** Medios para dar a conocer el detergente encapsulado

Opción	Frecuencia	%
Internet	106	31%
Prensa	88	26%
Radio	6	2%
Redes sociales	122	36%
Total:	343	100%

**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 9:** Tabulación de la encuesta, pregunta 9



**Fuente:** La encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Análisis.** - En la tabla se observa que el 36% le gustaría conocer el producto a través de redes sociales, el 31 % por medio de internet, el 26% a través de la prensa y tan solo el 2% por medio de la radio.

**Interpretación:** La mayoría de encuestados indican que les gustaría conocer el detergente encapsulado por medio de las redes sociales.

### 1.3.2 Demanda Potencial

En base a las encuestas realizadas se obtienen los siguientes datos con los cuáles se calcula la demanda potencial; las respectivas proyecciones que empiezan a partir del año 2020 se realizan en base a la tasa de crecimiento poblacional que es del 1.5%. (INEC, 2020).

**Tabla 19:** Demanda Potencial

(A)Cantidad de familias	(B)Porcentaje Promedio de consumo	(C)Frecuencia de consumo anual de un paquete de 12 unidades	(D)Precio del paquete de 27 unidades	(A*B*C*D) Total
<b>11.587</b>	2,5	52	0,37	\$ 557.334,70
<b>11.587</b>	5	52	0,37	\$ 1.114.669,40
<b>11.587</b>	6	52	0,37	\$ 1.337.603,28
<b>Total:</b>				\$ 3.009.607,38

**Fuente:** encuesta cuantitativa

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 20:** Tendencia de la demanda

Año	Dólares
-----	---------

<b>2020</b>	\$ 3.009.607,38
<b>2021</b>	\$ 3.054.751,15
<b>2022</b>	\$ 3.100.572,38
<b>2023</b>	\$ 3.147.080,96
<b>2024</b>	\$ 3.194.287,18
<b>2025</b>	\$ 3.242.607,38
<b>2026</b>	\$ 3.290.607,38
<b>2027</b>	\$ 3.340.197,02

**Fuente:** INEC  
**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 10:** *Tendencia de la demanda*



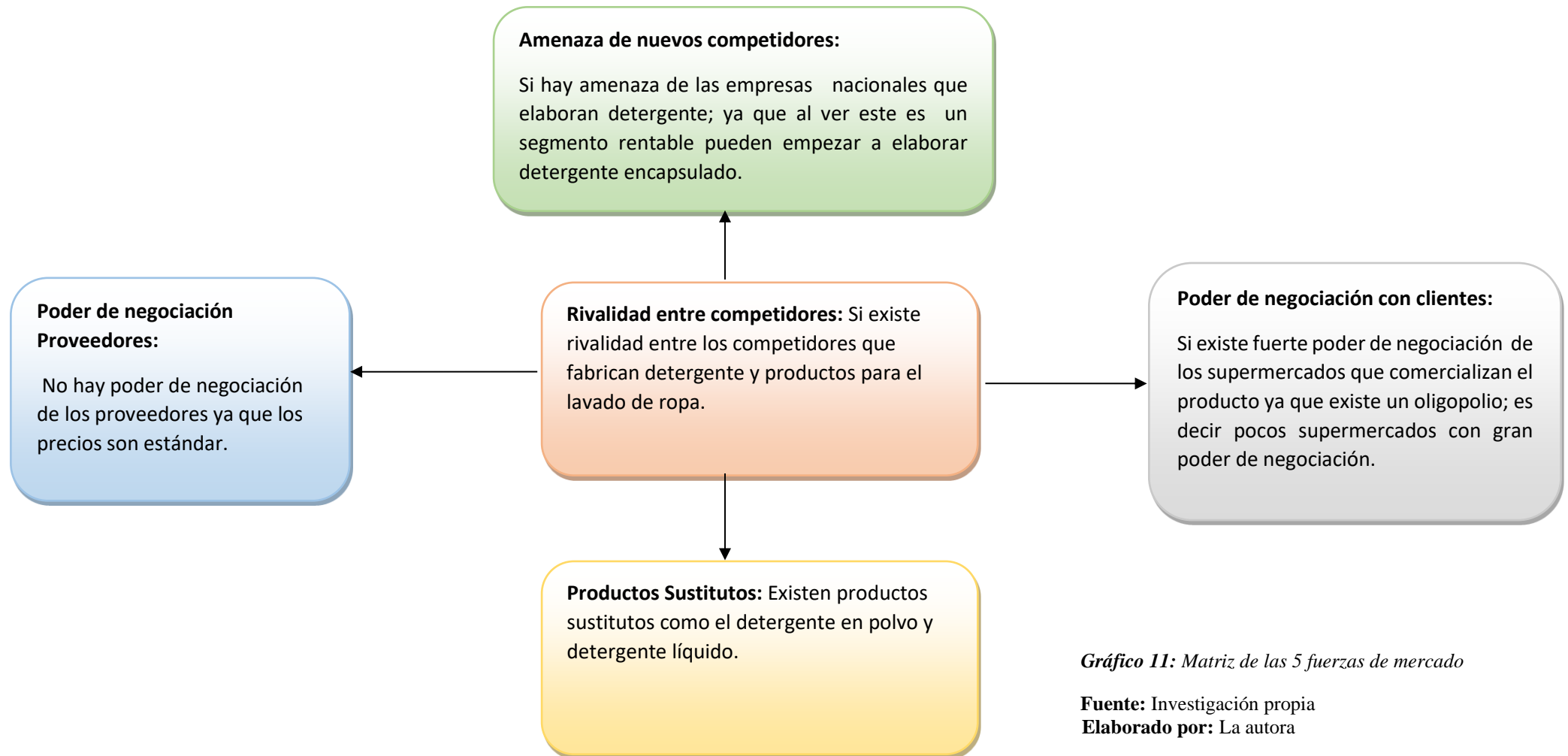
**Fuente:** Ecuador en cifras  
**Elaborado por:** La autora



## 1.4. ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

### 1.4.1. Análisis del micro ambiente

Determinación de 5 fuerzas de mercado



*Gráfico 11: Matriz de las 5 fuerzas de mercado*

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

### 1.4.2. Análisis del macro ambiente

Análisis de factores incontrolables (Matriz EFE, EFI, MPC, Plan de contingencia)

**Gráfico 12: Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca dependencia tecnológica y de maquinaria</li> <li>✓ Buena calidad del producto.</li> <li>✓ Conocimientos de importación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca experiencia en el mercado.</li> <li>✓ Falta de capital para iniciar.</li> <li>✓ Poca capacidad de acceso a créditos</li> <li>✓ Poca inversión en publicidad.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inexistencia de competencia</li> <li>✓ Tendencias favorables en el mercado en el que los consumidores buscan mayor facilidad de uso.</li> <li>✓ Nuevos y Potenciales tratados de libre Comercio con Inglaterra y Estados Unidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desconocimiento del producto en el mercado.</li> <li>✓ Ingreso de posibles competidores</li> <li>✓ Altos pagos de aranceles a productos suntuarios,</li> <li>✓ Cambio en legislación que afecte al sector</li> </ul>

**Fuente:** Administración Estratégica

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 21: Matriz EFE**

Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>Oportunidades</b>			
Inexistencia de competencia	0.15	5	0.75
Tendencias favorables en el mercado en el que los consumidores buscan mayor facilidad de uso.	0.08	4	0.32
Nuevos y Potenciales tratados de libre Comercio con Inglaterra y Estados Unidos.	0.13	2	0.26
<b>Amenazas</b>			
Desconocimiento del producto en el mercado	0.08	3	0.24
Ingreso de posibles competidores	0.12	4	0.44
Pagos altos por aranceles en productos suntuarios	0.16	5	0.80
Cambio en la legislación que afecte al sector	0.18	2	0.36
<b>Total:</b>	<b>1.00</b>		<b>4.25</b>

**Fuente:** Administración Estratégica

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 22: Matriz EFI**

Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Total, Ponderado
<b>Fortalezas</b>			
Poca dependencia tecnológica y de maquinaria	0.21	5	1.05
Buena calidad del producto	0.26	2	0.52
Conocimientos de importación	0.15	4	0.60
<b>Debilidades</b>			
Poca experiencia en el mercado	0.10	3	0.30
Falta de capital para iniciar	0.14	4	0.56
Poca capacidad de acceso a créditos	0.06	5	0.30
Poca inversión en publicidad	0.07	2	0.14
<b>Total:</b>	1.00		3.47

**Fuente:** Administración Estratégica

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 23: Análisis de factores incontrolables matriz MPC**

Factores importantes para el éxito	valor	ARIEL		MR. MÚSCULOS		WOOLITE	
		clasificación	puntaje	clasificación	puntaje	clasificación	puntaje
Publicidad	0,20	2	0,40	3	0,60	1	0,20
Calidad de los productos	0,15	4	0,60	4	0,60	3	0,45
Competitividad de los precios	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Lealtad a los clientes	0,15	4	0,60	2	0,30	1	0,15
Expansión en el mercado	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Participación en el mercado	0,20	2	0,40	3	0,60	2	0,40
<b>TOTAL</b>	1,00		3,10		3,10		1,90

**Fuente:** Ranking marketing empresarial

**Elaborado por:** La autora

### 1.4.3 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se ha realizado en base a datos históricos de la importación de detergente encapsulado en el Ecuador desde el año 2017 obteniendo así un porcentaje de crecimiento del 18% anual.

*Tabla 24: Proyección de la oferta*

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>
2017	\$35.000
2018	\$40.600
2019	\$47.096
2020	\$54.631
2021	\$63.372
<b>% de crecimiento</b>	<b>18%</b>

**Fuente:** Aduana del Ecuador

**Elaborado por:** La autora

### 1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

*Tabla 25: Demanda potencial insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>DPI /año (Demanda – Oferta)</b>	<b>DPI/ día</b>
<b>2020</b>	3.009.607,38	54.631	2.954.976,38	8.095,83
<b>2021</b>	3.054.751,15	63.372	2.991.379,15	8.195,56
<b>2022</b>	3.100.572,38	73.512	3.027.060,38	8.293,32
<b>2023</b>	3.147.080,96	85.274	3.061.806,96	8.388,51
<b>2024</b>	3.194.287,18	98.917	3.095.370,18	8.480,47

**Fuente:** Ecuador en cifras

**Elaborado por:** La autora

**Interpretación:** En la demanda potencial insatisfecha obtenida tenemos un valor inicial de \$40.151,52 dólares lo cual es un valor bastante alto debido a que es un producto nuevo que no existe en el mercado.

## 1.6. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

**Tabla 26:** Plan de acción

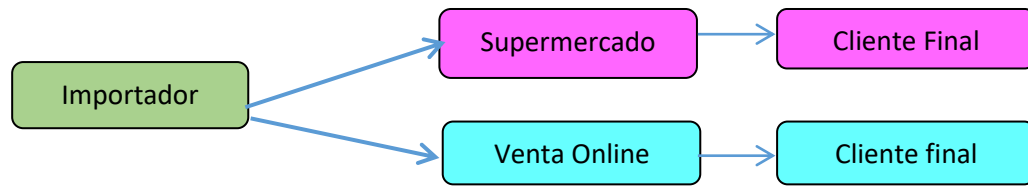
Plan De Acción Y/O Plan De Medios						
Fecha	Actividad	Período	Responsable	Presupuesto mensual	Presupuesto Anual	Acciones
10/02/2020	Creación y mantenimiento de una página web	Permanente	Dpto. De Marketing	Hosting: \$2 Dominio: \$10	\$1.440	Crear una página web en la que se muestren el producto, precio y datos de la empresa
12/4/2020	Publicidad en Redes Sociales (Facebook)	12/04/2020 12/10/2020	Dpto. De Marketing	100 al mes (1 vez al mes por 6 meses = \$ 600)	\$600	Realizar publicidad en Facebook
20/04/2020	Adwords de google y ubicación el google maps	Permanente	Dpto. De Marketing	\$110 dólares mensuales	\$1.320	Introducir el Nombre de la empresa en AdWords de Google y ubicación el Google maps
15/05/2020	Creación de un vídeo YouTube	Permanente	Dpto. De Marketing	Costo de creación: \$200 Mensualidad: \$150	\$2.400	Crear un vídeo en YouTube en el que se muestren los beneficios del detergente encapsulado y la empresa
12/06/2020	Contratación de un Community Manager	Permanente	Dpto. De Marketing	\$400 mensuales	\$4.800	
	Presupuesto necesario anual				<b>\$10.560</b>	

