

REPUBLICA DEL ECUADOR



FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA.

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTORA: Erika Vanessa Gualinga Cerda

DIRECTORA: Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara Mgs.

Tena - Ecuador

2024-2025

CERTIFICACIÓN

Economista

Carina Elizabeth Mendoza Vergara

RESPONSABLE DE LA UIC DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

De mi especial consideración.

Por medio del presente expreso un atento y cordial saludo, y a la vez me permito hacer conocer a su autoridad lo siguiente:

En calidad de Directora del Trabajo de Integración Curricular modalidad **TRABAJO INTEGRADOR CURRICULAR** denominado: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA**, de autoría de la señorita **ERIKA VANESSA GUALINGA CERDA** con CC. **171853625-1** estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la culminación del Trabajo de Titulación antes citado, de conformidad con lo que establecen las directrices internas de la institución dentro del cronograma aprobado, por lo que, **AUTORIZO** la presentación y continuación del proceso de titulación.

Tena, 13 de febrero de 2025

Atentamente;



Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (TIC)

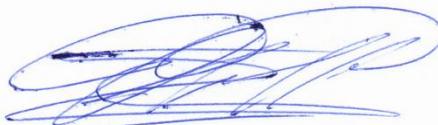
Adjunto: Hoja de calificación del proceso

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena. 07 de marzo del 2025

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominada **FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA**, presentado por ERIKA VENSSA GUALINGA CERDA, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;



Eco. Christian Andrés Castro Viteri
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Lic. Héctor Aníbal Lozada Grefa
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, ERIKA VANESSA GUALINGA CERDA declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR: GUALINGA CERDA ERIKA VANESSA



ERIKA VANESSA GUALINGA CERDA

CÉDULA: 171853625-1

FECHA: Tena, 15 de noviembre de 2024

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, ERIKA VANESSA GUALINGA CERDA , declaro ser la autora del Trabajo de Integración Curricular titulado: **FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA**, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 15 de noviembre, firma el autor.

AUTOR: Erika Vanessa Gualinga Cerda

FIRMA: 

CÉDULA: 171853625-1

DIRECCIÓN: Barrio Eloy Alfaro sector la "VERONICA"

CORREO ELECTRÓNICO: erika.gualinga@itstena.edu.ec

TELÉFONO: CELULAR: 0961573768

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara

TRIBUNAL DEL GRADO:

Eco. Christian Andrés Castro Viteri (presidente).

Ing. Héctor Aníbal Lozada (Miembro).

Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía (Miembro).

5 DEDICATORIA

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.” (Gandhi, Mahatma)

Primeramente, agradezco a Dios y a la vida por mantenerme firme y de pie todos los días, en especial a mi suegra Aida Tonato, que llegó a mi vida como un apoyo incondicional y con su ejemplo de amor, sabiduría y fortaleza me enseñaste que los lazos del corazón trascienden cualquier barrera. Gracias por cada palabra de ánimo en los momentos difíciles, por sus consejos llenos de experiencia y por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

Y a mí mismo, por concluir este camino académico que no ha sido fácil, pero tuve el valor de enfrentar cada reto con determinación. Este logro no solo refleja mis esfuerzos sino mi capacidad para seguir creyendo en un sí se puede. Hoy, al ver este sueño cumplido, me doy cuenta de la fuerza que habita en mí y de lo lejos que puede llegar con fe y perseverancia.

Con gratitud y orgullo, dedico esta obra como símbolo de los frutos del esfuerzo y la voluntad inquebrantable.

Gualinga Cerda Erika Vanessa

6 AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado en este camino y por todas las bendiciones que he recibido a lo largo de mi vida. A mis maestros, quienes, con su paciencia, conocimiento y pasión por enseñar, sembraron en mí la semilla del aprendizaje y el amor por el conocimiento. Cada lección, consejo y desafío fueron claves para llegar hasta aquí. Gracias por ser guías en este viaje y por dejar una huella imborrable en mi formación. A mi querida institución, que no solo fue el espacio donde adquirí conocimientos, sino también un hogar temporal donde crecí como persona. Cada aula, pasillo y experiencia marcaron una etapa importante de mi vida, dejando recuerdos que atesoraré siempre. Finalmente, extendo mi gratitud a mi director de tesis, a la Eco.Carina Elizabeth Mendoza Vergara y al Ing. Sergio Ruiz, por su dedicación y apoyo constante; gracias a su experiencia, consejos y motivación, hemos logrado finalizar con éxito este trabajo de titulación.

Y a mis amigos, compañeros de risas, desvelos y aprendizajes. Gracias por estar ahí, por su apoyo en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada logro, grande o pequeño. La amistad que compartimos hizo este camino mucho más llevadero y significativo. A todos ustedes, dedico esta obra con gratitud y cariño, porque este logro también lleva un pedacito de cada uno de ustedes.

7 INDICE DE CONTENIDOS.

1	APROBACIÓN DEL DIRECTOR	ii
2	CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
3	AUTORÍA	iv
4	CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	v
5	DEDICATORIA	vi
6	AGRADECIMIENTO	vii
7	INDICE DE CONTENIDOS.	viii
8	INDICE DE TABLAS	x
9	INDICE DE GRAFICOS	xi
10	INDICE DE ANEXOS	xi
11	TÍTULO	1
12	ABSTRACT	3
1.	FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
1.1.1.	<i>Necesidad</i>	4
1.1.2.	<i>Actualidad</i>	5
1.1.3.	<i>Importancia</i>	5
1.1.4.	<i>Presentación del problema de investigación a responder</i>	6
2.	<i>Delimitación</i>	7
2.1.1.	<i>Delimitación Espacial</i>	7
2.1.2.	<i>Delimitación Temporal</i>	8
3.	OBJETIVOS	9
3.1.	<i>Objetivo General</i>	9
3.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	9
4.	ASIGNATURAS INTEGRADORAS	10
5.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
5.1.	<i>Variable Independiente</i>	11
5.1.1.	<i>Estudio de Economía de Mercado</i>	12

5.1.1.1.	<i>Aspectos para la implementación de estudio de economía</i>	12
5.1.1.2.	<i>Rentabilidad Económica</i>	13
5.1.1.3.	<i>Indicadores de medición</i>	14
5.1.1.3.	<i>Gestión administrativa financiera</i>	15
5.1.2.4.	<i>Análisis de la Demanda en el Mercado Objetivo</i>	17
5.1.2.	<i>Evaluación económica y financiera</i>	18
5.2.	VARIABLE DEPENDIENTE	20
5.2.1.1.	MODELO FINANCIERO	20
	<i>Estructura de un modelo financiero</i>	21
	<i>Modelo financiero</i>	21
5.2.1.1.	INDICADORES DE MEDICIÓN	23
5.2.2.1	<i>Informe de Factibilidad</i>	23
5.2.3.1	<i>Factibilidad de mercado</i>	23
5.3.	MARCO LEGAL	24
5.3.	MARCO CONCEPTUAL	26
6.	METODOLOGÍA	27
6.1.	<i>Materiales y equipos</i>	27
6.2.	<i>Ubicación del Área de estudio</i>	27
6.2.1.	<i>Población</i>	28
6.2.2.	<i>Muestra</i>	28
6.2.3	<i>Paradigma positivismo</i>	29
6.2.4	<i>En función del propósito</i>	29
	<i>Cuantitativo</i>	29
6.2.5	<i>Por su nivel de profundidad</i>	30
	<i>Investigación explicativa</i>	30
6.2.6	<i>Por la naturaleza de los datos y la información</i>	30
6.2.7	<i>Por los medios para obtener los datos</i>	30
6.2.8	<i>Por la mayor o menor manipulación de las variables</i>	31
6.2.9	<i>Según el tipo de inferencia</i>	31
6.2.10	<i>Según el periodo temporal en el que se realiza</i>	31
6.2.11	<i>De acuerdo en el tiempo en que se efectúan</i>	31
6.4.2.	<i>Metodología para el Objetivo 1</i>	33
6.4.2.	<i>Metodología para el Objetivo 2</i>	34
6.4.3.	<i>Metodología para el Objetivo 3</i>	34

13	6. RESULTADOS	36
	<i>Objetivo</i>	57
	<i>Misión</i>	57
	<i>Visión</i>	57
	<i>Filosofía</i>	57
	<i>Políticas</i>	57
7.	CONCLUSIONES	10
8.	RECOMENDACIONES	11
9.	BIBLIOGRAFÍA	12
10.	ANEXOS	13

8 INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz asignaturas integradoras	10
Tabla 2	Materiales y Equipo	27
Tabla 3	Metodología para cada objetivo	32
Tabla 4	Edad	36
Tabla 5	Ocupación encuestado.....	37
Tabla 6	Frecuencia de uso de productos	38
Tabla 7	Valoración producto cosmético	39
Tabla 8	Medios de publicidad	40
Tabla 9	Precio productos.....	41
Tabla 10	Recomendación del producto.....	42
Tabla 11	Estado de situación inicial.....	43
Tabla 12	Estado de Costos de Producción y Venta.....	44
Tabla 13	Estado de Resultados	44
Tabla 14	Activos fijos	45
Tabla 15	Adecuaciones	45
Tabla 16	equipo de computación	46
Tabla 17	Maquinaria y Equipo.....	46
Tabla 18	Muebles y enseres	46
Tabla 19	Depreciación Equipo de Computo	47
Tabla 20	Depreciación maquinaria y equipo	47
Tabla 21	Depreciación muebles y enseres	47
Tabla 22	Activos diferidos Intangibles	48
Tabla 23	Servicio básicos.....	48
Tabla 24	Suministros de materiales y limpieza.....	49
Tabla 25	Suministros de oficina.....	49
Tabla 26	Mano de obra indirecta	49

Tabla 27 Costo de mano de obra directa.....	50
Tabla 28 Gastos de venta	50
Tabla 29 Gastos de venta	51
Tabla 30 Materia prima 5g.....	51
Tabla 31 Materia prima 15 g.....	51
Tabla 32 Estimación de producción y venta 5g	52
Tabla 33 Estimación de producción y venta 15g	52
Tabla 34 Estimación de ingresos de los costos totales de cada bálsamo	53
Tabla 35 Costos Fijos.....	53
Tabla 36 Costos variables	53
Tabla 37 Capital Propio	53
Tabla 38 Plan de inversión.....	60
Tabla 39 Plan de financiación	1

9 INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Árbol de problema	6
Gráfico 2 Ubicación zona de estudio	28
Gráfico 3 Edad	36
Gráfico 4 Ocupacion encuestado	37
Gráfico 5 Compra de productos comesticos	38
Gráfico 6 Frecuencia de uso de productos	38
Gráfico 7 Valoracion producto cosmetico	39
Gráfico 8 Medios de publicidad.....	40
Gráfico 9 Precio productos.....	41
Gráfico 10 Recomendación del producto.....	42
Gráfico 11 Matriz FODA	Error! Bookmark not defined.
Gráfico 12 Plan de financiación	1
Gráfico 13 Tabla de amortización.....	2
Gráfico 14 Método francés.....	2

10 INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	13
Anexo 2	14
Anexo 3	15
Anexo 4	16

11 TÍTULO

**FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN
EMPREDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA
INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA**

RESUMEN

Este estudio evalúa de crear un emprendimiento de **FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA.**

La investigación se fundamenta en el creciente interés de los consumidores por productos cosméticos naturales y sostenibles, así como en la disponibilidad de materia prima local que permite desarrollar un producto con identidad regional.

Desde un punto de vista de técnico, el bálsamo se elabora con ingredientes naturales como remolacha, aceites esenciales y cera de abeja, garantiza beneficios hidratados y regeneradores de comercialización, considerando la venta en mercados locales, farmacias, tiendas ecológicas y plataformas digitales.

Se dice que concluye el emprendimiento tanto en términos económicos como comerciales, recomendaciones de marketing digital. Alianzas con distribuidores locales y certificaciones ecológicas para fortalecer la confianza del consumidor y posicionarse en el mercado de cosmética natural.

Palabras clave: factibilidad económica, emprendimiento, y viabilidad de mercado

12 ABSTRACT

This study assesses the feasibility of creating a natural balm venture in the cosmetics industry in the city of Tena. The research is based on the growing consumer interest in natural and sustainable cosmetic products, as well as the availability of local raw materials that allow for the development of a product with a regional identity. From a technical perspective, the balm is made with natural ingredients such as beetroot, essential oils, and beeswax, guaranteeing hydrating and regenerating benefits. It is considered sales in local markets, pharmacies, organic stores, and digital platforms. The venture is said to be concluded both economically and commercially, with digital marketing recommendations. Partnerships with local distributors and organic certifications are required to strengthen consumer confidence and position itself in the natural cosmetics market.

Keywords: economic feasibility, entrepreneurship, and market viability

Reviewed by:

B.A Carolina Romero Álava

Language Center Coordinator

1. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

La factibilidad de crear un emprendimiento de bálsamo natural en la industria cosmética en la ciudad de Tena, ubicada en la provincia de Napo región amazónica se basa en varios factores clave: la riqueza de los recursos naturales de la región, la demanda creciente de productos naturales y sostenibles en el mercado, global la oportunidad de aprovechar la biodiversidad local, y no solo tiene el potencial de ser económicamente viable, sino que también responde a las tendencias actuales de consumo responsable y saludable, lo que lo convierte en una opción atractiva para los emprendedores de la región.

Al estar situada en una zona geográfica rica en flora y recursos naturales a partir de los ingredientes autóctonos de la región amazónica, tales como plantas medicinales con propiedades beneficiosas para los labios. Además, la ciudad se beneficia de un creciente interés en el ecoturismo, lo que puede ser una ventaja para la comercialización local e internacional de productos cosméticos naturales inspirados en la biodiversidad de la zona.

1.1.1. Necesidad

Existe una considerable demanda de bálsamos naturales formulados con componentes como aceites esenciales debido a sus cualidades y regenerativas para los labios que nos muestra un interés de aquellos productos. Los consumidores están cada vez más interesados en productos que sean respetuosos con el medio ambiente y que utilicen materias primas sostenibles. Esto abre la puerta a nuevos emprendimientos que alineen con esas tendencias. En este sentido la creación de un bálsamo natural en Tena no solo responde a una necesidad creciente en el mercado, sino que también ofrece un producto auténtico, vinculado con la riqueza de la región.

Adicionalmente la preferencia fue el impulso hacia los productos naturales esta alineado con las políticas públicas y las tendencias de salud y bienestar. Los consumidores están cada vez más preocupados por los productos que aplican sobre su piel, y los bálsamos naturales se perciben como una alternativa saludable. Por lo

tanto, este emprendimiento puede aprovechar las políticas de fomento a la producción ecológica, el emprendimiento local y la industria sostenible.

Este es un enfoque general que puede personalizar según los datos específicos que tengas sobre el mercado, los recursos disponibles y las características podrá avanzar sobre un análisis específico de la empresa, pasando por un análisis FODA (Hernandez & Hernandez, 2000)

1.1.2. Actualidad

A pesar de un momento competitivo nos mencionan que existen significativas oportunidades para los emprendedores que integren innovación, sostenibilidad y digitalización. En la región amazónica y específicamente en Tena, se observa una tendencia creciente hacia el uso de productos naturales, tanto a nivel local como en mercados nacionales e internacionales. Este fenómeno responde a una mayor conciencia de los consumidores sobre los beneficios de los productos orgánicos, que no solo son más saludables, sino que también representen una alternativa ética y sostenible frente a los productos químicos sintéticos. Además, en la región amazónica se valora cada vez más la producción responsable, lo que abre oportunidades para emprendimientos que no solo se alinean con estas demandas del mercado, sino que también son conscientes de su impacto ambiental y social.

(Villa Sanchez & Aurello, 2021).

1.1.3. Importancia

La importancia de este emprendimiento se refiere a la capacidad de generar un impacto económico positivo en la ciudad del Tena, a través de la creación de un bálsamo natural en la industria cosmética para así fortalecer de empleos, la revalorización de los recursos naturales y el conocimiento ancestral, así como el fortalecimiento de la sostenibilidad ambiental. Además, la propuesta puede contribuir a la diversificación de la economía local, promoviendo una mayor resiliencia económica frente a los cambios globales y brindando una oportunidad para que en la ciudad de Tena se posicione como un líder en la producción de cosméticos naturales en la región amazónica.

Esta fundamentación proporciona una visión clara sobre los beneficios regionales de emprendimiento, destacando su relevancia en el contexto económico social y ambiental de la región.

1.1.4. Presentación del problema de investigación a responder

Entre los principales desafíos que enfrenta la empresa radica en determinar los costos de producción de sus productos y fijar un precio adecuado para su comercialización, de manera que se logre cubrir los costos y obtener una rentabilidad sostenible, a la vez que se sea competitivo en el mercado local.

Esto plantea a preguntas clave sobre la aceptación del producto, los costos de producción y las oportunidades de posicionamiento en un mercado local caracterizado por una oferta limitada de cosméticos orgánicos y una población con inclinación hacia el uso de productos naturales.

Gráfico 1 Árbol de problema



Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

Fuente: elaboración propia

Campo: Emprendimiento local

Área: Comercial

Aspecto: Factibilidad para la creación de un emprendimiento de bálsamo natural en la industria cosmética, en la ciudad de Tena

Sector: Producción, Manufactura y Comercio

2. Delimitación

Según la perspectiva de (Carlos Sabino, 1992) la delimitación habrá de "efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo". Y de manera tal, delimitar una investigación significa, especificar en términos concretos nuestras áreas de interés en la búsqueda, establecer su alcance y decidir las fronteras de espacio, tiempo y circunstancias que le impondremos a nuestro estudio. En la medida en que el fenómeno bajo estudio esté claramente formulado y delimitado se favorecerá las posibilidades del investigador de no perderse en la investigación. Es más fácil trabajar en situaciones específicas que generales.

En ese sentido, desde la perspectiva de (Carlos Sabino, 1992) la delimitación habrá de "efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo". De manera tal, delimitar una investigación significa, especificar en términos concretos nuestras áreas de interés en la búsqueda, establecer su alcance y decidir las fronteras de espacio, tiempo y circunstancias que le impondremos a nuestro estudio. En la medida en que el fenómeno bajo estudio esté claramente formulado y delimitado se favorecerá las posibilidades del investigador de no perderse en la investigación. Es más fácil trabajar en situaciones específicas que generales. (Moreno -Galindo, 2021)

Delimitación es el proceso de establecer los límites o fronteras de algo, ya sea físico, geográfico, conceptual o de cualquier otra naturaleza.

2.1.1. Delimitación Espacial

Nos menciona (Moreno Galindo, 2021) que es un término utilizado en diferentes contextos para referirse a la acción de establecer límites y fronteras específicas en un determinado ámbito. Puede ampliarse en diferentes áreas como la geografía, la sociología, el urbanismo, entre otros.

Este estudio considerara principalmente las dinámicas socioeconómicas y comerciales de los habitantes de la ciudad, así como las condiciones del mercado

local en el sector cosmético, enfocándose en la oferta y demanda de productos naturales.

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

Barrio / Comunidad: Barrio (La Verónica)

Emprendimiento: Luxury and Magic

2.1.2. Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se desarrolló en el ciclo académico desde abril – septiembre 2024

2.1.2.1. Beneficiarios

Los beneficiarios son los principales actores que se favorecen con el desarrollo y aplicación de este proyecto. Según Hernández et al. (2014), identificar a los beneficiarios permite delimitar el alcance del estudio y garantizar que sus objetivos responden a necesidades reales. Este proyecto incluye los siguientes beneficios.

2.1.2.2. Directos

- Gerente
- Empleados
- Productores
- Clientes

2.1.2.3. Indirectos

- Proveedor

3. OBJETIVOS

Es un resultado específico que una persona o un grupo de personas se compromete a lograr en un periodo determinado de tiempo. Los objetivos deben ser medibles y cuantificables.

3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de un emprendimiento de bálsamo natural de remolacha en la industria cosmética, en la ciudad de Tena.