**Fuente:** Marketing siglo XXI

**Elaborado por:** La autora

## 1.7 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

*Gráfico 13: Canal de distribución*



**Fuente:** Marketing siglo XXI

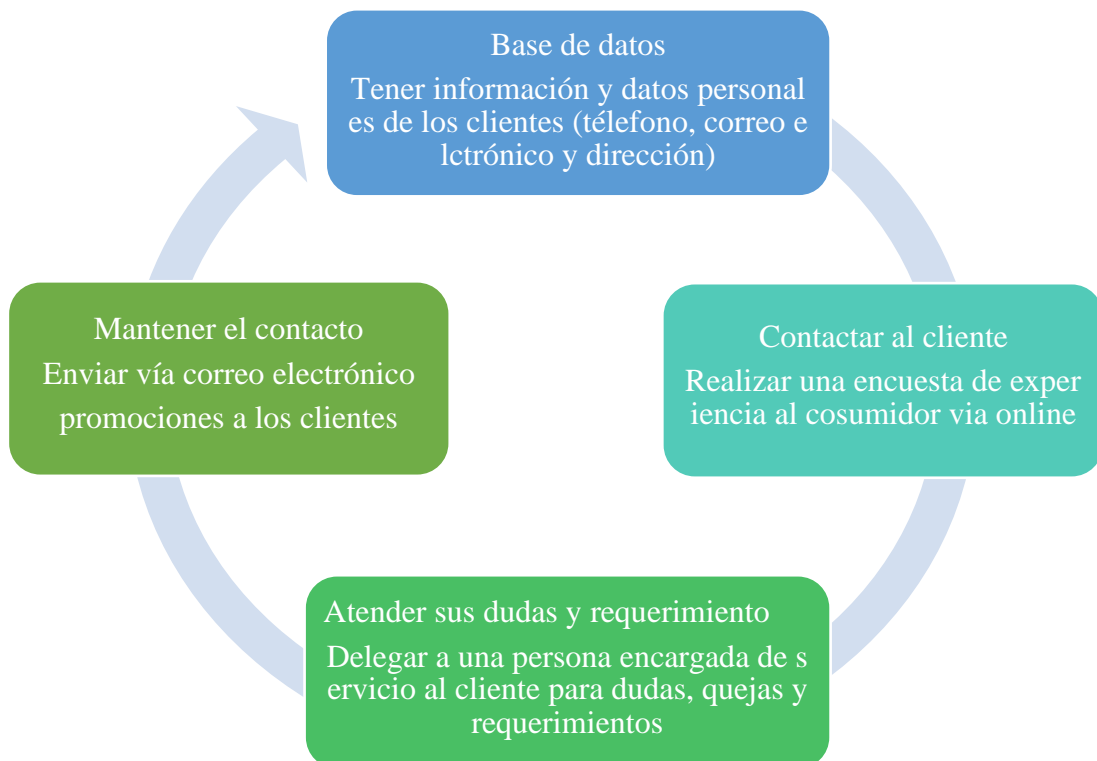
**Elaborado por:** La autora

**Interpretación:** La empresa cuenta con dos canales de distribución el primero será indirecto corto por medio de los supermercados en la cual el importador nos entrega el producto y nosotros comercializamos en el supermercado y adicional como estrategia de comercialización también se implementa la distribución del producto.

El segundo será directo a través de una tienda Online en la cual el cliente realiza el pedido por medio de la página web y el producto es entregado a domicilio.

## 1.8 Seguimiento de Clientes

*Gráfico 14: Seguimiento de clientes*



**Fuente:** Marketing siglo XXI

**Elaborado por:** La autora

## ENCUESTA DE EXPERIENCIA AL CONSUMIDOR

A continuación, se presenta un formato de encuesta al consumidor en el cual se va a medir el nivel de satisfacción del cliente en varios aspectos:

**Gráfico 15:** Encuesta de satisfacción al consumidor

### 3. Califique su nivel de satisfacción en estos aspectos.

	Muy deficiente										Excelente
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Información sobre el producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descuentos y promociones	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidad de pago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez del envío	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad del producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Fuente:** Marketing siglo XXI

**Elaborado por:** La autora

## CAPÍTULO II

### ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

#### 2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

- ✓ Determinar los procesos de importación y comercialización del detergente encapsulado.
- ✓ Calcular la capacidad de producción necesaria.
- ✓ Determinar la maquinaria y personal necesarios para el proceso productivo.

#### 2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

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

El presente proyecto está dirigido a la importación y comercialización de detergente encapsulado para todo tipo de ropa en la ciudad de Quito en el cual después de haber realizado el proceso de marketing y publicidad visto anteriormente en el capítulo uno se llevan a cabo los siguientes procesos:

##### **Importación:**

La importación se realizará desde Europa con el proveedor BlueSun con el cual se firmó un contrato en el cual el vendedor pone mercancía a disposición del comprador en sus propias instalaciones. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador (EXW) y para lo cual el vendedor subcontrata a la empresa DHL para que una vez llegada la mercadería al puerto marítimo ubicado en la ciudad de Manta esta sea trasladada a la ciudad de Quito lugar donde se encuentran ubicada la oficina y bodega de la empresa. El primer paso es realizar el pedido al proveedor y posteriormente su pago. Una vez realizado el pago del pedido al proveedor se procede a la gestión de los trámites aduaneros necesarios para el proceso de importación que puede tardar hasta 3 días, luego se procede a la cancelación del valor de los impuestos que se puede realizar vía Online y puede tardar de 1 a 2 horas y para finalizar el proceso se acuerda con el proveedor el día y la fecha en la cual se recibe el pedido. Ver tabla N° 25



**Tabla 27: Proceso de Importación**

Nombre del proceso: <b>Importación</b>				
<b>Producto:</b> Detergente encapsulado				
No.	Actividades	Equipo y maquinaria	Tiempo	Ritmo de producción
1	Realizar el pedido al proveedor	Computador	15 a 20 min.	Medio
2	Pagar Pedido	Computador	15 a 20 min.	Alto
3	Realizar y pagar trámites aduaneros	Computador	2 a 3 días	Alto

**Fuente:** Aduana del Ecuador

**Elaborado por:** La autora

### **Almacenaje:**

Una vez que la carga llegue a la bodega se procede con el proceso de almacenaje que consiste en recibir la mercadería en bodega y posteriormente clasificarla revisando el estado en el que llegaron los productos y si; esta actividad puede tardar de 30 a 60 minutos, lo siguiente es perchar a mercadería tomando en cuenta la cantidad que contiene el producto y controlando el stock a través de una tarjeta kárdex esto puede tardar de 1 a 2 horas y luego se despachan los pedidos, con esta actividad finalizaría el proceso de almacenaje. Ver tabla N° 26.

**Tabla 28: Proceso de Almacenaje**

Nombre del proceso: <b>Almacenaje</b>				
<b>Producto:</b> Detergente encapsulado				
No.	Actividades	Equipo y maquinaria	Tiempo	Ritmo de producción
1	Recibir la mercadería	montacargas	15 a 20 min.	Alto
2	Clasificar la mercadería	montacargas	15 a 20 min.	Medio
3	Perchar la mercadería	montacargas	1 a 2 horas	Alto
4	Controlar el stock de la mercadería en kárdex	computador	1 a 2 horas	Alto
5	Despachar la mercadería	montacargas	15 a 20 min.	Medio

**Fuente:** Logistweb

**Elaborado por:** La autora

### **Comercialización:**

El proceso inicia con la venta en los grandes supermercados que ofrecen el producto al consumidor final y también vía online a través de redes sociales y una página web; esta actividad tiene un tiempo estimado de duración de 1 a 2 horas, después de haber cerrado el contrato con los clientes se procede a la entrega y distribución del pedido a los clientes, el tiempo estimado de esta actividad tiene un tiempo estimado de duración de 30 a 45 minutos

Después se procede a cobrar y facturar el pedido lo que tiene un tiempo estimado de 10 a 20 minutos y con lo cual culmina el proceso de comercialización. Ver tabla N° 29.

**Tabla 29: Proceso de Comercialización**

Nombre del proceso: <b>Comercialización</b>				
<b>Producto:</b> Detergente encapsulado				
No.	Actividades	Equipo y maquinaria	Tiempo	Ritmo de producción
1	Receptar pedidos	computadora	1 a 2 horas	Alto
2	Entregar pedidos	computadora	30 a 45 min.	Medio
3	Facturar y cobrar	computadora	10 a 20 min.	Alto

**Fuente:** Ecomipedy

**Elaborado por:** La autora

### Macro proceso:

Se puede observar en la siguiente imagen que en la parte de en medio se encuentran los procesos operativos que muestran a lo que se dedica la empresa, en este caso los principales procesos son la importación, almacenaje y comercialización.

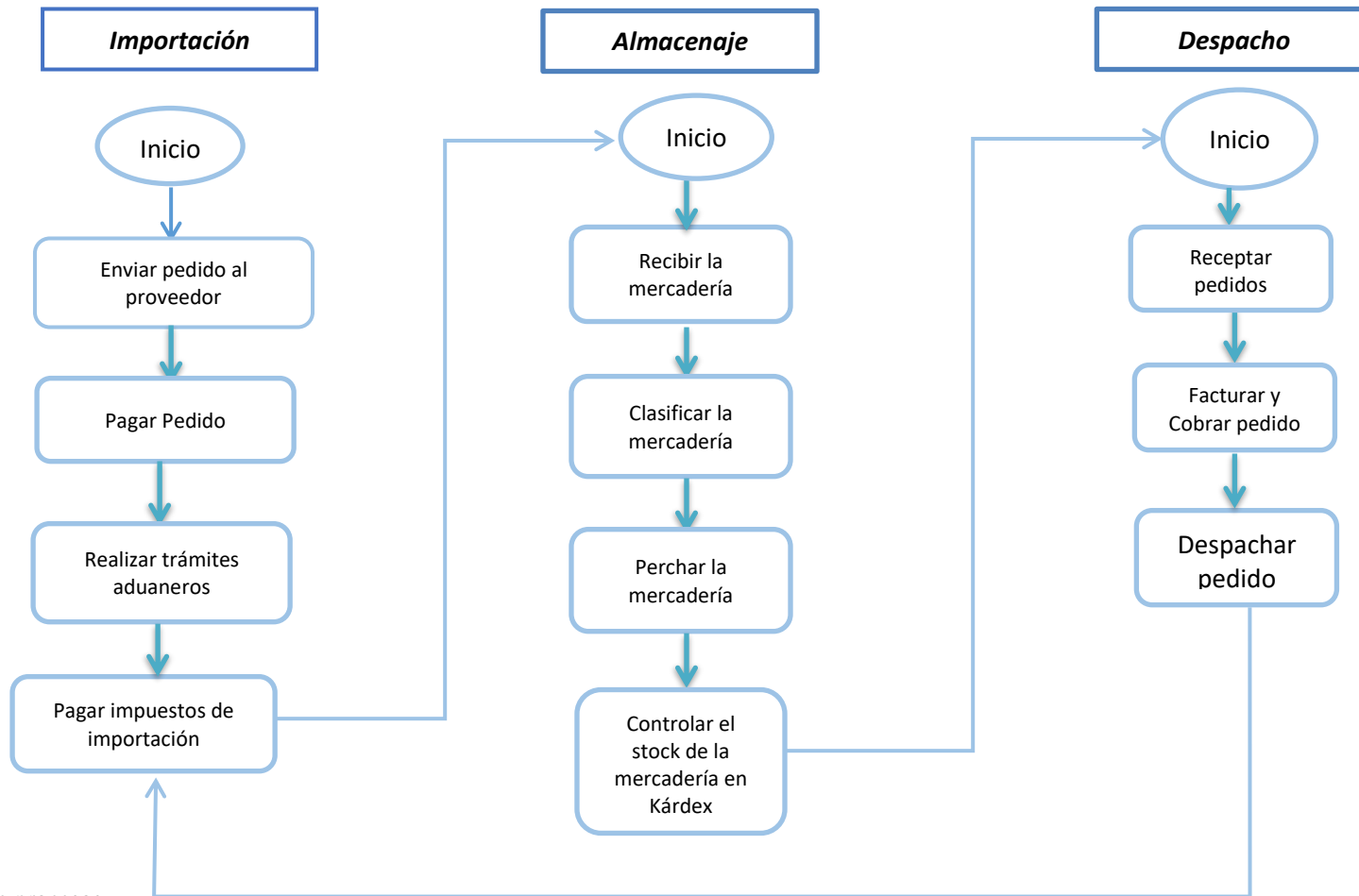
Gráfico 16: Mapa de procesos



Fuente: Gestión de procesos  
Elaborado por: La autora

En el siguiente grafico se muestra un flujo grama con la interconexión que tienen las actividades ya mencionadas en las tablas número 25,26 y 27.