3.2. Objetivos Específicos

- Aplicar el estudio de economía de mercado que determine la factibilidad para la creación del emprendimiento a base de remolacha en la ciudad de Tena.
- Diseñar los instrumentos que establezcan la factibilidad de la creación del emprendimiento de bálsamo natural a base de remolacha.
- Elaborar el informe de factibilidad técnica económico y financiero para la creación del emprendimiento de bálsamo natural para labios.

4. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

La investigación parte siempre con un enfoque metodológico, por lo cual para desarrollar el presente trabajo de integración curricular se acogió apoyarse en los siguientes métodos de enseñanzas, los cuales se encuentran incluidos en el marco curricular de la carrera de Tecnología Superior en Administración.

Tabla 1 Matriz asignaturas integradoras

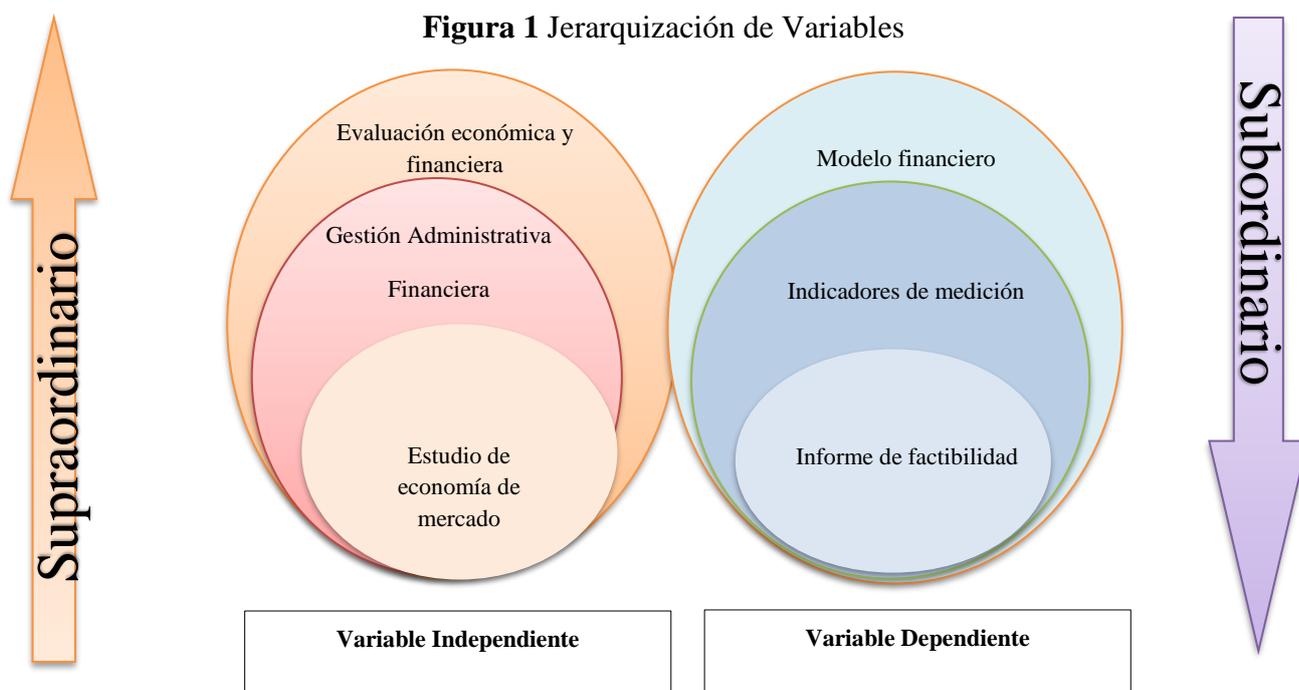
Línea de investigación	Sublínea de Investigación	Asignatura	Resultado de Aprendizaje	Directa	Indirecta
Administración de Empresas	Economía Empresarial	Microeconomía	<ul style="list-style-type: none"> Analiza el comportamiento de los mercados, su equilibrio y desequilibrio en el contexto de la realidad nacional. 	X	
		Contabilidad De Costos	<ul style="list-style-type: none"> Determina la utilidad que tiene la empresa en base a un análisis de costo-volumen. 	X	
		Liderazgo y emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> Distinguir los componentes de un estilo de liderazgo centrado tanto en logro de las tareas como en la calidad de las relaciones entre los integrantes del equipo con elevado grado de responsabilidad. 	X	
		Formulación y de evaluación de proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Desarrolla un proyecto de inversión desde su concepción hasta su última etapa con el objetivo de establecer la factibilidad económica y construir propuestas de inversión. 	X	
		Metodología de investigación	<ul style="list-style-type: none"> Identifica el aporte de la investigación de mercado en las diferentes decisiones de las organizaciones de manera eficiente. 	X	

Fuente: Líneas de investigación del Instituto Superior Tecnológico Tena (2024)

Elaborado por: Gualinga Erika (2024)

5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es el fundamento teórico o conceptual que sustenta una investigación o estudio. Implica analizar y describir los conceptos, teorías, modelos y enfoques vinculados al tema en cuestión, con el propósito de justificar y respaldar las ideas y planteamiento desarrollados en el trabajo.



Elaborado por: Gualinga Erika

5.1. Variable Independiente

Dicho de otra manera, es un dato en un estudio estadístico que influye directamente en el comportamiento de otra variable o dato, conocida como variable dependiente.

En termino sencillos, es la causa que espera producir un efecto en otra parte de la investigación cada variable independiente puede tener un impacto distinto, lo que significa que algunas pueden ser más cruciales para los resultados del estudio que otras. (Westreicher, 2021)

En el diagnóstico interno se analiza las fortalezas y debilidades considerando la estructura empresarial, la operatividad, la dirección y los aspectos financieros que influyen en su funcionamiento (rojas & rojas , 2024)

Análisis interno son situaciones que la empresa pueda controlar, hace referencia a la fortaleza es la esencia del local y debilidades son casos negativos lo cual impide que se cumpla los objetivos que tiene la empresa en un determinado tiempo.

La producción no solo abarca los costos directos, sino también los indirectos que, aunque no están directamente relacionados con la fabricación de un producto específico, son esenciales para el funcionamiento general del proceso productivo.

5.1.1. Estudio de Economía de Mercado

Un estudio económico es la factibilidad de un emprendimiento de bálsamo natural en Tena puede abordar varios aspectos claves, tales como la viabilidad del negocio, el mercado potencial, el costo de producción, la competencia y los posibles beneficios económicos para la región. Aquí te proporciono una estructura general de como realizar este estudio.

En el análisis económico y financiero externo se examinan diversas variables y factores fuera del control directo de la empresa que pueden influir en su desempeño. Estos factores pueden constituir tanto amenazas como oportunidades, dependiendo de cómo impacten en la estabilidad financiera, la rentabilidad y la viabilidad económica de la organización. (antonia, 2009)

Estos factores pueden impactar en la capacidad de la empresa para expandirse, competir y mantener su rentabilidad dentro del mercado. A continuación, se detallan algunos aspectos clave del entorno económico que afectan a las organizaciones

5.1.1.1.Aspectos para la implementación de estudio de economía

A. Generación de empleo.

Analizar como el emprendimiento podría crear oportunidades de empleo en la ciudad de Tena tanto en la producción de los bálsamos como en la distribución y comercialización.

B. Expansión del mercado.

Analizar las oportunidades de crecimiento del negocio en otros mercados dentro y fuera de la región amazónica, y las formas de aumentar las ventas a través de canales de distribución online, en ferias de productos naturales o en tiendas de cosméticos.

- Como promociones
- Características y atributos tiene del producto
- Distribución del producto.
- Precios de comercialización

5.1.1.2. Rentabilidad Económica

Según un estudio realizado por (S, 2021) de un producto natural a base de remolacha, necesitamos definir algunos elementos clave en la cual mide la eficiencia de una empresa en generar beneficios a partir de sus activos. También puede influir significativamente en la rentabilidad económica (ROA).

$$\text{rentabilidad economica ROA} = \frac{\text{BAII}}{2a\text{Activo total}} * 100$$

Margen Bruto: refleja la eficiencia de la producción y venta de bienes o servicios. Un margen bruto más alto generalmente indica una mayor capacidad para generar beneficios, lo que a su vez puede aumentar la rentabilidad económica.

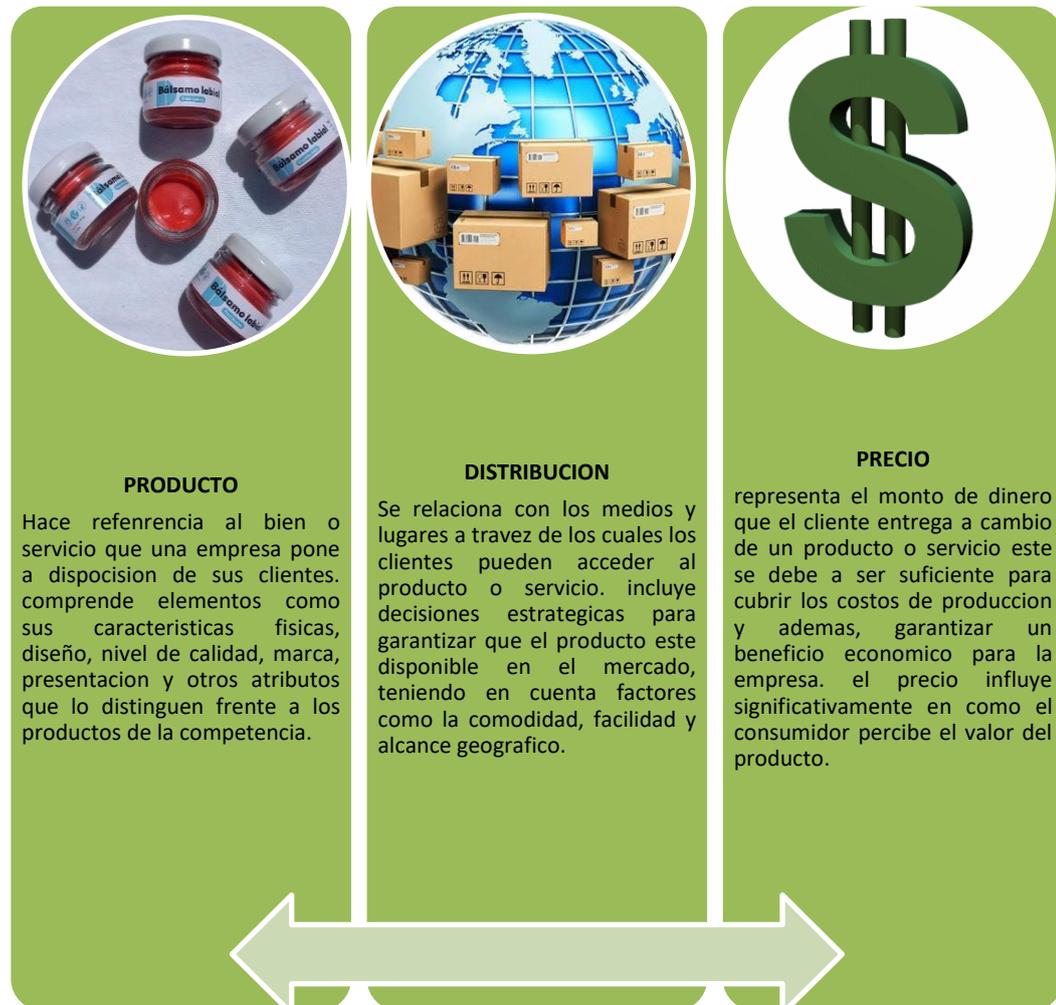
Rotación de activos: mide cuan eficientemente una empresa utiliza sus activos para generar ventas.

Rotación de activos: mide cuan eficientemente una empresa utiliza sus activos para generar ventas. Este sugiere que la empresa esta utilizando sus recursos de manera efectiva, lo que puede resultar una mayor ROA

La rotación de activos, el endeudamiento y la liquidez son determinantes clave en la rentabilidad económica de una empresa par asi comprender estas relaciones permite a los gerentes tomar decisiones informadas para optimizar el rendimiento financiero y mejora la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

En contexto amazónico resaltan que el uso de recursos como aceites esenciales de plantas autóctonas no solo disminuye costos, sino que también fomenta el comercio justo y la sostenibilidad ambiental, aspectos altamente valorados por los consumidores conscientes.

Figura 1 3P de Mercadotecnia



Elaborado: Vanessa Gualinga (2024)

Fuente: Joseph, C. (2018)

5.1.1.3. Indicadores de medición

Estos indicadores son fundamentales para el desempeño del negocio de proyectos que se ajustan de manera dinámica manera dinámica en función de estas

interacciones en función de que refleja el equilibrio entre lo que se ofrece y lo que se requiere.

Este modelo se caracteriza por la competencia entre las diferentes partes donde cada participante busca optimizar sus propios resultados. Al igual que en la economía de libre mercado, en la mediación de proyectos se fomenta una mayor diversidad de soluciones y enfoques, ya que los actores deben adaptarse y ajustar continuamente sus estrategias en función de las demandas cambiantes del proyecto. (Andino Jimenez & Jimenez , 20214)

Figura 2 Indicadores de Proyectos



Fuente: Enciclopedia – Humanidades (2024)

La medición de proyectos, la ley de la oferta podría interpretarse como la relación entre los recursos o servicios ofrecidos y los costos asociados a su ejecución. En un proyecto determinado, la cantidad de recursos (como tiempo, esfuerzo o materiales) que los proveedores están dispuestos a aportar al proyecto es directamente proporcional al presupuesto o la compensación que se ofrece.

5.1.1.3. Gestión administrativa financiera

La gestión administrativa financiera se define como el conjunto de procesos, estrategias y herramientas utilizadas para planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos financieros de una organización. Esta gestión asegura el uso eficiente de los recursos económicos, la sostenibilidad financiera y el cumplimiento de los objetivos organizacionales en el corto, mediano y largo plazo.

La definición del producto es poder unir todas las ideas y aplicarlas al proceso de desarrollo de productos nuevos, y fue exactamente de aquí donde se surgió gran parte del contenido de este trabajo como:

- Características y calidad del producto ofertado
- Mezcla y calidad de servicio que prestemos
- Precio

El precio del producto cosmético nuevo es muy importante al final de cuentas, es el que determina si el producto era adquirido o no incluso independiente de los valores agregados que el comité de desarrollo le haya dado al producto nuevo y que el cliente o consumidor final esté dispuesto a no cancelar. En consecuencia, su buena y correcta determinación influye directamente sobre el nivel de demanda que el producto nuevo pueda tener, ya que interfiera en el posicionamiento que tendrá el producto a futuro aun cuando el comité haya definido.

Lo que quiere decir es que el precio de un producto siempre constituye una decisión clave al momento de enfrentar al producto contra el cliente. Es importante mencionar esto, ya que muchas veces, los clientes toman en cuenta únicamente los precios de la competencia, dejando por un lado todos los demás costos inherentes al producto.

- **Precio elevado:** dependerá totalmente del desarrollo que el producto haya tenido a lo largo de todo el proceso. Además, un precio aumentado podría limitar el número de clientes dispuestos a pagarlos siempre y cuando este lo amerite.
- **Precio igualado:** este indica que se lanzara el producto al mercado con los mismos precios de la competencia delegando toda la responsabilidad de venta a la interacción del producto en si con el comprador final. La ventaja que puede tener es que el consumidor puede estar anuente a probar un producto similar, pero de otra casa, y solo que al mismo precio.
- **Precio bajo:** este consiste en colocar un precio mas bajo que el de la competencia, con el único fin de penetrar en el mercado aunado a un sistema de distribución masivo.

5.1.2.4. Análisis de la Demanda en el Mercado Objetivo

Es fundamental realizar un análisis de demanda en el mercado. Este análisis te permitirá entender las tendencias actuales, el comportamiento del consumidor y las oportunidades que existen en el sector de la cosmética natural.

El mercado de cosméticos naturales y ecológicos ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por una creciente conciencia sobre la salud y el bienestar entre los consumidores.

1. Identificación del público objetivo: Determinar quiénes son los consumidores potenciales (por edad, ubicación geográfica, nivel socioeconómico, etc.).
2. Preferencias y necesidades del consumidor: Investigar las preferencias del consumidor para entender qué características valoran más (precio, calidad, conveniencia, etc.).
3. Factores que influyen en la demanda: Analizar variables como los ingresos, cambios en el poder adquisitivo, tendencias sociales y culturales, y los efectos de factores externos como la economía global o local.
4. Estudio de elasticidad de la demanda: Examinar cómo la variación en el precio de un producto afecta su demanda.
5. Comportamiento del consumidor: Analizar la forma en que los consumidores toman decisiones de compra, incluyendo influencias psicológicas y sociales.

Este subdetalle ayuda a profundizar en el comportamiento de los consumidores y las tendencias del mercado, lo cual es crucial para tomar decisiones estratégicas sobre precios, publicidad y desarrollo de productos.



La ley de la demanda, según la cual la cantidad demandada de un bien tiende a disminuir a medida que su precio aumenta, es un principio fundamental en el análisis de los mercados. En un contexto de mercado determinado, los consumidores, motivados por la lógica económica y la búsqueda de optimización de sus recursos, reaccionan negativamente a los incrementos en el precio de los productos. Este comportamiento responde a la necesidad de reducir los costos asociados con las decisiones de compra. Por lo tanto, el estudio de la demanda es clave para entender las dinámicas del mercado, ya que revela cómo los consumidores ajustan su comportamiento en respuesta a las fluctuaciones de precio (Napurí, 2022).

Este tipo de análisis es crucial en un estudio de mercado porque te permite prever cómo los consumidores responderán ante variaciones de precio, lo que influye directamente en las decisiones de precios y estrategias de marketing.

5.1.2. Evaluación económica y financiera

La evaluación económica y financiera en una empresa es el proceso de identificar sus necesidades económicas, analizar datos financieros clave y recomendar soluciones que faciliten el logro de los objetivos estratégicos de la organización. Este análisis implica la recopilación y el examen exhaustivo de información financiera, con el fin de comprender los problemas económicos que enfrenta la empresa y determinar alternativas viables para optimizar sus recursos y mejorar su rentabilidad. Entre las tareas más comunes se incluyen la realización de entrevistas con los principales interesados, el análisis de estados financieros y la revisión de

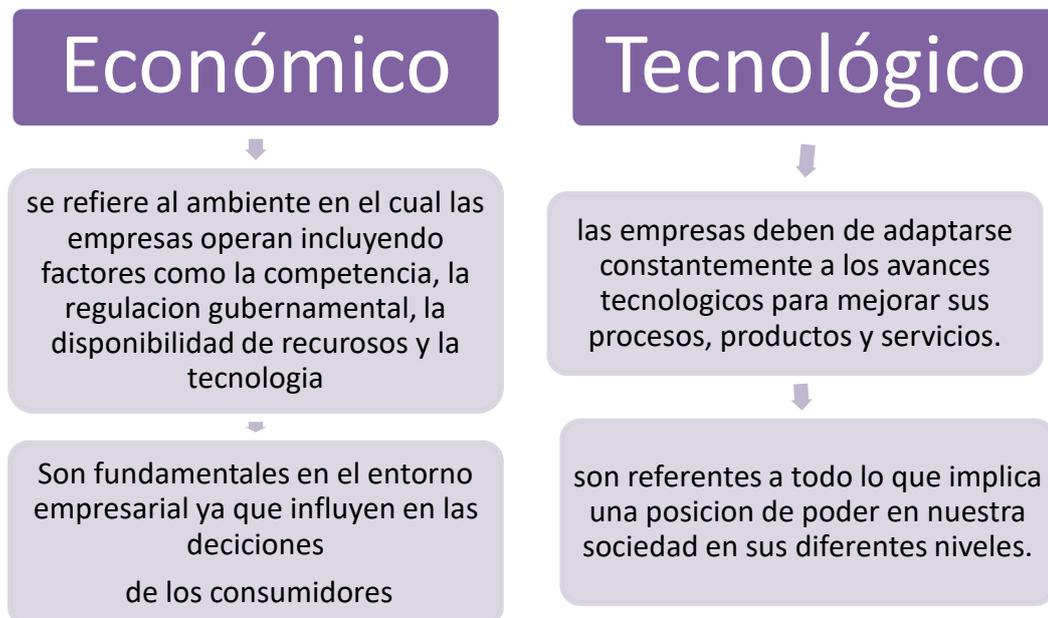
los procesos económicos internos, todo con el objetivo de mejorar la eficiencia y asegurar el éxito a largo plazo de la empresa.