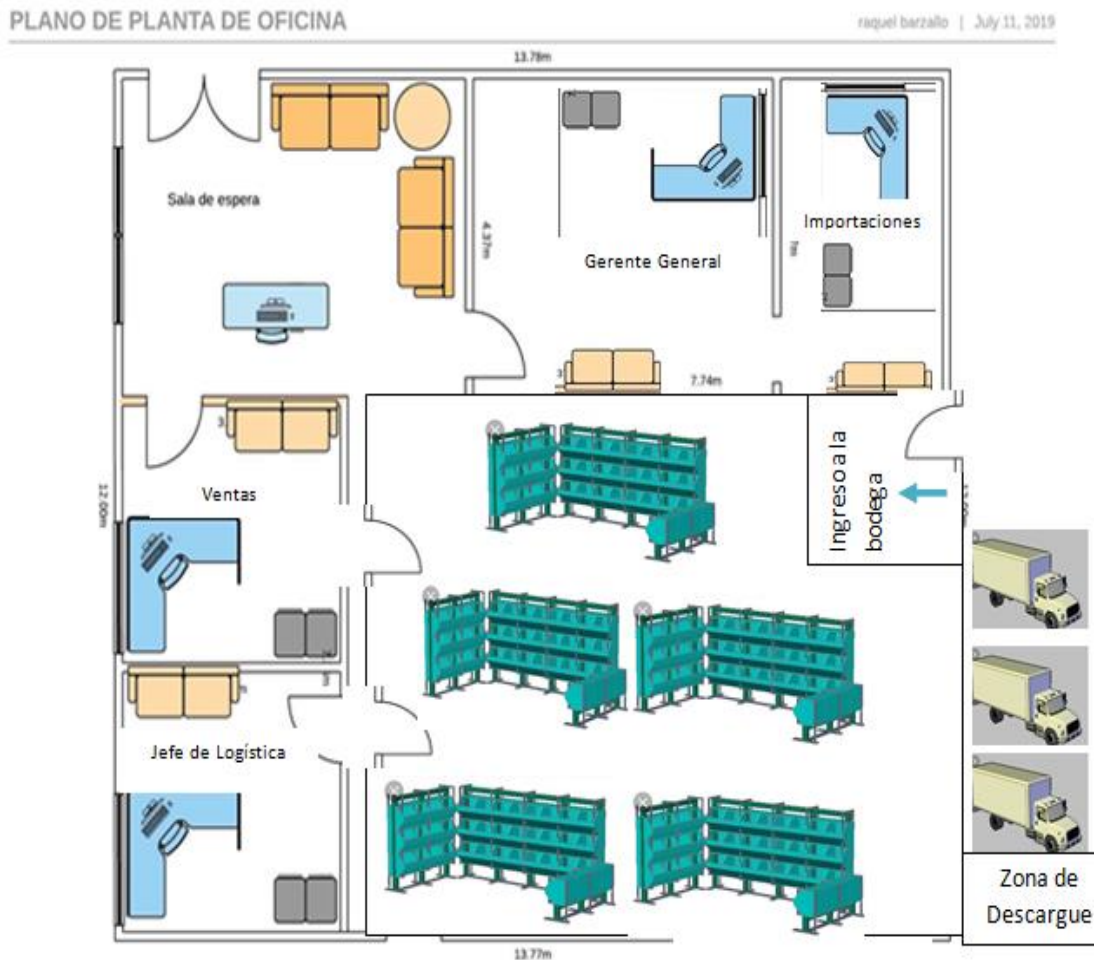
**Gráfico 17:** Flujograma



**Fuente:** Gestión de procesos  
**Elaborado por:** La autora

## 2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

*Gráfico 18: Plano de las instalaciones*



**Fuente:** Gestión de procesos

**Elaborado por:** La autora

**Interpretación:** En el plano se muestran las instalaciones que contiene al ingreso una sala de espera, 4 oficinas que son para El gerente general, el jefe de importaciones. El jefe de ventas y el jefe de logística, también se tiene una bodega que es el espacio más grande todas las instalaciones ya que se requiere de un espacio grande para poder almacenar el detergente importado mensualmente y por último se tienen la zona de descargue en donde podrán estacionarse los camiones para el embarque y desembarque del detergente encapsulado, en total la superficie requerida es de 200 m<sup>2</sup>. Las instalaciones son propiedad de uno de los accionistas por tanto no se va a pagar arriendo.

A continuación, se presentan la tabla número 28 en donde se muestra el detalle de la distribución de las instalaciones en m2 y la tabla número 29 en donde se muestra los muebles y equipos necesarios con sus respectivos precios y cantidades.

**Tabla 30:** *Distribución de la planta por zonas*

<b>ZONA</b>	<b>SUPERFICIE m2</b>
<b>Recepción</b>	28
<b>oficina Gerente General</b>	22
<b>oficina Jefe de Importaciones</b>	22
<b>oficina Jefe de Ventas</b>	22
<b>oficina Jefe de Logística</b>	22
<b>Bodega</b>	47
<b>zona de descargue</b>	37
<b>Total</b>	<b>200</b>

**Fuente:** Gestión de procesos

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 31:** *Descripción de muebles y equipos*

<b>Equipo</b>	<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	Escritorios de madera incluye cajonera y silla de oficina	5	250.00	1,250.00
Percha	Percha metálica de 6 pisos varios compartimientos	10	80.00	800.00
Sofá	Sofá mediano de cuero sintético negro.	5	250.00	1,250.00
Laptop	HP CORE 17 6 gb	5	300.00	1,500.00
Impresora	EPSON LX300	2	150.00	300.00
Teléfono Inalámbrico	Panasonic Inalámbrico	4	40.00	160.00
<b>TOTAL:</b>				<b>6,230.00</b>

**Fuente:** Gestión de procesos

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 32:** Detalle de Actividades por puesto

Puesto	Actividad	Tiempo prom. (min)	No. Personas	Horas - Hombre
Jefe de Importaciones	Realizar el pedido al proveedor	30 min	1	8 horas laborables
Jefe de Importaciones	Pagar pedido al proveedor	30 min	1	8 horas laborables
Agente aduanero	Realizar trámites aduaneros y pago de impuestos	180 min	1	4 horas laborables
Agente aduanero	Contratar Container	30 min	1	4 horas laborables
Jefe de Logística y bodeguero	Recibir la mercadería en bodega	60 min	2	8 horas laborables
Bodeguero	Clasificar la mercadería	120 min	1	8 horas laborables
Bodeguero	Perchar la mercadería	120 min	1	8 horas laborables
Jefe de logística	Controlar el stock de la mercadería en Kárdex	30 min	1	8 horas laborables
Bodeguero	Despachar la mercadería	20 min	1	8 horas laborables
Vendedor	Promocionar el detergente encapsulado	30 min	1	4 horas laborables
Vendedor	Receptar el pedido de los clientes	15 min	1	4 horas laborables
Asistente Administrativo Contable	Facturar los pedidos	5 min	1	8 horas laborables
Asistente Administrativo Contable	Cobrar los pedidos	5 min	1	8 horas laborables
Chofer Distribuidor	Entregar los pedidos	120 min	1	4 horas laborables

**Fuente:** Gestión de proceso

**Elaborado por:** La autora.

### 2.2.3 Tecnología a aplicar.

*Tabla 33: Tecnología a aplicar*

<b>TECNOLOGÍA A APLICAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Rastreo Satelital</b>	Uso de rastreo satelital para los pedidos que se van a distribuir
<b>Control de Inventarios Sistematizado</b>	Software a través de una plataforma de gestión empresarial (ERP) que automatiza los procesos logísticos e inventarios
<b>Banca virtual</b>	Banca electrónica para pago de proveedores y cobro de pedidos.

Fuente: Gestión de procesos

Elaborado por: La autora

## 2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

### 2.3.1. Ritmo de producción

*Tabla 34: Ritmo de producción*

Actividad	No. Pers.	Tiempo promedio (min)mensual	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
<b>Realizar el pedido al proveedor</b>	1	30	8	5,87
<b>Pagar pedido al proveedor</b>	1	30	8	5,87
<b>Realizar trámites aduaneros y pago de impuestos</b>	1	180	4	0,49
<b>Contratar Container</b>	1	30	4	2,93
<b>Recibir la mercadería en bodega</b>	1	60	8	2,93
<b>Clasificar la mercadería</b>	1	120	8	1,47
<b>Perchar la mercadería</b>	1	120	8	1,47
<b>Controlar el stock de la mercadería en kárdex</b>	1	30	8	5,87
<b>Despachar la mercadería</b>	1	20	8	8,80
<b>Promocionar el detergente encapsulado</b>	1	30	4	2,93
<b>Receptar el pedido de los clientes</b>	1	15	4	5,87
<b>Facturar los pedidos</b>	1	5	8	35,20
<b>Cobrar los pedidos</b>	1	5	8	35,20
<b>Entregar los pedidos</b>	1	120	4	0,73

Fuente: Gestión de procesos

Elaborado por: La autora



### 2.3.2 Nivel de inventario promedio.

El nivel de inventario promedio son 3.300 cajas de 27 unidades de detergente encapsulado tomando en cuenta que se van a importar 3.300 cajas mensualmente se aplica la fórmula de inventario promedio:

**Inv. Promedio** = Inv. Promedio Inicial + Inv. Promedio Final / 2 es decir:

$$\text{Inv. Promedio} = 3.300 + 3.330 / 2$$

$$\text{Inv. Promedio} = 3.315$$

*Tabla 35: Inventario Anual*

Mes	Inventario	Vendidas	Sobrante
Enero	3.300	3.100	200
Febrero	3.500	3.200	300
Marzo	3.600	3.100	400
Abril	3.700	3.500	200
Mayo	3.500	3.200	300
Julio	3.600	3.500	100
Agosto	3.400	3.300	100
Septiembre	3.400	3.350	50
Octubre	3.350	3.320	30
Noviembre	3.330	3.320	10
Diciembre	3.330	3.325	5

**Fuente:** Control y gestión de inventarios

**Elaborado por:** La autora

### 2.3.3 Número de trabajadores

**Tabla 36:** Número de trabajadores del área operativa

Cant.	Cargo	Actividades	Tiempo	Situación Laboral	De planta / Subcontratado
1	Jefe de Importaciones y Compras	Control de calidad de las materias primas y componente y analizar periódicamente los precios de las materias primas, componentes o materiales.	8 horas	Fijo	Planta
1	Jefe de Logística	Controla la entrada y salida de la mercadería, así como también el abastecimiento de los productos.	8 horas	Fijo	Planta
1	Agente de Importaciones	Prospección, búsqueda y negociación de/con proveedores	8 horas	Variable	Subcontratado
1	Bodeguero	Clasificación control y almacenamiento de la mercadería.	8 horas	Fijo	Planta
1	Distribuidor	Distribución del detergente encapsulado	8 horas	Variable	Subcontratado
<b>Total Empleados: 7</b>					

**Fuente:** Control y gestión de inventarios

**Elaborado por:** La autora

## 2.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

### 2.4.1 Capacidad de Importación Futura.

**Tabla 37:** Capacidad de Importación Futura.

AÑO	n (AÑOS)	PRODUCCIÓN INICIAL	%Crecimiento	i+1	(i+1) <sup>n</sup>	CAPACIDAD FUTURA
2020	0	90.000	18%	118%	1	90.000
2021	1	90.000	18%	118%	1,18	106.200
2022	2	90.000	18%	118%	1,39	125.316
2023	3	90.000	18%	118%	1,64	147.873
2024	4	90.000	18%	118%	1,94	174.502
2025	5	90.000	18%	118%	2,29	205.898

**Fuente:** Gestión por procesos

**Elaborado por:** La autora

## 2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

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

Hay que tomar en cuenta que en el grado de sustitución existen dos factores que son el producto sustituto que es el detergente en polvo y el otro es el grado de sustitución de los proveedores ya que en el caso en que el proveedor llegue a fallar o exista desacuerdo se puede cambiar de proveedor como podemos ver las tablas número 34 y 35.

*Tabla 38: Materia prima*

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	GRADO DE SUSTITUCIÓN
<b>Detergente encapsulado</b>	Alto	Detergente en polvo

**Fuente:** El economista

**Elaborado por:** La autora

*Tabla 39: Proveedores*

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDOR	PROVEEDOR ALTERNATIVO
<b>Detergente encapsulado</b>	Alto	Otros Proveedores	BlueSun	Careli y Tide

**Fuente:** El economista

**Elaborado por:** La autora

## 2.6 CALIDAD

### 2.6.1 Método de Control de Calidad.

La falta de utilización de controles, auditorías y sistemas de gestión de calidad en las empresas las vuelve vulnerables a factores internos y externos, como la globalización, lo que pudiera provocar inclusive consecuencias desastrosas como una quiebra temprana (Palacio, 2018)

Para implementar el control de calidad se van a tomar en cuenta las siguientes herramientas:

## Checklist

Es una herramienta que puede utilizarse de diferentes formas. Uno de esos usos, puede ser cumplir las exigencias de las partes evaluadas. El funcionamiento de la herramienta es simple a la par que efectivo (Perez, 2012).