Este enfoque resalta cómo la evaluación económica y financiera ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas, basadas en datos financieros y económicos, para asegurar su sostenibilidad y crecimiento. (esan, 2016)

El análisis económico y financiero se centra en identificar las necesidades financieras de una empresa, analizar los datos económicos y proponer soluciones que contribuyan al cumplimiento de sus objetivos financieros. Este proceso generalmente implica la recopilación y el análisis de información económica y financiera para comprender los desafíos financieros que enfrenta la organización y encontrar alternativas eficaces. Las actividades incluyen la realización de entrevistas con las partes clave, el análisis de estados financieros y la evaluación de los procesos económicos y financieros dentro de la empresa.

Este enfoque pone de relieve cómo el análisis económico y financiero es esencial para la toma de decisiones informadas en cuanto a la gestión de recursos, la rentabilidad y el crecimiento sostenido de la empresa.

Figura 3 grupos y subgrupos



laborado por: Gualinga Vanessa (2024)

Fuente: Ainoa Quiñones Montellano

5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

La medición de proyectos, la economía de mercado puede ser vista como un sistema en el que los resultados y el éxito de los proyectos se determinan por la interacción de diversos actores como clientes, proveedores y otro involucrados. En este enfoque la oferta sería los recursos, servicios o soluciones que se ponen a disposición y la demanda serían las necesidades o expectativas de los interesados en los proyectos. (stsepanets & anastacia , 2024)

5.2.1.1.MODELO FINANCIERO

Un modelo de negocio es una herramienta clave que permite a las empresas identificar a sus clientes objetivos, comprender el valor que representan y determinar tanto las fuentes de ingresos como los costos asociados a sus productos o servicios. Algunas preguntas fundamentales que se abordan al diseñar un modelo de negocio incluyen: ¿Quién es mi cliente ideal?; ¿Qué productos o servicios satisfacen mejor sus necesidades?; ¿Cuál es mi propuesta de valor única que me diferencia de la competencia? Estas interrogantes guían la creación de estrategias que aseguren la sostenibilidad y el éxito de la empresa en el mercado.

Para que una empresa alcance el éxito financiero, debe implementar modelos financieros que generen y entreguen un valor agregado, logrando que sus productos o servicios se destaquen en el mercado. Un modelo financiero proporciona las herramientas necesarias para alcanzar los objetivos económicos y garantizar la sostenibilidad (Casas, Vargas, & Almanza, 2017).

En conclusión, un modelo financiero es un plan estructurado que define la estrategia económica de la empresa y respalda el desarrollo de nuevos productos o servicios, identificando los resultados financieros esperados. En este proceso intervienen actores clave como clientes, inversores, proveedores, empleados y distribuidores. Este modelo debe estar cuidadosamente diseñado, ya que analiza aspectos internos y externos como la rentabilidad, los flujos de inversión, los costos operativos y las proyecciones económicas. Por ello, es fundamental comprender a fondo la

estructura de un modelo financiero para optimizar la toma de decisiones estratégicas.

Estructura de un modelo financiero

Aunque no existe una estructura única para crear un modelo financiero, algunos pasos esenciales incluyen analizar y documentar las ventajas y desventajas del proyecto desde una perspectiva económica, así como la relevancia de las proyecciones financieras para la toma de decisiones (Guillin, 2017).

En un modelo financiero es crucial definir el contexto económico externo, evaluar la competencia y analizar el posicionamiento financiero de la empresa en el mercado. Además, se deben establecer objetivos claros, diseñar estrategias financieras, identificar riesgos y oportunidades económicas, y planificar medidas para mitigar dichos riesgos. También es necesario proyectar costos, ingresos y flujos de caja, además de desarrollar un plan financiero detallado que respalde las estrategias de venta y expansión.

Modelo financiero

El modelo financiero es un documento que presenta información sobre la situación financiera y el rendimiento económico de una empresa en un periodo de tiempo específico (Vargas, 2017).

Nos permite tener importancia de realizar un informe que va más allá de conocer el estado económico de una empresa. Objetivamente esa es su principal utilidad, ya que en ello nos presenta un estado de situación inicial que detalla el activo, pasivo y patrimonio que posee el negocio al inicio de sus operaciones en un nuevo año, como el balance general anual que permite conocer el rendimiento de la empresa y así permite medir sus logros alcanzados y esfuerzos desarrollados por la empresa durante su periodo y así evalúa la rentabilidad de la empresa

Este enfoque permite integrar y analizar de manera visual las interacciones entre los ingresos, gastos y flujos de caja, proporcionando una guía clara para optimizar la gestión financiera de la empresa.

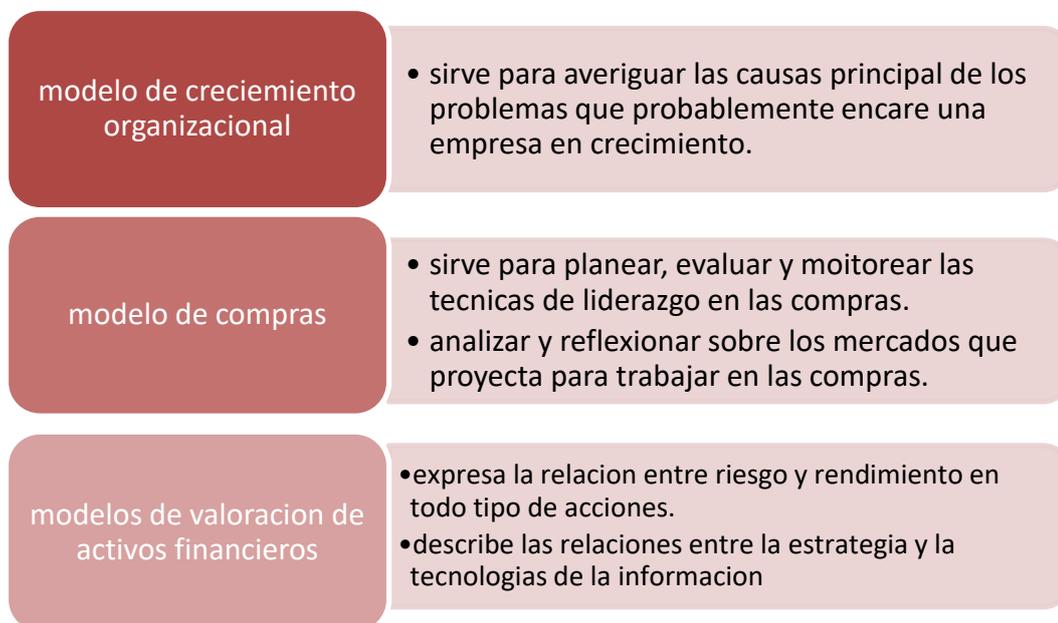
Esta metodología permite identificar con precisión la situación financiera actual de la empresa, lo que facilita el diseño de un plan de acción bien definido. De esta manera, se pueden implementar ajustes estratégicos que impulsen el éxito y la sostenibilidad financiera de la organización.

Lienzo del modelo de negocio



Fuente: Google (2024)

Figura 4.- Modelos



Elaborado por: Gualinga Vanessa (2024)

5.2.1.1. INDICADORES DE MEDICIÓN

Los indicadores de medición son enfocados en varios modelos de medición permiten evaluar de manera cuantitativa el desempeño, impacto y viabilidad de las estrategias implementadas. Algunos indicadores clave incluyen los de rentabilidad, como el margen de utilidad neta y el retorno sobre el patrimonio, que mide la empresa la capacidad de la empresa para generar beneficios. También se consideran los de la solvencia y liquidez, como la razón corriente y la prueba ácida que evalúa la capacidad de la organización para cumplir sus obligaciones financieras.

Margen de ganancia neta: evalúa la proporción de ganancias netas respecto a los ingresos.

Retorno sobre el patrimonio (ROE) indica la rentabilidad que obtiene la empresa sobre los recursos propios

Índice de rentabilidad: relación entre los beneficios generados y el capital invertidos

Formula= $ROE = \text{utilidad neta} / \text{patrimonio neto}.$

5.2.2.1 Informe de Factibilidad

El presente informe tiene como objetivo evaluar la viabilidad del proyecto **FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE BALSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA COSMETICA, EN LA CIUDAD DE TENA** analizando su impacto financiero, operativo, técnico y estratégico. Este análisis permitirá determinadamente si la propuesta es sostenible y rentable así se puede implantar con los recursos disponibles.

5.2.3.1 Factibilidad de mercado

Demanda esperada: los estudios de mercado indican un interés significativo por parte de los consumidores

Competencia: análisis de la posición competitiva, destacando las ventajas del proyecto sobre alternativas existentes.

5.3. MARCO LEGAL

LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, modificado en el año 2008 en el ART.283. El sistema económico es social y solidario; reconocer al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integra por las, formas de organización económica pública, privada, mixta, populares y solidaria y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Ley Orgánica de la Salud -Registro Oficial No.423 del 2006, el que menciona en su Art:137. Están sujetos a registro sanitario los alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos, nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesado de uso medicinal, medicamentos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. REGISTRO OFICIAL ECUADOR No. 351 DEL AÑO 2010, 16 menciona en el Art.2, literal K. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico institucional.

**Según la LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTOS E INNOVACIÓN
Oficial N. MINFIN-DM-2011-1246 de 5 agosto del 2011**

Sección dos del poder del mercado

Art. 7.- Poder de mercado. – Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tiene poder de mercado u ostenta posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

La obtención o el refortalecimiento del poder de mercado no atentan contra la competencia, la eficiencia económica o el bienestar general. Sin embargo, el obtener o reforzar el poder del mercado, de manera que impida, restrinja, falsee o distorsione la competencia, atente contra la eficiencia económica o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios, constituirá una conducta sujeta a control, regulación y, de ser el caso, a las sanciones establecidas en esta Ley.

**CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E
INVERSIONES (2015)**

De La Generación De Un Integral De Innovación, Capacitación Técnica Y Emprendimiento.

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento. El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

5.3. MARCO CONCEPTUAL

Competencia: Número de empresas o personas que realizan la oferta y venta de un producto en un mercado determinado, en el cual también existen personas o empresa, denominadas consumidores o demandantes.

Estrategia: Acción específica, que normalmente va acompañada de la correspondiente asignación de recurso, para alcanzar un objetivo decidido sobre un plan estratégicos.

Comercialización: Es el activo de vender un producto, ya sea bien o servicio, para recibir a cambio una cantidad de dinero de parte del cliente o consumidor.

Consumidor: es la última persona en la cadena de valor que compra el producto ofrecido y consume.

Empresa: Es la unidad económica básica que produce y vende uno o más productos dentro del mercado.

Plaza: Es el canal en el que se desenvuelven las empresas para poder entregar su producto al consumidor.

Microemprendimiento: Actividad económica con poca inversión de capital realizada por uno o más emprendedores, propietarios o una serie de metas.

Posicionamiento: Es un lugar que ocupa en la mente del consumidor una manera de producto o servicio, sus atributos, las percepciones del usuario.

6. METODOLOGÍA

Es el conjunto de técnicas y procedimientos es un conjunto de técnicas y procedimientos ámbito de la investigación para evaluar la factibilidad de un producto natural a base de remolacha. Permite realizar estudios, análisis y actividades sistemáticas de manera ordenada y estructurada, garantizando un enfoque riguroso para determinar la viabilidad técnica, económica y de mercado del producto.

6.1. Materiales y equipos

Para llevar a cabo la investigación sobre la factibilidad de un producto natural a base de remolacha, es esencial realizar una búsqueda exhaustiva de información y recopilar datos relevantes relacionados con sus propiedades, aplicaciones y aceptación en el mercado. Así mismo se debe de asegurar el uso adecuado de los materiales y suministros necesarios para el desarrollo del producto, detallando meticulosamente el procedimiento y la metodología que se emplearan durante la ejecución del estudio, incluyendo análisis, técnicos, económicos y de mercado.

Los recursos necesarios en la investigación y elaboración del trabajo de titulación es lo siguiente:

Tabla 2 Materiales y Equipo

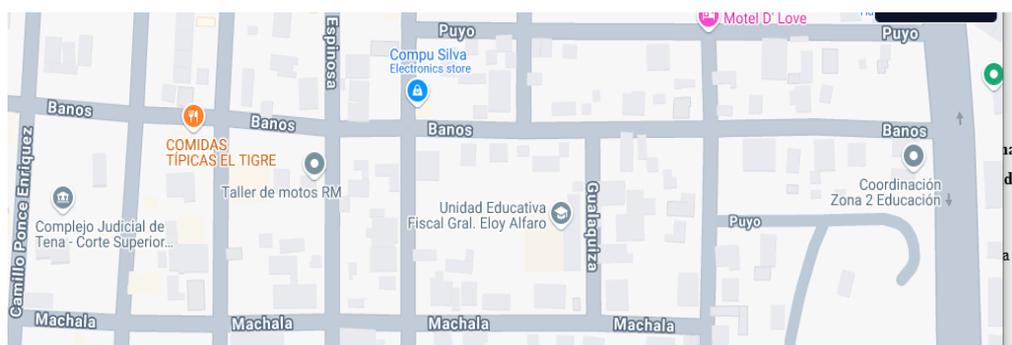
Materiales	Detalle
Laptop HP	Hp
Internet	6 meses, compañía telecom
Cuaderno	Cuaderno grande marca norma
Transporte	Visita para la investigación de TIC
Impresión	A color, blanco y negro

6.2. Ubicación del Área de estudio

El estudio de factibilidad de un producto natural a base de remolacha se llevo a cabo en la provincia de Napo ciudad de Tena dirección barrio Eloy Alfaro (LA VERONICA).

Imagen 1

Gráfico 2 Ubicación zona de estudio



Fuente: Google Maps (2024)

6.2.1. Población

La población es fundamental en esta investigación. Cuando su tamaño es amplio y diverso es necesario delimitarla adecuadamente. En este caso se tomará como población de estudios a los habitantes de la ciudad del Tena, específicamente del barrio Eloy Alfaro incluyendo a los residentes y comunidades ya que será cantidad considerada para el análisis.

6.2.2. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la población del área urbana del cantón Tena que, según datos del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) es de 39,578 habitantes. Además, podemos decir que la comunidad Tenense serán los beneficiarios directos de la distribución y venta de nuestro producto.

$$n = \frac{Nz^2 p(1-p)}{(N-1) e^2 + z^2 p(1-p)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad a favor

N= Universo o población

(1-p)= Probabilidad en contra

z= Coeficiente de nivel de confianza

e= Error de estimación

Datos:

$$N= 39.578$$

$$z= 95\%= 1,96$$

$$p= 0,5$$

$$(1-p)= 0,5$$

$$e= 0, 05$$

$$n=\frac{(23.307) \left(\left[\frac{1,96}{0,5} \right]^2 + \frac{(0,5)(0,5)}{(23.307-1)} \left[\frac{0,05}{0,5} \right]^2 + (1,96)^2 \right)}{(0,5)(0,5)}$$

$$n=22.384,0428/(58,265+0,9604)$$

$$n=377,9466$$

$$n=381$$

6.2.3 Paradigma positivismo

También conocido como paradigma cuantitativo, empírico o analítico racionalista, este enfoque es el predominante, el positivismo como corriente filosófica sostiene ciertos principios respecto a la forma de entender el mundo y el método para conocerlo lo que implica que las características del positivismo se proyectan en las dimensiones de este paradigma. (Meza & Meza , 2015)

6.2.4 En función del propósito**Cuantitativo**

La investigación cuantitativa se fundamenta en este paradigma empleando procedimientos y técnicas sistemáticas para la recolección y el análisis de datos numéricos y estadísticos, con el objetivo de generar resultados precisos, objetivos y susceptibles de verificación. (Pinto & Pinto , 2018)

A partir de lo mencionado, se concluye que el enfoque cuantitativo es un método de investigación que utiliza herramientas matemáticas y estadísticas para describir, explicar y predecir fenómenos mediante el análisis de datos numéricos. Este enfoque se orienta hacia la recopilación y el tratamiento de datos cuantitativos,

empleando estrategias y técnicas especializadas para su análisis. Así mismo, resulta esencial establecer una relación de causa y efecto entre las variables estudiadas.

6.2.5 Por su nivel de profundidad

Investigación explicativa

Según la definición de los autores (Morales & Morales , 2015) se desarrolla cuando es necesario profundizar en un tema o problema poco estudiado y se dispone de información limitada. Su propósito principal es generar ideas y teorías iniciales que sirvan como base para investigaciones futuras.

Este tipo de estudios se utilizan en contexto donde existen pocos antecedentes previos o donde las investigaciones previas se han realizado en escenarios diferentes. Es especialmente útil para examinar fenómenos emergentes o problemas nuevos en la región de interés. En el presente caso, se llevo a cabo una investigación exploratoria debido a los escasos trabajos previos relacionados con la comercialización de productos locales en esta área geográfica. Este análisis preliminar sobre la necesidad de una imagen corporativa constituye un paso previo a la realización de un estudio descriptivo.

6.2.6 Por la naturaleza de los datos y la información

Investigación de campo

Este tipo de estudio se fundamenta en datos obtenidos a través de entrevistas, cuestionarios, encuestas, y observaciones, entre otros métodos. Dado que es posible combinar este enfoque con investigaciones documentales, se sugiere comenzar revisando las fuentes para así evitar duplicación de esfuerzos.

6.2.7 Por los medios para obtener los datos

La investigación documental es una técnica cualitativa que permite recopilar, analizar y seleccionar información a partir de diversas fuentes escritas y audiovisuales. Este método se fundamenta en la revisión de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos y otras referencias bibliográficas con el propósito de obtener datos relevantes para el estudio.

6.2.8 Por la mayor o menor manipulación de las variables

Según Muguira (2015), el investigador no tiene la capacidad de modificar, controlar o manipular las variables en estudio. En su lugar, debe centrarse en la interpretación, la observación y la interacción para obtener conclusiones. Debido a esta característica, el análisis se fundamenta en la identificación de correlaciones, la aplicación de encuestas o el estudio de casos, sin la posibilidad de establecer relaciones de causa y efecto de manera directa.

6.2.9 Según el tipo de inferencia

Muguira (2015) señala que este tipo de investigación se enfoca en la verificación de hechos y en la validación o refutación de los indicios analizados. En el contexto del presente estudio, esto implica evaluar la factibilidad del emprendimiento de un bálsamo natural en la industria cosmética mediante el análisis de datos obtenidos. Si la información recopilada es precisa y el método deductivo se aplica correctamente, las conclusiones sobre la viabilidad del proyecto serán fundamentadas y confiables

6.2.10 Según el periodo temporal en el que se realiza

Según Muguira (2015), un estudio transversal permite comparar las características de distintos grupos de personas en un momento determinado. En el contexto de esta investigación, este enfoque es útil para analizar las preferencias y el comportamiento de los consumidores respecto al uso de bálsamos naturales en la industria cosmética. A través de este método, se pueden identificar tendencias de mercado y factores que influyen en la aceptación del producto dentro de un período específico, proporcionando información clave para evaluar la factibilidad del emprendimiento.