A continuación, se muestra un ejemplo a utilizar en el control de la calidad:

**Tabla 40:** Checklist

Escribir conforme o no conforme con una x:

Actividades a evaluar	Cumple	No Cumple
Todas las unidades están en buen estado		
Existen algunas unidades en mal estado		
Todas las unidades en proceso de despacho se encuentran encartonadas		
Todas las unidades se encuentran con etiqueta		
Todas las unidades se encuentran registradas en Kárdex		
<b>Observaciones:</b>		

**Fuente:** ISO TOOLS

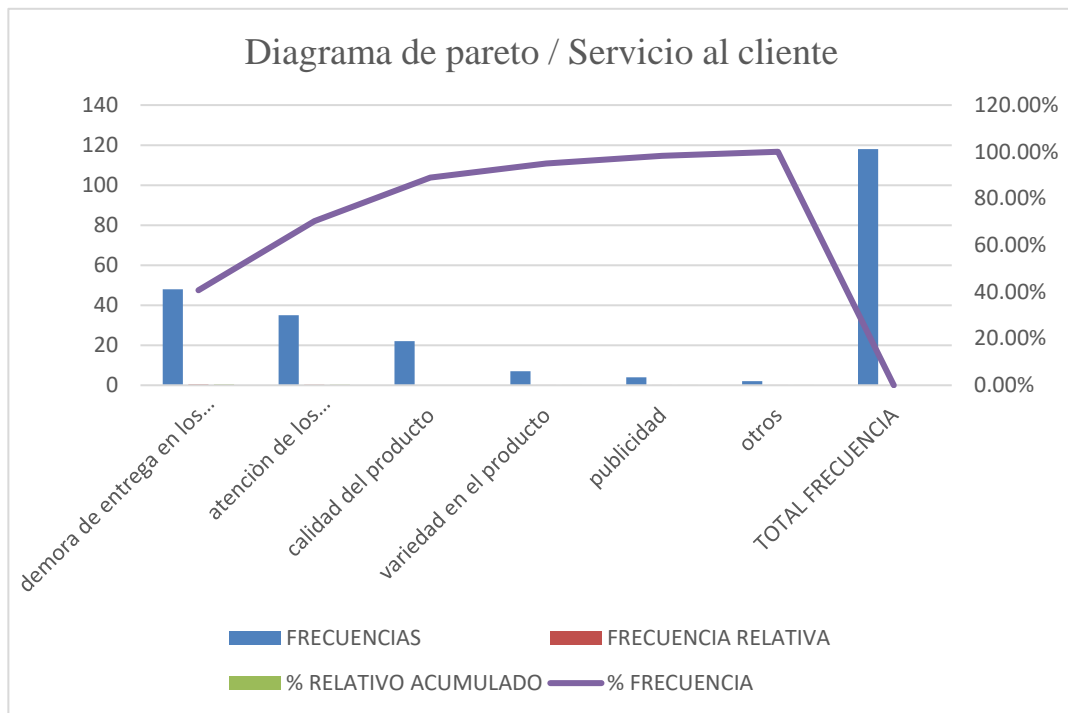
**Elaborado por:** La autora

## Diagrama de Pareto

Es una herramienta que permite identificar los problemas más importantes relacionados con la calidad (principio 80-20) (Perez, 2012).

A continuación, se muestra un ejemplo que muestra los principales problemas que se pueden presentar:

**Gráfico 19: Diagrama de Pareto**



**Fuente:** ISO TOOLS

**Elaborado por:** La autora

**Interpretación:** Se puede concluir que el mayor problema que se puede presentar en la parte de servicio al cliente es la demora en la entrega de los pedidos, el motivo es que se pueden presentar contratiempos al momento de importar el detergente.

## 2.7 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

Las normativas y permisos que se requieren son específicamente las que están implantadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social que se muestran a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla 41:** Seguridad e higiene ocupacional

Artículo que establece la normativa	Nombre	Detalle
Artículo 155	Seguro general de riesgos del trabajo	Se derivan de enfermedades profesionales u ocupacionales, y accidentes de trabajo.
<b>Resolución</b> No. C.D. 513 Artículo 2	Cobertura	Cubre toda lesión corporal y todo estado mórbido originando como consecuencia del trabajo que realiza el afiliado que afecta la capacidad del trabajador y regula las prestaciones para la reparación de los daños ocasionados.
<b>Artículo 9</b>	Factores de riesgo de las enfermedades	Se considera factores específicos que ocasiona efectos en los asegurados los siguientes: químico, físico, biológico, ergonómico y psicosocial por lo cual es recomendable utilizar la protección necesaria como casco, chaleco, guantes y fajas en el caso de levantar cargas mayores a 10 kg.
<b>Artículo 11</b>	Accidente de trabajo	Es todo suceso imprevisto y repentino que sobrevenga por causa, consecuencia ocasionado por la actividad laboral que ocasiona una lesión corporal o perturbación funcional, incapacidad o incluso la muerte por ello es necesario establecer señaléticas que en lo posible eviten estos accidentes laborales, así como también instrucciones de uso ya sea de un objeto, equipo o maquinaria.
<b>Artículo 14</b>	Parámetros técnicos para la evaluación de factores de riesgo	Se tomarán en cuenta las metodologías aceptadas y reconocidas internacionalmente por la Organización Internacional del Trabajo, OIT, la normativa nacional; o las señas en instrumentos técnicos y legales de organismos internacionales de los cuales el Ecuador sea parte.

**Fuente:** Salud y seguridad ocupacional IESS

**Elaborado por:** La autora

### CAPÍTULO III

## ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

### 3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

**Objetivo General:** Identificar las herramientas necesarias para que la gestión administrativa se de en forma efectiva.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Establecer la misión y visión de la empresa
- ✓ Implementar estrategias en base a los objetivos
- ✓ Diseñar la estructura organizacional de la empresa
- ✓ Determinar el personal necesario para desarrollar las actividades de la empresa
- ✓ Establecer los indicadores necesarios para la empresa

### 3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

#### 3.2.1 Visión de la Empresa

“Pods To Wash” en el año 2024 será reconocida en el mercado nacional por su alto nivel de calidad y por la variedad de productos con marcas líderes a nivel internacional.

#### 3.2.2 Misión de la Empresa

“Pods To Wash” es una empresa especializada en la importación y comercialización de detergente encapsulado que tiene como finalidad satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un producto innovador, de calidad y con uno de los mejores precios del mercado.

#### 3.2.3 Objetivos y estrategias

**Gráfico 20: Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca dependencia tecnológica y de maquinaria</li> <li>✓ Buena calidad del producto.</li> <li>✓ Conocimientos de importación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca experiencia en el mercado.</li> <li>✓ Falta de capital para iniciar.</li> <li>✓ Poca capacidad de acceso a créditos</li> <li>✓ Poca inversión en publicidad.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inexistencia de competencia</li> <li>✓ Tendencias favorables en el mercado en el que los consumidores buscan mayor facilidad de uso.</li> <li>✓ Nuevos y Potenciales tratados de libre Comercio con Inglaterra y Estados Unidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desconocimiento del producto en el mercado.</li> <li>✓ Ingreso de posibles competidores</li> <li>✓ Altos pagos de aranceles a productos suntuarios,</li> <li>✓ Cambio en legislación que afecte al sector</li> </ul>

**Fuente:** Administración estratégica

**Elaborado por:** La autora

**Objetivos y Estrategias**

En base a los objetivos del proyecto planteados inicialmente se implementan las estrategias mostradas en la siguiente tabla:

**Tabla 42: Objetivos y Estrategias**

Estrategia	Objetivo
<b>Marketing digital</b>	Dar a conocer el producto a ofrecer y posteriormente a ello la captación de potenciales clientes mediante el uso de herramientas informáticas y redes sociales.
<b>Marketing de guerrilla</b>	Que la campaña publicitaria genere un gran impacto a gran escala con la mínima inversión.
<b>Neuromarketing</b>	Comprender el comportamiento del consumidor en el momento de la compra. Identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