6.2.11 De acuerdo en el tiempo en que se efectúan

Muguira (2015) explica que el análisis cronológico, cuyo nombre proviene del término "cronos" (tiempo), se centra en el estudio de fenómenos que ocurren en un momento específico o dentro de un período temporal reducido. En el marco de esta

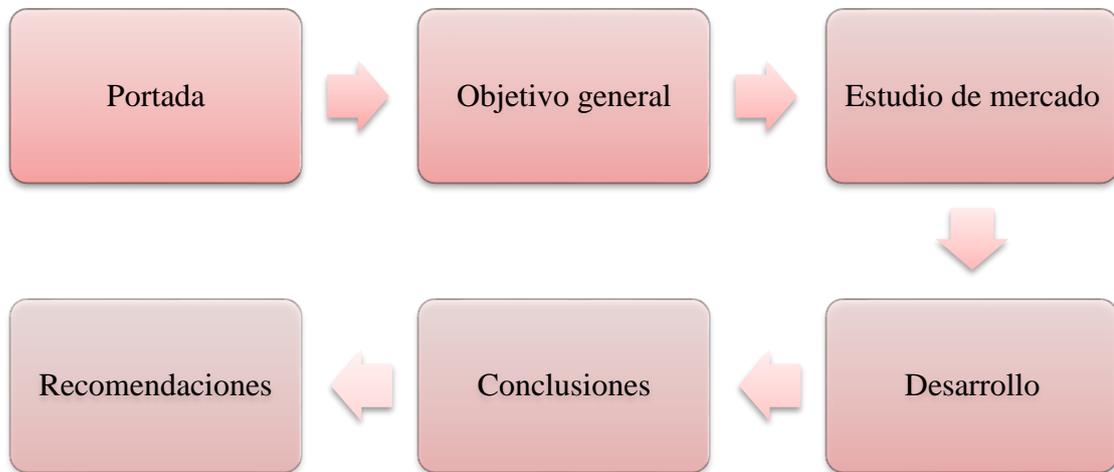
investigación, este tipo de análisis resulta fundamental para evaluar la aceptación y viabilidad del emprendimiento de bálsamo natural en la industria cosmética, permitiendo identificar tendencias de consumo y factores que inciden en la demanda dentro de un lapso determinado.

Tabla 3 Metodología para cada objetivo

Elaborado por: Gualinga Vanessa (2024)

Figura 3 Elementos de un informe técnico

		investigación	Técnicas
<p>Objetivo 1: Aplicar el estudio de economía de mercado que determine la factibilidad para la creación del emprendimiento a base de remolacha en la ciudad de Tena.</p>	Cuantitativo	Deductivo	Encuesta Tabulación Interpretación de resultados
<p>Objetivo 2: Diseñar los instrumentos que establezcan la factibilidad de la creación del emprendimiento de bálsamo natural en la base de remolacha.</p>	Mixto	Cuantitativo	Indicadores de medición
<p>Objetivo 3: Elaborar el informe de factibilidad técnica económico y financiero para la creación del emprendimiento de bálsamo natural para labios.</p>	Cuantitativo	Cualitativa	Análisis de resultados Modelo de comercialización



Elaborado por: Gualinga Vanessa (2024)

6.4.2. Metodología para el Objetivo 1

- Aplicar el estudio de economía de mercado que determine la factibilidad para la creación del emprendimiento a base de remolacha en la ciudad de Tena.

Para alcanzar el objetivo 1, se utiliza una encuesta estructurada dirigida a los residentes de la rea urbana de la ciudad de Tena. Las respuestas recopiladas proporcionaran información clave para el desarrollo de este estudio.

Figura 4 Metodología objetivo 1



Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

6.4.2. Metodología para el Objetivo 2

- Diseñar los instrumentos que establezcan la factibilidad de la creación del emprendimiento del bálsamo natural en la base de remolacha.

Figura 5 Metodología objetivo 2



Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

Para determinar la factibilidad de producir y comercializar un bálsamo natural a base de remolacha en el área urbana de la ciudad de Tena, se aplicó un enfoque basado en el paradigma positivista, empleando tanto en métodos cuantitativo como cualitativos. Este análisis incluyó una evaluación detallada de los materiales e insumos necesarios para su fabricación y comercialización. El proceso se realizó con el propósito de calcular los costos involucrados y optimizar la rentabilidad del proyecto en función de este objetivo se llevaron a cabo los cálculos correspondientes para sustentar la viabilidad del producto.

6.4.3. Metodología para el Objetivo 3

- Elaborar el informe de factibilidad técnica económico y financiero para la creación del emprendimiento de bálsamo natural para labios

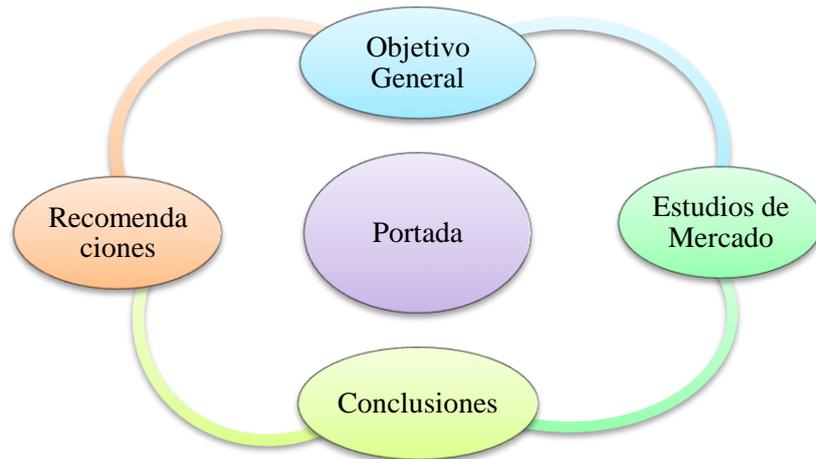
Figura 6 Metodología objetivo 3



Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

Elaborar un informe técnico que permita evaluar la viabilidad económica y financiera del producto, mediante la recopilación de datos relevantes, el análisis de costos y beneficios, y la formulación de estrategias de inversión y comercialización que garanticen la sostenibilidad del emprendimiento.

Figura 7 Formato de informe



13 6. RESULTADOS

7.4.1. Resultados del Objetivo 1

- Realizar un estudio de mercado que determine el nivel de aceptación para la factibilidad de creación de un bálsamo natural de remolacha.

Dentro del estudio de mercado se utilizó las siguientes herramientas que se desarrolló como:

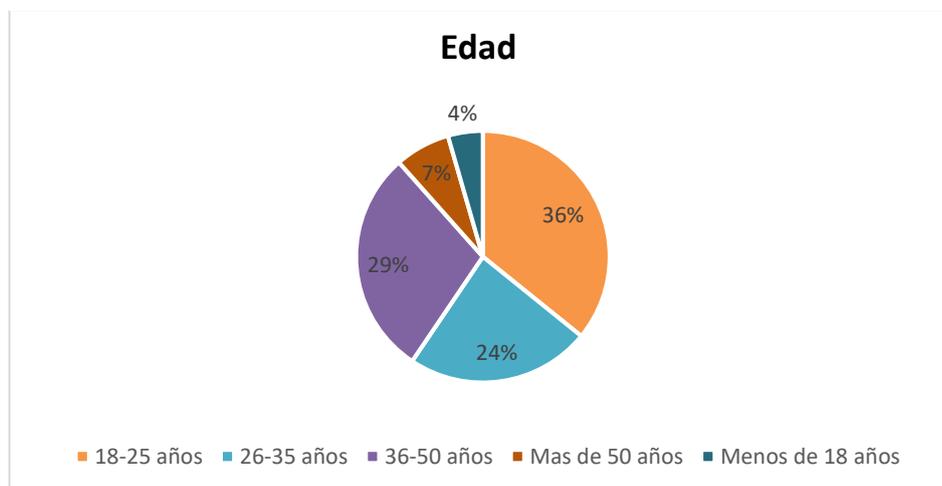
- Encuesta

Pregunta 1 Edad

Tabla 4 Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
18-25 años	137	36%
26-35 años	90	24%
36-50 años	111	29%
Mas de 50 años	27	7%
Menos de 18 años	17	4%
	382	100%

Gráfico 3 Edad



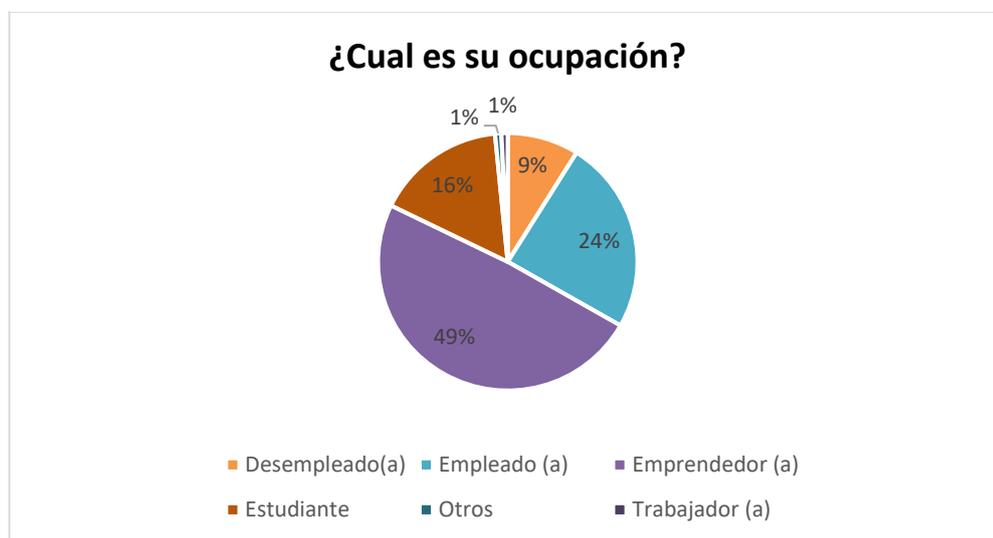
Interpretación: en este grafico podemos observar que de las 381 encuestados se evidencia que el 34% corresponde a la edad de 18-25 años. El 32.7% son de 36-50 años, el 20% representa a la edad de 26-35 años y el 8% a más de 50 años en adelante.

Pregunta 2.- ¿cuál es su ocupación??