**Fuente:** Marketing estratégico

**Elaborado por:** La autora

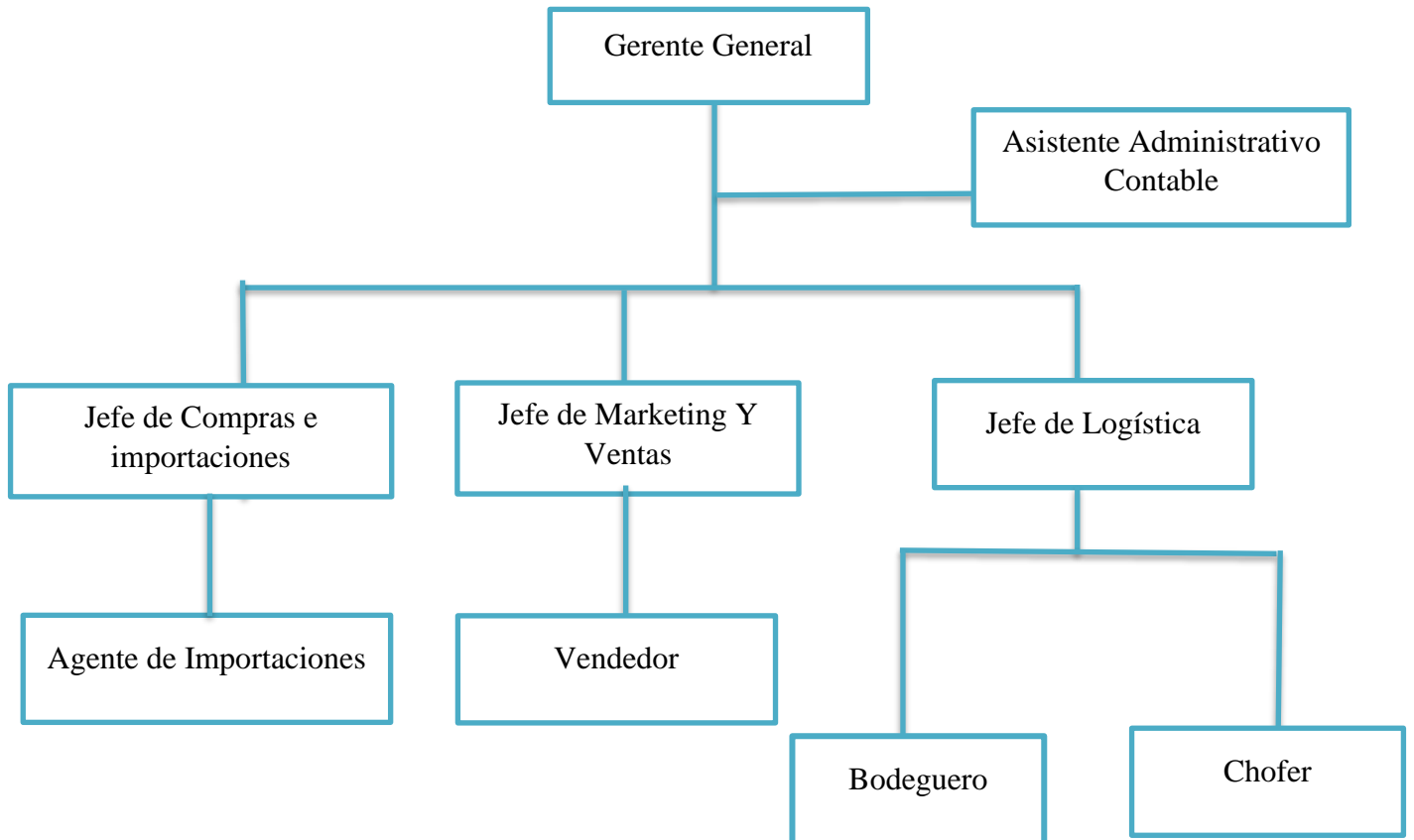


### 3.3 Organización Estructural y Funcional de la empresa

#### 3.3.1 Organigrama Estructural

##### EMPRESA “PODS TO WASH”

##### Organigrama Estructural



*Gráfico 21: Organigrama Estructural*

**Fuente:** Estructura Organizacional

**Elaborado por:** La autora

### 3.3.2 Organigrama Funcional

#### EMPRESA “PODS TOWASH”

##### Organigrama Funcional

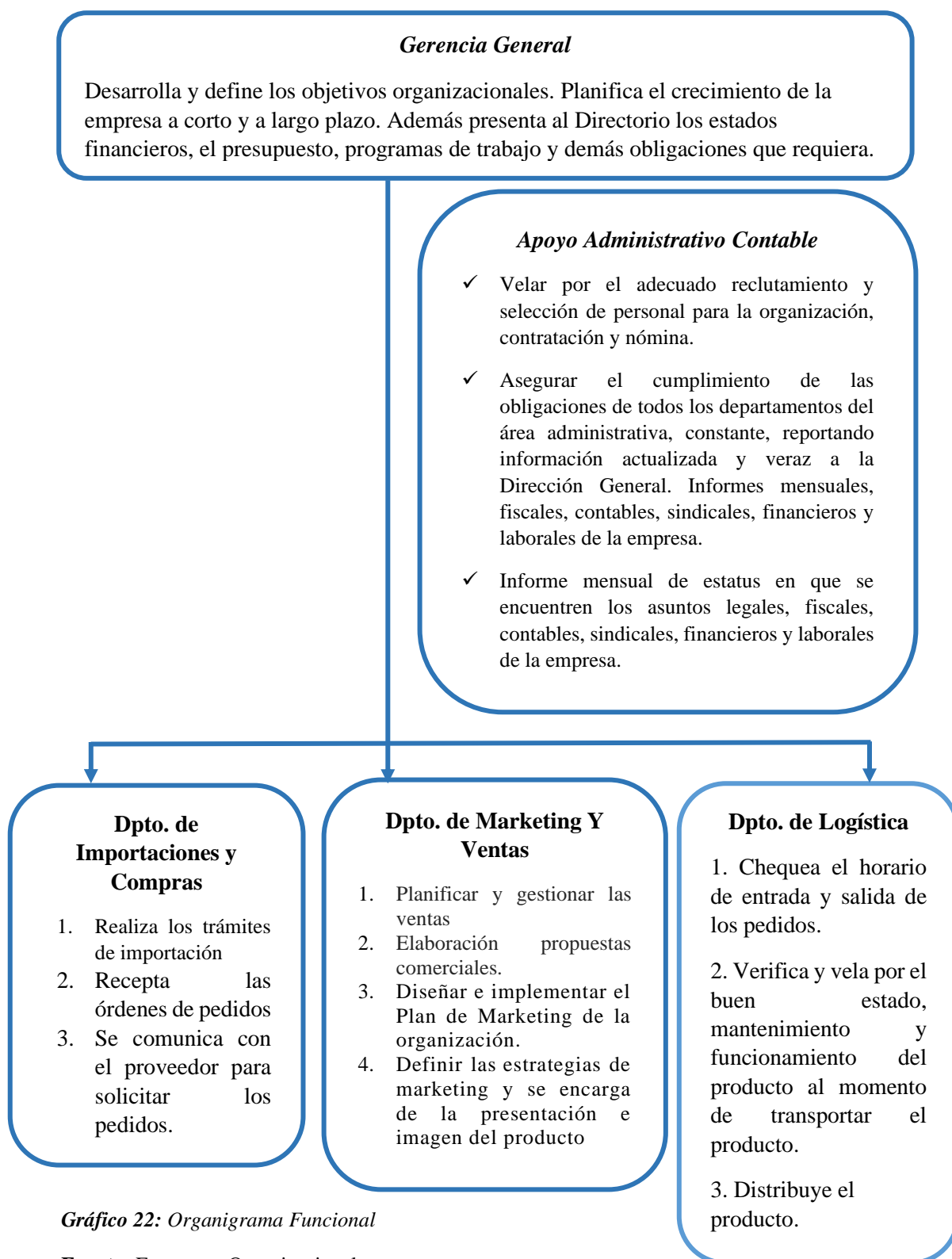


Gráfico 22: Organigrama Funcional

Fuente: Estructura Organizacional

Elaborado por: La autora

### 3.3.3 Descripción de puestos

*Tabla 43: Perfil profesional Gerente General*

<b>PUESTO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	-----
<b>SUPERVISA A</b>	<b>Dpto. Marketing y Ventas-Producción-Administrativo</b>
<p><b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b></p> <p>Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además, presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Graduado Ingeniería en Administración de Empresas o Comercial. Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.
<b>Experiencia</b>	De 4a 6 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas con el sector de alimentos.
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Visión de Negocios Orientación a Resultados</li> <li>✓ Planificación estratégica</li> <li>✓ Liderazgo y Negociación</li> <li>✓ Comunicación efectiva a todo nivel</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 44:** Perfil profesional asistente administrativo

<b>PUESTO</b>	<b>Asistente Administrativo</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>Contabilidad</b>
<p><b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la empresa.</li> <li>✓ Velar por el adecuado reclutamiento y selección de personal para la organización, contratación y nómina.</li> <li>✓ De la misma forma, asegurar el cumplimiento de las obligaciones de todos los departamentos del área administrativa, asegurando su óptimo desempeño mediante una supervisión constante, reportando información actualizada y veraz a la Dirección General.</li> <li>✓ Informe mensual de estatus en que se encuentren los asuntos legales, fiscales, contables, sindicales, financieros y laborales de la empresa.</li> </ul>	
<b>Título Profesional</b>	Graduado Ingeniería en Administración de Empresas
<b>Experiencia</b>	De 4a 6 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toma de decisiones</li> <li>✓ Planeación y Organización de Trabajo</li> <li>✓ Trabajo bajo presión</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 45:** Perfil profesional jefe de marketing y ventas

<b>PUESTO</b>	<b>Jefe de Marketing y Ventas</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>Vendedores</b>
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Definir, proponer, coordinar y ejecutar las políticas de comercialización orientadas al logro de una mayor y mejor posición en el mercado.</li> <li>✓ Organizar, supervisar y medir el desarrollo de políticas, procedimientos y objetivos de promoción y venta de los servicios que ofrece la empresa.</li> <li>✓ Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.</li> <li>✓ Definir las estrategias de marketing.</li> </ul>	
<b>Título Profesional</b>	Graduado Ingeniería en Administración de Empresas, Mercadotecnia, Marketing o Comercial
<b>Experiencia</b>	De 4a 6 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares relacionadas
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toma de decisiones</li> <li>✓ Planeación y Organización de Trabajo</li> <li>✓ Trabajo bajo presión</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 46:** Perfil profesional jefe compras e importaciones

<b>PUESTO</b>	<b>Jefe de Importaciones y compras</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>SUPERVISA A</b>	<b>Agente de Importaciones</b>
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prospección, búsqueda y negociación de/con proveedores</li> <li>✓ Control de calidad de las materias primas y componente</li> <li>✓ Analizar periódicamente los precios de las materias primas, componentes o materiales</li> <li>✓ Controlar toda la gestión documental que acompaña a cada compra</li> <li>✓ Información a tiempo real del stock de la organización</li> </ul>	
<b>Título Profesional</b>	Licenciado en comercio exterior
<b>Experiencia</b>	De 3 a 5 años
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Suficiencia en inglés</li> <li>✓ Conocimientos en el área de compras</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 47:** Perfil profesional jefe de logística

<b>PUESTO</b>	Jefe de Logística
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>SUPERVISA A</b>	-----
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<p>El Gerente de Logística y Servicios es responsable de lograr el adecuado desarrollo de las políticas de la administración de recursos materiales y abastecimiento de bienes y servicios, dentro de los estándares de calidad de los procesos y de los productos, para el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales, así como promover el cuidado del medio ambiente en las actividades, productos y servicios que desarrolla la Empresa.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Título universitario en Administración o Logística o afines.
<b>Experiencia</b>	De 3 a 5 años
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pro actividad</li> <li>✓ Toma de decisiones</li> <li>✓ Planeación y Organización de Trabajo</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 48: Perfil profesional Vendedor**

<b>PUESTO</b>	Vendedor
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Gerente General</b>
<b>SUPERVISA A</b>	-----
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<p>Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido.</p> <p>Consolidación de cartera de clientes, prospección de nuevos clientes, argumentación evidenciada de las ventas realizadas mensualmente.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Estudiante de Últimos Semestres de Publicidad y Mercadeo o carrera a afines.
<b>Experiencia</b>	1 año en cargos similares
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personalidad atrayente, muy buena presencia, fluidez verbal</li> <li>✓ Alta capacidad para relaciones inter - personales</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora



**Tabla 49: Perfil profesional Agente Aduanero**

<b>PUESTO</b>	<b>Agente Aduanero</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Jefe de importaciones y compras</b>
<b>SUPERVISA A</b>	-----
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<p>Gestionar el despacho de aduanas de la mercancía importada o exportada a cuenta de su representado. También debe asesorar a su cliente en materia de aduanas y proporcionar información actualizada sobre los cambios, tendencias y estadísticas del comercio exterior. Además, deberán recurrir las notificaciones de la Agencia Tributaria en nombre de su representado si es necesario. Encargado de la logística con transportistas, agentes navieros, almacenes, autoridades reguladoras, aduanas, bancos, aseguradoras, entre otros. En las inspecciones que se puedan requerir en la aduana debe estar presente como representante del importador o el exportador. Pagar (IVA y aranceles) en nombre del importador ante la aduana. Expedición de los certificados de origen que sean necesarios a través de los formularios específicos sobre la mercancía que cumple con las reglas de origen del tratado comercial correspondiente.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Título universitario en Comercio Exterior
<b>Experiencia</b>	De 1 año en cargos similares
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pro actividad</li> <li>✓ Toma de decisiones</li> <li>✓ Planeación y Organización de Trabajo</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 50: Perfil profesional Bodeguero**

<b>PUESTO</b>	<b>Bodeguero</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Jefe de logística</b>
<b>SUPERVISA A</b>	-----
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<p>Solicitar la adquisición de compras - con su respectiva autorización -para mantener stocks mínimos. Informar al jefe de Logística respecto a cualquier aspecto en que el proceso de almacenamiento, adquisición, entrega o recepción provenientes de cualquier proveedor o contrato no cumpla con las reglas administrativas, probidad o condición adecuada. Distribución y devolución de materiales Permitir o negar la salida de materiales o equipos de bodega, como también la entrada al área de bodega.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Título Técnico de Instituto en Logística y Distribución
<b>Experiencia</b>	1 a 2 años en cargos similares
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento en control de inventarios</li> <li>✓ Pro actividad</li> <li>✓ Capacidad para trabajar bajo presión</li> </ul>

**Fuente:** Gestiopolis

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 51: Perfil profesional chofer**

<b>PUESTO</b>	<b>Chofer</b>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Jefe de logística</b>
<b>SUPERVISA A</b>	-----
<b>DESCRPCIÓN DEL CARGO</b>	
<p>Revisar el vehículo asignado antes de salir a ruta, chequear papeles y mercancía y que toda valla en regla, enrutar los clientes. Entregar en forma y tiempo los pedidos y verificar que sean entregados correctamente a la persona o dirección indicada y buen trato al cliente y ser responsable en el trabajo.</p>	
<b>Título Profesional</b>	Licencia profesional Tipo E
<b>Experiencia</b>	2 a 5 años en cargos similares
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Disposición para transportar la mercadería a la hora indicada.</li> <li>✓ Conocimientos de mecaniza en casos de emergencia.</li> <li>✓ Capacidad para trabajar bajo presión</li> </ul>

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

### 3.4 CONTROL DE GESTIÓN

#### 3.4.1 INDICADORES DE GESTIÓN

Un indicador es un instrumento que nos provee evidencia cuantitativa acerca una determinada condición existente, o si ciertos resultados han sido logrados o no. Si no han sido logrados permite evaluar el progreso realizado. (Pérez, 2010)

**Tabla 52:** Indicadores de gestión

LOGO DE LA EMPRESA				INDICADORES						
				Realizado por:	Analista Sr. de Procesos		Revisión:	1	Página:	1 de 1
Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable	
1	Objetivos	270115	Indicador de Eficacia	Objetivos cumplidos	Número de objetivos cumplidos / número de objetivos planteados	porcentaje	mensual	90%	Checl List	Gerente General
2	Ventas	27016	Indicador de Eficiencia	Ventas Efectuadas	Número de unidades vendidas/ Número de unidades presupuestadas	dólares	mensual	90%	Balance Score Card	Jefe de Ventas
3	Logística	27018	Indicador de Eficiencia	Pedidos entregados	Número de pedidos entregados / Total de pedidos	porcentaje	mensual	90%	Checl List	Jefe de Importaciones
4	Control de Calidad	27019	Indicador de calidad	Unidades en buen estado	unidades defectuosas/ total de unidades importadas	porcentaje	mensual	90%	Pareto	Jefe de Importaciones

**Fuente:** Gestipolis

**Elaborado por:** La autora

### **3.5 NECESIDADES DE PERSONAL**

#### **NECESIDADES DE PERSONAL**

La empresa iniciará sus operaciones con un total de 9 empleados; inicialmente el Gerente General será el encargado también del área financiera. A futuro se prevé implementar el área de Recursos Humanos con Jefe y un asistente y el área financiera de igual manera con un jefe y un asistente teniendo así un incremento 4 personas en total

## CAPITULO IV

### AREA JURIDICO LEGAL

#### 4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

- ✓ Determinar la forma jurídica de la empresa, así como
- ✓ Determinar los trámites, y permisos necesarios para el correcto funcionamiento de la organización.

#### 4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA


Se determina a la empresa “PODS TOWASH” como una sociedad anónima ya que tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles (socios). Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo y con una capital inicial mayor a \$800. (Elio, 2017).

#### 4.3 PATENTES Y MARCAS

En este caso lo que se va a registrar es la marca “POODS TO WASH” con su respectivo logotipo, en la actualidad este trámite se lo puede realizar vía online y la entidad encargada de realizar este trámite es la SENADI a continuación se muestran los pasos a seguir para el registro de la marca:

##### *Gráfico 23: Marcas y Patentes*

<b>1</b>	Ingresar al sitio web <a href="https://www.derechosintelectuales.gob.ec/">https://www.derechosintelectuales.gob.ec/</a>
<b>2</b>	Ir a la opción Senadi en línea.
<b>3</b>	Crear una cuenta en el casillero virtual.
<b>4</b>	Llenar la solicitud de registro con datos personales y de la compañía.
<b>5</b>	Adjuntar el logo, eslogan y otros requerimientos como descripción de la gráfica.
<b>6</b>	Luego, se genera un comprobante de pago de \$ 208.
<b>7</b>	Después, la solicitud pasa a un examen de forma que verifica el cumplimiento de los requisitos.
<b>8</b>	La solicitud de la marca se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial para que terceros, que se sientan afectados, presenten oposición.
<b>9</b>	En caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad, que resuelve aceptar o rechazar la marca.
<b>10</b>	Se emite el título de registro de marca cuando es aceptada.



**Fuente:** LexPro Ecuador  
**Elaborado por:** La autora

#### 4.4 LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES, INICIO DE ACTIVIDADES, ETC.).

**Tabla 53:** Apertura del LUAE

Licencia	Requisito
Licencia única de actividades económicas (LUAE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Formulario de Solicitud LUAE</li> <li>✓ Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística</li> <li>✓ Copia de RUC</li> <li>✓ Copia de cédula del representante legal</li> <li>✓ Copia de papeleta de votación vigente del representante legal</li> <li>✓ Copia del nombramiento del representante legal</li> <li>✓ Autorización del dueño si el local es arrendado</li> <li>✓ Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones</li> <li>✓ Acceda al link: <a href="#">Portal de Servicios Ciudadanos</a></li> </ul>

**Fuente:** Municipio de Quito

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 54:** Apertura RUC

Licencia	Requisito
RUC (Registro Único del Contribuyente)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llenar Formulario 01A y 01B</li> <li>✓ Presentar Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención</li> <li>✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención</li> <li>✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención</li> <li>✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo</li> </ul>

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas (SRI)

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 55: Licencia y requisitos de apertura**

Licencia	Requisito
<b>Superintendencia de Compañías</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Registrar un usuario en el link</li> <li>✓ <a href="https://appscvs.superacias.gob.ec/registroUsuario/registroUsuario.zul">https://appscvs.superacias.gob.ec/registroUsuario/registroUsuario.zul</a>.</li> <li>✓ Llenar el formulario para la constitución de una nueva compañía que incluye el nombre comercial, dirección y actividades de la compañía.</li> <li>✓ Subir las cédulas de los socios accionistas</li> <li>✓ Cancelar los valores notariales y elegir la notaria donde continuará con el trámite.</li> <li>✓ Una vez obtenido el certificado, deberás abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa que vas a constituir e ingresar el capital mínimo inicial.</li> <li>✓ Los socios deberán redactar los Estatutos Sociales, es decir, el conjunto de normas que regirán la empresa y que se incorporarán a la escritura pública de la constitución. Normalmente, se recomienda delegar esta tarea en un abogado o encargarlo directamente a la notaría, dada su complejidad.</li> <li>✓ La firma de la escritura pública de la constitución de la sociedad por parte de los socios se realiza ante notario, conlleva un pequeño coste, generalmente un porcentaje sobre el capital escriturado y para la que es necesario aportar:             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Estatutos Sociales de la sociedad.</li> <li>o Certificación de la superintendencia de compañías.</li> <li>o Certificación bancaria de la aportación dineraria al capital social.</li> </ul> </li> <li>✓ C.I. original de cada uno de los socios fundadores.</li> </ul>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** La autora

## CAPÍTULO V



## ÁREA FINANCIERA

### 5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

Verificar la viabilidad del proyecto mediante el uso de indicadores financieros.

### 5.2 PLAN DE INVERSIONES

*Tabla 56: Plan de Inversiones*

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR	
		UNITARIO	TOTAL
<b>Instalaciones y Remodelaciones</b>			
5	Instalaciones Eléctricas	\$ 40,00	\$ 200,00
<b>Muebles y Enseres</b>			
5	Escritorios	\$ 250,00	\$ 1.250,00
10	Perchas	\$ 40,00	\$ 400,00
5	Sofá	\$ 250,00	\$ 1.250,00
<b>Equipo de Computación</b>			
5	Laptop	\$ 300,00	\$ 1.200,00
2	Impresora Epson	\$ 150,00	\$ 300,00
<b>Equipos de Oficina</b>			
4	Calculadora	\$ 3,80	\$ 15,20
4	Perforadora	\$ 2,60	\$ 10,40
4	Grapadora	\$ 2,60	\$ 10,40
2	Data Fast	\$ 700,00	\$ 1.400,00
4	Teléfono Inalámbrico	\$ 40,00	\$ 160,00
1.500	<b>Inventario Detergente Encapsulado</b>	\$ 3,60	\$ 3.900,00
<b>Vehículos</b>			
1	Camión 3.5 toneladas	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
	<b>Costos de Constitución</b>	\$ 600,00	\$ 600,00
	<b>Capital de trabajo (3 meses)</b>		\$ 23.478,96
<b>Total:</b>		\$ 19.413,60	\$ 51.574,96

**Elaborado por:** La autora

*Tabla 57: Capital de Trabajo*

Descripción	Valor Mensual	Valor en 3 meses
Sueldos y Salarios	\$ 6.736,32	\$ 20.208,96
Servicios Básicos	\$ 210,00	\$ 630,00
Publicidad	\$ 880,00	\$ 2.640,00
<b>Total</b>	<b>\$ 7.826,32</b>	<b>\$ 23.478,96</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

*Tabla 58: Plan de Financiamiento*

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
<b>Recursos Propios</b>	<b>\$ 28.881,98</b>		56%
Efectivo	\$ 10.314,99	20%	
Bienes	\$ 18.566,99	36%	
<b>Recursos de terceros</b>	<b>\$ 22.692,98</b>		
Préstamo privado			
Préstamo bancario	\$ 22.692,98	44%	44%
<b>T O T A L</b>	<b>\$ 51.574,96</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

### 5.4 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

*Tabla 59: Detalle de Costos*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Costo de adquisición</b>			<b>\$ 7,44</b>	<b>\$ 24.550,00</b>	<b>\$ 294.600,00</b>
Mercadería	cajas	3.300	\$ 6,50	\$ 21.450,00	\$ 257.400,00
Trámites de Aduana e Impuestos de aportación	trámite	1	\$ 0,76	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Transporte de la mercadería (incluye combustible y mantenimiento)	viaje	1	\$ 0,18	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Mano de obra</b>			<b>\$ 0,34</b>	<b>\$ 1.135,92</b>	<b>\$ 13.631,04</b>
<b>Sueldos y Salarios</b>					
Bodeguero				\$ 567,96	\$ 6.815,52
Chofer				\$ 567,96	\$ 6.815,52
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			<b>\$ 0,06</b>	<b>\$ 210,00</b>	<b>\$ 2.520,00</b>
Servicios Básicos				\$ 210,00	\$ 2.520,00
<b>Depreciaciones</b>			<b>\$ 0,07</b>	<b>\$ 245,25</b>	<b>\$ 2.943,00</b>
Dep. muebles y enseres				\$ 12,08	\$ 145,00
Dep Vehículo				\$ 212,50	\$ 2.550,00
Dep. equipos de computación				\$ 20,67	\$ 248,00
<b>Total</b>			<b>\$ 7,92</b>	<b>\$ 26.141,17</b>	<b>\$313.694,04</b>

**Elaborado por:** La autora

a) Proyección de Costos

*Tabla 60: Proyección de Costos*

Descripción del producto	Costo mensual	Costo Anual		Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
		Fijo	Variable					
<b>Costo de adquisición</b>								
Mercadería	\$ 21.450,00		\$257.400,00	\$257.400,00	\$303.732,00	\$358.403,76	\$422.916,44	\$499.041,40
Trámites de Aduana e Impuestos de aportación	\$ 2.500,00		\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 35.400,00	\$ 41.772,00	\$ 49.290,96	\$ 58.163,33
Transporte de la mercadería de puerto a la bodega	\$ 600,00		\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 8.496,00	\$ 10.025,28	\$ 11.829,83	\$ 13.959,20
<b>Mano de obra</b>								
Sueldo y Salarios	\$ 1.135,92	\$13.631,04		\$ 13.631,04	\$ 13.654,21	\$ 13.677,42	\$ 13.700,68	\$ 13.723,97
<b>Costos indirectos de fabricación</b>								
Servicios Básicos	\$ 210,00	\$2.520,00		\$ 2.520,00	\$ 2.524,28	\$ 2.528,58	\$ 2.532,87	\$ 2.537,18
Depreciaciones	\$ 245,25	\$2.943,00		\$ 2.943,00	\$ 2.948,00	\$ 2.953,01	\$ 2.958,03	\$ 2.963,06
<b>Total</b>	<b>\$ 26.471,17</b>	<b>\$16.151,04</b>	<b>\$301.503,00</b>	<b>\$313.694,04</b>	<b>\$366.754,50</b>	<b>\$429.360,05</b>	<b>\$ 503.228,81</b>	<b>\$590.388,14</b>

Elaborado por: La autora

*Tabla 61: Detalle de Gastos*

**b) Detalle de Gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 4.130,45</b>	<b>\$ 49.565,36</b>
<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>\$ 4.085,78</b>	<b>\$ 49.029,36</b>
Gerente General	\$ 945,20	\$ 11.342,40
Jefe de Logística	\$ 924,37	\$ 11.092,44
Jefe de importaciones y compras	\$ 924,37	\$ 11.092,44
Agente de Importaciones	\$ 590,23	\$ 7.082,76
Asistente Administrativo - Contable	\$ 701,61	\$ 8.419,32
<b>Depreciaciones</b>	<b>\$ 32,67</b>	<b>\$ 392,00</b>
Dep. equipos computación	\$ 20,58	\$ 247,00
Dep. muebles y enseres	\$ 12,08	\$ 145,00
<b>Suministros de Oficina</b>	<b>\$ 12,00</b>	<b>\$ 144,00</b>
Resma de hojas de papel bond	\$ 3,00	\$ 36,00
Esferos	\$ 4,00	\$ 48,00
Clips	\$ 5,00	\$ 60,00
<b>Gastos de Venta</b>	<b>\$ 2.194,63</b>	<b>\$ 26.335,56</b>
Jefe de Ventas	\$ 724,40	\$ 8.692,80
Publicidad	\$ 880,00	\$ 10.560,00
Vendedor	\$ 590,23	\$ 7.082,76
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 301,44</b>	<b>\$ 3.617,26</b>
Intereses préstamos (15,94%)	\$ 301,44	\$ 3.617,26
<b>Total Gastos:</b>	<b>\$ 6.626,52</b>	<b>\$ 79.518,18</b>

**Elaborado por:** La autora

**c) Proyección Gastos**

**Tabla 62: Proyección de gastos**

Descripción del producto	costo mensual	Costo Anual		Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
		Fijo	Variable					
Gerente General	\$ 945,20	\$11.342,40		\$ 11.342,40	\$ 13.270,61	\$ 13.293,17	\$ 13.323,74	\$13.354,39
Jefe de Logística	\$ 924,37	\$11.092,44		\$ 11.092,44	\$ 11.111,30	\$ 11.130,19	\$ 11.155,79	\$11.181,44
Jefe de importaciones y compras	\$ 924,37	\$11.092,44		\$ 11.092,44	\$ 11.111,30	\$ 11.130,19	\$ 11.149,11	\$11.168,06
Asistente Administrativo - Contable	\$ 701,61	\$ 8.419,32		\$ 8.419,32	\$ 8.433,63	\$ 8.447,97	\$ 8.462,33	\$ 8.476,72
Agente de Importaciones	\$ 590,23	\$ 7.082,76		\$ 7.082,76	\$ 7.094,80	\$ 7.106,86	\$ 7.118,94	\$ 7.131,05
Dep. equipos computación	\$ 20,58	\$ 247,00		\$ 247,00	\$ 247,00	\$ 247,00	\$ 248,00	\$ 249,00
Dep. muebles y enseres	\$ 12,08	\$ 145,00		\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 146,00
Resma de hojas de papel bond	\$ 3,00		\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,06	\$ 36,12	\$ 36,18	\$ 36,25
Esferos	\$ 4,00		\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,08	\$ 48,16	\$ 48,25	\$ 48,33
Clips	\$ 5,00		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,10	\$ 60,20	\$ 60,31	\$ 60,41
Jefe de Ventas	\$ 724,40	\$ 8.692,80		\$ 8.692,80	\$ 8.707,58	\$ 8.722,38	\$ 8.737,21	\$ 8.752,06
Publicidad	\$ 880,00	\$10.560,00		\$10.560,00	\$ 10.577,95	\$ 10.595,93	\$ 10.613,95	\$10.631,99
Vendedor	\$ 590,23	\$ 7.082,76		\$ 7.082,76	\$ 7.094,80	\$ 7.106,86	\$ 7.118,94	\$ 7.131,05
Intereses préstamos (15,94%)	\$ 301,44	\$ 3.617,26		\$ 3.617,26	\$ 4.136,99	\$ 4.136,99	\$ 4.136,99	\$ 4.136,99
<b>Total Gastos:</b>	<b>\$ 6.626,52</b>	<b>\$79.374,18</b>	<b>\$144,00</b>	<b>\$ 79.518,18</b>	<b>\$ 77.938,21</b>	<b>\$ 78.070,04</b>	<b>\$ 78.216,75</b>	<b>\$78.363,74</b>

Elaborado por: La autora

## 5.5 MANO DE OBRA

*Tabla 63: Mano de obra*

<b>ROL DE PAGOS</b>						
<b>CARGO</b>	<b>INGRESOS</b>			<b>DESCUENTOS</b>		<b>LIQU. PAGAR</b>
	<b>CÓDIGO</b>	<b>SBU</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>A. PERSONAL IESS</b>	<b>TOTAL DSCTO</b>	
<b>NÓMINA OPERARIOS</b>						
<b>Bodeguero</b>	001-001	\$480,00	\$550,00	\$45,36	\$45,36	\$434,64
<b>Chofer</b>	002-002	\$480,00	\$550,00	\$45,36	\$45,36	\$434,64
<b>NÓMINA VENDEDORES</b>						
<b>Jefe de Ventas</b>	003-003	\$800,00	\$800,00	\$75,60	\$75,60	\$724,40
<b>Vendedor</b>	004-004	\$500,00	\$500,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
<b>NÓMINA DE ADMINISTRATIVOS</b>						
<b>Gerente General</b>	005-005	\$900,00	\$900,00	\$85,05	\$85,05	\$814,95
<b>Jefe de Compras e Importaciones</b>	006-006	\$800,00	\$800,00	\$75,60	\$75,60	\$724,40
<b>Jefe de Logística</b>	007-007	\$800,00	\$800,00	\$75,60	\$75,60	\$724,40
<b>Agente de Importaciones</b>	008-008	\$500,00	\$500,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75
<b>Asistente Administrativo</b>	009-009	\$600,00	\$600,00	\$56,70	\$56,70	\$543,30
<b>TOTAL</b>		<b>\$5860,00</b>	<b>\$6000,00</b>	<b>\$553,77</b>	<b>\$553,77</b>	<b>\$5306,23</b>

Elaborado por: La autora

Tabla 64: Rol de Provisiones

ROL DE PROVISIONES								
CARGO	SUB TOTAL	FONDOS DE RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES	COSTO M.O.
<b>NÓMINA OPERARIOS</b>								
Bodeguero	\$480,00	\$39,98	\$40,00	\$33,33	\$20,00	\$53,52	\$133,32	\$567,96
Chofer	\$480,00	\$39,98	\$40,00	\$33,33	\$20,00	\$53,52	\$133,32	\$567,96
<b>NÓMINA VENDEDORES</b>								
Jefe de Ventas	\$800,00	\$66,64	\$66,67	\$33,33	\$33,33	\$89,20	\$199,97	\$924,37
Vendedor	\$500,00	\$41,65	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$55,75	\$137,48	\$590,23
<b>NÓMINA DE ADVTO.</b>								
Gerente General	\$900,00	\$74,97	\$75,00	\$33,33	\$37,50	\$100,35	\$220,80	\$945,20
Jefe de Compras e Importaciones	\$800,00	\$66,64	\$66,67	\$33,33	\$33,33	\$89,20	\$199,97	\$924,37
Jefe de Logística	\$800,00	\$66,64	\$66,67	\$33,33	\$33,33	\$89,20	\$199,97	\$924,37
Agente de Importaciones	\$500,00	\$41,65	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$55,75	\$137,48	\$590,23
Asistente Administrativo	\$600,00	\$49,98	\$50,00	\$33,33	\$25,00	\$66,90	\$158,31	\$701,61
<b>TOTAL</b>	<b>\$5860,00</b>	<b>\$488,14</b>	<b>\$488,33</b>	<b>\$300,00</b>	<b>\$244,17</b>	<b>\$653,39</b>	<b>\$1520,64</b>	<b>\$6736,32</b>

Elaborado por: La autora



## 5.6 DEPRECIACIÓN

*Tabla 65: Depreciación*

Detalle del bien	Vida útil años	Valor	% Depreciación	Depreciación mensual	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	\$ 2.900,00	10%	\$ 24,17	\$ 290
Vehículo	5	\$17.000,00	15%	\$ 212,50	\$ 2.550,00
Equipos de computación	3	\$ 1.500,00	33%	\$ 41,66	\$ 495,00
<b>Total</b>		<b>\$21.400,00</b>		<b>\$ 277,92</b>	<b>\$ 3.335,00</b>

Elaborado por: La autora

### Proyección de la depreciación

*Tabla 66: Proyección Depreciación*

Detalle Del Bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 290	\$ 290	\$ 290	\$ 290	\$ 290
Vehículo	\$ 2.550	\$ 2.550	\$ 2.550	\$ 2.500	\$ 2.550
Equipos de computación	\$ 500	\$ 500	\$ 500	-	-
<b>Total</b>	<b>\$ 3.340</b>	<b>\$ 3.340</b>	<b>\$ 3.340</b>	<b>\$ 2.840</b>	<b>\$ 2.840</b>

Elaborado por: La autora

## 5.7 Cálculo de Ingresos

**Tabla 67:** *Cálculo de Ingresos*

Productos	Unidad de medida	Costo Mensual	Margen de utilidad	Ingresos mensuales	Unidades Importadas	Precio de Venta Unitario
Detergente Encapsulado	cajas	\$ 26.471,17	28%	\$ 36.300	3.300	\$ 11

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 68:** *Proyección de los Ingresos*

Producto	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO5	
	Cant.	Precio Unit.	Cant.	Precio Unit.	Cant.	Precio Unit.	Cant.	Precio Unit.	Cant.	Precio Unit.
Detergente encapsulado	39.600	\$ 11	40.313	\$11,02	47.569	\$11,05	56.132	\$11,07	57.142	\$11,19
<b>Total:</b>	\$ 435.600,00		\$ 515.409,84		\$ 609.837,78		\$ 721.560,51		\$ 844.531,59	

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 69: Tabla de Amortización**

Pag	Fecha pago	Saldo inicial	Cuota	Capital	Intereses	Saldo final
1	01/11/2020	\$22.692,98	\$642,43	\$340,99	\$301,44	\$22.351,99
2	01/12/2020	\$22.351,99	\$642,43	\$345,52	\$296,91	\$22.006,47
3	01/01/2021	\$22.006,47	\$642,43	\$350,11	\$292,32	\$21.656,36
4	01/02/2021	\$21.656,36	\$642,43	\$354,76	\$287,67	\$21.301,60
5	01/03/2021	\$21.301,60	\$642,43	\$359,47	\$282,96	\$20.942,13
6	01/04/2021	\$20.942,13	\$642,43	\$364,25	\$278,18	\$20.577,88
7	01/05/2021	\$20.577,88	\$642,43	\$369,09	\$273,34	\$20.208,80
8	01/06/2021	\$20.208,80	\$642,43	\$373,99	\$268,44	\$19.834,81
9	01/07/2021	\$19.834,81	\$642,43	\$378,96	\$263,47	\$19.455,85
10	01/08/2021	\$19.455,85	\$642,43	\$383,99	\$258,44	\$19.071,86
11	01/09/2021	\$19.071,86	\$642,43	\$389,09	\$253,34	\$18.682,77
12	01/10/2021	\$18.682,77	\$642,43	\$394,26	\$248,17	\$18.288,51
13	01/11/2021	\$18.288,51	\$642,43	\$399,50	\$242,93	\$17.889,02
14	01/12/2021	\$17.889,02	\$642,43	\$404,80	\$237,63	\$17.484,22
15	01/01/2022	\$17.484,22	\$642,43	\$410,18	\$232,25	\$17.074,04
16	01/02/2022	\$17.074,04	\$642,43	\$415,63	\$226,80	\$16.658,41
17	01/03/2022	\$16.658,41	\$642,43	\$421,15	\$221,28	\$16.237,26
18	01/04/2022	\$16.237,26	\$642,43	\$426,74	\$215,68	\$15.810,52
19	01/05/2022	\$15.810,52	\$642,43	\$432,41	\$210,02	\$15.378,10
20	01/06/2022	\$15.378,10	\$642,43	\$438,16	\$204,27	\$14.939,95
21	01/07/2022	\$14.939,95	\$642,43	\$443,98	\$198,45	\$14.495,97
22	01/08/2022	\$14.495,97	\$642,43	\$449,87	\$192,55	\$14.046,10
23	01/09/2022	\$14.046,10	\$642,43	\$455,85	\$186,58	\$13.590,25
24	01/10/2022	\$13.590,25	\$642,43	\$461,90	\$180,52	\$13.128,35
25	01/11/2022	\$13.128,35	\$642,43	\$468,04	\$174,39	\$12.660,30
26	01/12/2022	\$12.660,30	\$642,43	\$474,26	\$168,17	\$12.186,05
27	01/01/2023	\$12.186,05	\$642,43	\$480,56	\$161,87	\$11.705,49
28	01/02/2023	\$11.705,49	\$642,43	\$486,94	\$155,49	\$11.218,55
29	01/03/2023	\$11.218,55	\$642,43	\$493,41	\$149,02	\$10.725,14
30	01/04/2023	\$10.725,14	\$642,43	\$499,96	\$142,47	\$10.225,18
31	01/05/2023	\$10.225,18	\$642,43	\$506,60	\$135,82	\$9.718,58
32	01/06/2023	\$9.718,58	\$642,43	\$513,33	\$129,10	\$9.205,24
33	01/07/2023	\$9.205,24	\$642,43	\$520,15	\$122,28	\$8.685,09
34	01/08/2023	\$8.685,09	\$642,43	\$527,06	\$115,37	\$8.158,03
35	01/09/2023	\$8.158,03	\$642,43	\$534,06	\$108,37	\$7.623,97
36	01/10/2023	\$7.623,97	\$642,43	\$541,16	\$101,27	\$7.082,81
37	01/11/2023	\$7.082,81	\$642,43	\$548,34	\$94,08	\$6.534,46
38	01/12/2024	\$6.534,46	\$642,43	\$555,63	\$86,80	\$5.978,84
39	01/01/2024	\$5.978,84	\$642,43	\$563,01	\$79,42	\$5.415,83
40	01/02/2024	\$5.415,83	\$642,43	\$570,49	\$71,94	\$4.845,34
41	01/03/2024	\$4.845,34	\$642,43	\$578,07	\$64,36	\$4.267,27
42	01/04/2024	\$4.267,27	\$642,43	\$585,74	\$56,68	\$3.681,53
43	01/05/2024	\$3.681,53	\$642,43	\$593,53	\$48,90	\$3.088,00
44	01/06/2024	\$3.088,00	\$642,43	\$601,41	\$41,02	\$2.486,59
45	01/07/2024	\$2.486,59	\$642,43	\$609,40	\$33,03	\$1.877,19
46	01/08/2024	\$1.877,19	\$642,43	\$617,49	\$24,94	\$1.259,70
47	01/09/2024	\$1.259,70	\$642,43	\$625,70	\$16,73	\$634,01
48	01/10/2024	\$634,01	\$642,43	\$625,58	\$ 8,42	\$0,00

**Elaborado por:** La autora

## 5.8 ESTADO DE RESULTADOS

*Tabla 70: Estado de resultados*

Estado de Resultados					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	\$ 435.600,00	\$ 515.409,84	\$ 609.837,78	\$ 721.560,51	\$ 844.531,59
(-)Costo de Ventas	\$ 313.694,04	\$ 366.754,50	\$ 429.360,05	\$ 503.228,81	\$ 590.388,14
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 121.905,96</b>	<b>\$ 148.655,34</b>	<b>\$ 180.477,73</b>	<b>\$ 218.331,70</b>	<b>\$ 254.143,45</b>
(-)Gastos Administrativos	\$ 49.565,36	\$ 57.991,47	\$ 67.850,02	\$ 79.384,52	\$ 92.879,89
(-)Gastos de Venta	\$ 26.335,36	\$ 30.812,37	\$ 6.050,47	\$ 42.179,05	\$ 49.349,49
(-)Gastos financieros	\$ 3.617,26	\$ 3.617,26	\$ 3.617,26	\$ 3.617,26	
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 42.387,98</b>	<b>\$ 56.234,24</b>	<b>\$ 72.959,97</b>	\$ 93.150,86	<b>\$ 111.914,06</b>
(-)Participación 15%	\$ 6.358,20	\$ 8.435,14	\$ 10.944,00	\$ 13.972,63	\$ 16.787,11
Impuesto a la Renta22%	\$ 7.926,55	\$ 10.515,80	\$ 13.643,52	\$ 17.419,21	\$ 20.927,93
<b>Utilidad o Pérdida del Ejercicio</b>	<b>\$ 28.103,23</b>	<b>\$ 37.283,30</b>	<b>\$ 48.372,46</b>	<b>\$ 61.759,02</b>	<b>\$ 74.199,02</b>

Elaborado por: La autora

## 5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tomando en cuenta la fórmula del punto de equilibrio se obtiene el resultado en unidades para el punto de equilibrio 31.006 unidades anuales

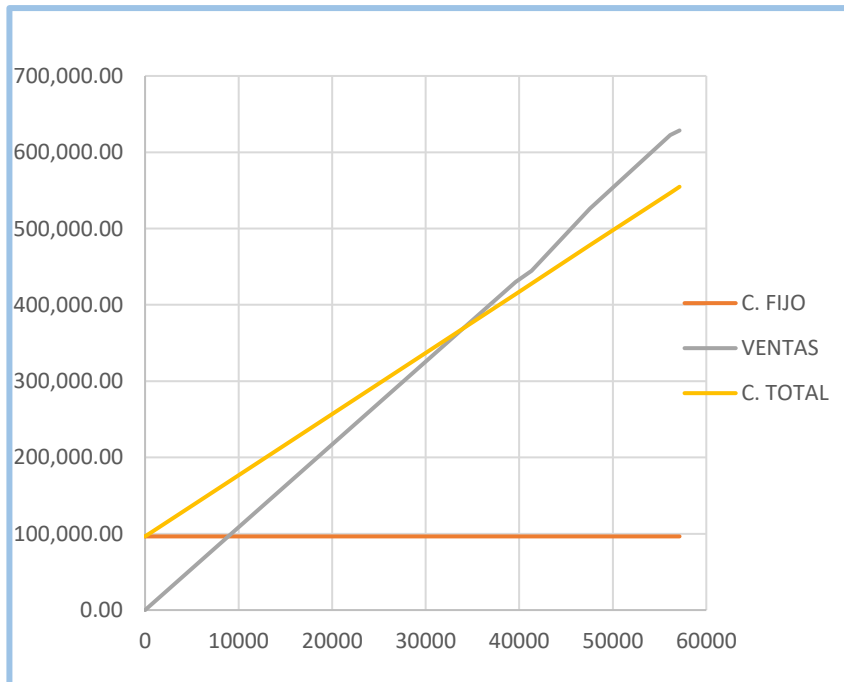
$$PE\ u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE\ u = \frac{95.498,22}{11-7,92}$$

$$PE\ u = \frac{95.498,22}{3,08}$$

$$PE\ u = 31.006$$

**Gráfico 24:** Punto de equilibrio



**Elaborado por:** La autora

## 5.10 FLUJO DE CAJA

*Tabla 71: Flujo de caja*

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>A. Ingresos Operacionales</b>						
Recursos Propios	\$ 27.000,00					
Ingresos por Ventas		\$435.600,00	\$515.409,84	\$609.837,78	\$721.560,51	\$844.531,59
<b>B. Egresos Operacionales</b>						
Instalaciones y Remodelaciones	\$ 200,00					
Muebles y Enseres	\$ 2.900,00					
Vehículos	\$ 17.000,00					
Equipos de Oficina	\$ 1.596,00					
Equipos de Computación	\$ 1.500,00					
Inventarios	\$ 3.900,00					
Capital del Trabajo	\$ 23.478,96					
Costos de Constitución	\$ 600,00					
Costos de adquisición		\$294.600,00	\$347.628,00	\$410.201,04	\$484.037,23	\$571.163,93
Mano de obra		\$ 13.631,04	\$ 13.654,21	\$ 13.677,42	\$ 13.700,68	\$ 13.723,97
Costos indirectos de fabricación		\$ 2.520,00	\$ 2.524,28	\$ 2.528,58	\$ 2.532,87	\$ 2.537,18
Gastos Administrativos		\$ 49.173,36	\$ 49.256,95	\$ 49.340,69	\$ 49.424,57	\$ 49.508,59
Gastos de Venta		\$ 26.335,56	\$ 26.380,33	\$ 26.425,18	\$ 26.470,10	\$ 26.515,10
<b>C. Flujo Operacional</b>	<b>\$ -51.574,96</b>	<b>\$ 49.340,04</b>	<b>\$ 75.966,06</b>	<b>\$107.664,87</b>	<b>\$145.395,07</b>	<b>\$181.082,82</b>
<b>D. Ingresos no Operacionales</b>						
Créditos a contratarse a corto plazo						
Otros Ingresos						
<b>E. Egresos no Operacionales</b>		<b>\$ 21.993,91</b>	<b>\$ 26.660,07</b>	<b>\$ 32.296,67</b>	<b>\$ 39.092,65</b>	<b>\$ 37.715,04</b>
Gastos Financieros		\$ 3.304,68	\$ 2.548,96	\$ 1.663,62	\$ 626,32	
Pago de créditos a largo plazo		\$ 4.404,48	\$ 5.160,17	\$ 6.045,53	\$ 7.074,49	
Pago de participación de utilidades		\$ 6.358,20	\$ 8.435,14	\$ 10.944,00	\$ 13.972,63	\$ 16.787,11
Pago de Impuestos		\$ 7.926,55	\$ 10.515,80	\$ 13.643,52	\$ 17.419,21	\$ 20.927,93
Otros egresos						

<b>F. Flujo no Operacional (D - E)</b>		<b>\$ 21.993,91</b>	<b>\$ 26.660,07</b>	<b>\$ 32.296,67</b>	<b>\$ 39.092,65</b>	<b>\$ 37.715,04</b>
<b>G. Flujo Neto Generado (C - F)</b>	<b>\$ -51.574,96</b>	<b>\$ 27.346,13</b>	<b>\$ 49.305,99</b>	<b>\$ 75.368,20</b>	<b>\$106.302,42</b>	<b>\$143.367,78</b>
<b>H. Saldo Inicial de Caja</b>		<b>\$ -51.574,96</b>	<b>\$ -24.228,83</b>	<b>\$ 25.077,16</b>	<b>\$100.445,36</b>	<b>\$206.747,77</b>
<b>I. Saldo Final de Caja (g + h)</b>	<b>\$ -51.574,96</b>	<b>\$ 24.228,83</b>	<b>\$ 25.077,16</b>	<b>\$100.445,36</b>	<b>\$206.747,77</b>	<b>\$350.115,56</b>

**Fuente:** Administración financiera

**Elaborado por:** La autora

## 5.11 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.11.1 Indicadores.

Median el uso de herramientas financieras los indicadores permiten sacar conclusiones y análisis que midan en términos más dinámicos, y no estáticos, el comportamiento de una organización en términos de rentabilidad y efectividad en el uso de sus recursos. (Briseño, 2006)

#### 5.11.1.1 Cálculo TMAR primero

Constituye la medida de evaluación que se basa en los resultados obtenidos en el Flujo de Caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios, los beneficios reales del proyecto (Briseño, 2006)

**Tabla 72:** Tasa mínima atractiva de retorno

Fondos	% Participación	Tasa de rentabilidad requerida	Tasa ponderada
Fondos Propios	56%	Tasa Pasiva + Riesgo País = 27,42%+6,24%	18,85%
Fondos de Terceros	44%	Tasa Activa de Consumo= 15,94%	7,01%
		<b>TMAR</b>	<b>25,86%</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.11.1.2 Valor Actual Neto

El valor neto actual (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. (Briseño, 2006)

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$



$$VAN = -51.574,96 + \frac{27.346,13}{(1+0,2586)} + \frac{49.305,99}{(1 + 0,2586)^2} + \frac{75.368,20}{(1 + 0,2586)^3} + \frac{106.302,42}{(1 + 0,2586)^4} + \frac{143.367,78}{(1 + 0,2586)^5}$$

$$VAN = 126.840,46$$

### 5.11.1.3 Tasa Interna de Retorno

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto, sea exactamente igual a la inversión realizada (Briseño, 2006).

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

**Tabla 73:** Tasa Interna de Retorno

Período	Flujo de Caja
Año 0	-51.574,96
Año 1	27.346,13
Año 2	49.305,
Año 3	75.368,20
Año 4	106.302,42
Año 5	143.367,78
<b>TIR</b>	<b>92%</b>

**Fuente:** Administración financiera

**Elaborado por:** La autora

### 5.11.1.4 BeneficioCosto

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1 (Briseño, 2006)

$$B/C = 126.840,46+51.574,96/51.574,96$$

$$B/C = 178.415,42$$

$$B/C = 3,45$$

### 5.11.1.5 Período de Recuperación

Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo (Briseño, 2006).

**Tabla 74:** *Período de Recuperación*

Año	Saldo Inicial	Flujo	Saldo Final
1	\$ -51.574,96	\$ 27.346,13	\$-24.228,83
2	\$ -24.228,83	\$ 25.077,16	\$ 848,33

**Fuente:** Administración financiera

**Elaborado por:** La autora

**Interpretación:** Al salir un valor positivo en el saldo final del segundo año esto quiere decir que es aquí en donde se recupera la inversión.

## BIBLIOGRAFÍA

Aduana, E. (14 de 06 de 2014). *Servicio Nacional Aduana del Ecuador*. Recuperado el 24 de 03 de 2020, de <https://www.aduana.gob.ec/>

Banco, C. (24 de 01 de 2020). *Banco Centra del Ecuador*. Recuperado el 07 de 15 de 2020, de <https://www.bce.fin.ec/>

Briseño, H. (2006). *Indicadores Financieros*. México: Umbral Editorial.

Cifras, E. (02 de 07 de 2020). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 02 de 07 de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Ecuador, T. (2020 de 05 de 2016). *Trámites y Requisitos*. Recuperado el 25 de 01 de 2020, de <https://tramitesyrequisitos.com/ecuador/crear-empresa/>

Elio, R. (2017). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. España: Editorial Maktub.

Esparza, B. (16 de 02 de 2004). *Gestipolos*. Recuperado el 2019 de 12 de 21, de <https://www.gestipolis.com/manual-cargos-reclutamiento-seleccion-competencias-empresa-quimica/>

Fernández, J. (2007). *Gestión de procesos*. Madrid: Esic Editorial.

Font, A. (2010). *Análisi Técnico Bursátil*. Barcelona: Profit Editorial.

Fred, D. (2013). *Administración Estratégica*. México: Pearson.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.

LEXPRO. (08 de 21 de 2016). *Asesoría elgal en materia monetaria*. Recuperado el 23 de 11 de 2019, de <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>

LUAE. (10 de 10 de 2016). *LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES*. Recuperado el 05 de 05 de 2020, de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/guiaTramites/LUAE/LUAE.pdf>

Perez, M. (2012). *Gestión de la calidad*. México: Editorial Umbral.

SRI. (06 de 01 de 2016). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 06 de 06 de 2020, de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites>

SUPERCÍAS. (29 de 04 de 2016). *Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros*. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/portalCapacitacion.zul>

Unión, E. (03 de 01 de 2020). *Ranking Empresarial*. Recuperado el 24 de 02 de 2020, de <https://ranking-empresas.economista.es/sector-2041.html#>

Zapata, Á. (2008). *Análisis y diseño orgaizacional*. Cali: Programa Editorial.