Tabla 5 Ocupación encuestado

¿Cuál es su ocupación?	Cantidad	Porcentaje
Desempleado(a)	34	9%
Empleado (a)	93	24%
Emprendedor (a)	187	49%
Estudiante	62	16%
Otros	3	1%
Trabajador (a)	3	1%
	382	100%

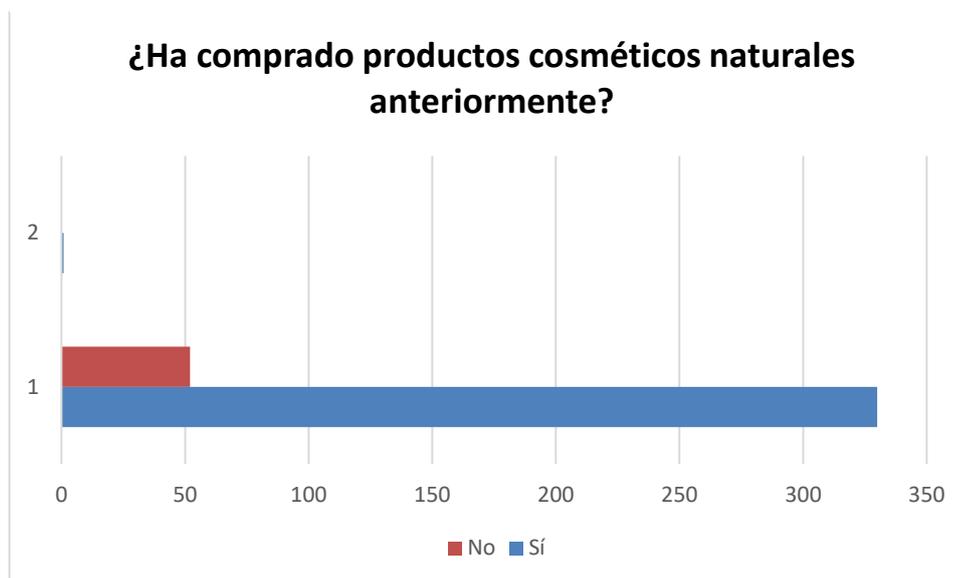
Gráfico 4 Ocupación encuestado



Interpretación. - podemos observar que 49% son emprendedores, el 24.3% son empleados, mientras que el 16.2% son estudiantes, cuando el 8.9 son personas desempleadas, y el 0.8% son trabajadores y por último en otros es un 0.8%.

Tabla 6 Pregunta 3 ¿Ha comprado productos cosméticos naturales anteriormente?

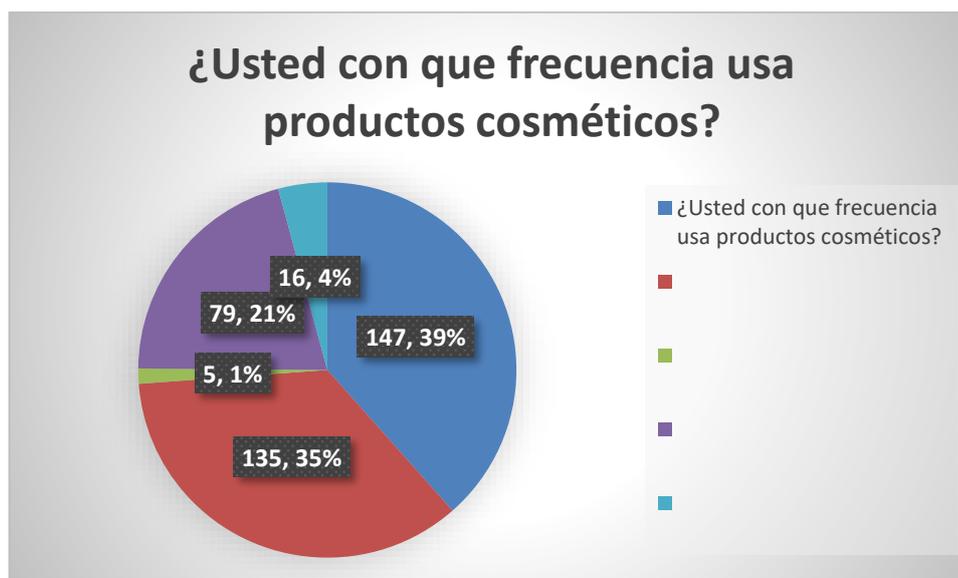
Gráfico 5 Compra de productos cosméticos



Interpretación. - En la pregunta 3 se puede evidenciar que el 86.4% a comprado productos naturales, mientras que el 13.6% no lo ha comprado. **Tabla 7 Pregunta 4** ¿Usted con qué frecuencia usa productos cosméticos?

Tabla 6 Frecuencia de uso de productos

Gráfico 6 Frecuencia de uso de productos



Interpretación. - De acuerdo a la información se puede observar en el gráfico 4 en que el 38.5% es de a veces, mientras el 35.3% es de casi siempre, el 20.7% es de rara vez, mientras que el 4.2 es de siempre y por último el 1.30 es de nunca

Tabla 8 Pregunta 5 ¿Qué aspecto valoras más en un producto cosmético?
(Selecciona hasta 3)

Tabla 7 Valoración producto cosmético

¿Qué aspecto valoras más en un producto cosmético? (Selecciona hasta 3)	Cantidad	Porcentaje
Calidad	7	20%
Empaque ecológico	2	6%
Precio	23	66%
Ingredientes naturales	3	9%
	35	100%

Gráfico 7 Valoración producto cosmético



Tabla 9 Pregunta 6 : ¿Por que medio quisiera usted conocer o recibir información sobre el producto ?

Tabla 8 Medios de publicidad

¿Por qué medio quisiera usted conocer o recibir información sobre el producto?	Cantidad	Porcentaje
Farmacia	9	19%
Mercados locales	17	35%
Redes sociales	4	8%
Tiendas en línea	9	19%
Tiendas físicas	7	15%
Radios	1	2%
Otros	1	2%
	48	100%

Gráfico 8 Medios de publicidad

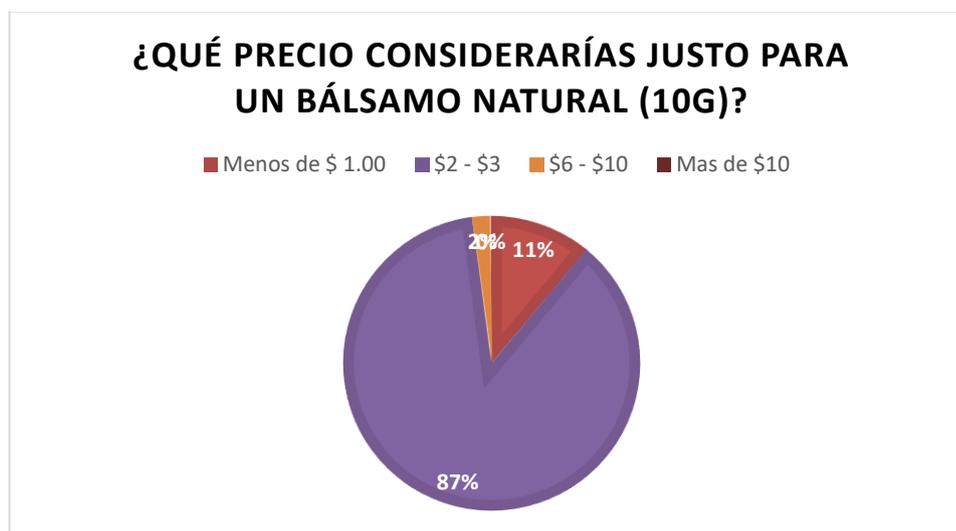


Tabla 10 Pregunta 7 ¿Qué precio considerarías justo para un bálsamo natural?

Tabla 9 Precio productos

¿Qué precio considerarías justo para un bálsamo natural (10g)?	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$ 1.00	42	11%
\$2 - \$3	332	87%
\$6 - \$10	7	2%
Mas de \$10	1	0%
	382	100%

Gráfico 9 Precio productos



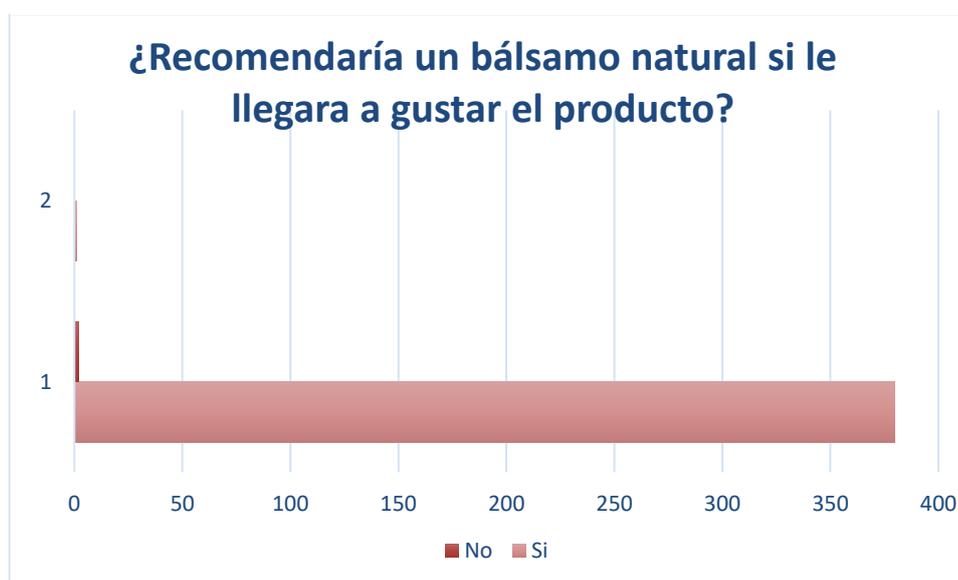
Interpretación con base a la encuesta aplicada se pudo determinar que el 86.9% compraría el producto en \$1.00, mientras que el 11% sería del precio de \$2.00 entre los \$ 3.00, y 1.8% no tan acertada le compraría en \$6.00 a \$ 10.00 pero claramente viendo en que tan bueno sea el producto y por último el de \$10.00 no lo comprarían ya que los resultados arrojan un 0.

Tabla 11 Pregunta 8 ¿Recomendaría un bálsamo natural si le llegara a gustar el producto?

Tabla 10 Recomendación del producto

¿Recomendaría un bálsamo natural si le llegara a gustar el producto?	Cantidad	Porcentaje
Si	380	99%
No	2	1%
	382	100%

Gráfico 10 Recomendación del producto



Interpretación se puede verificar en esta encuesta que la gran mayoría de personas habituales alrededor están dispuestos a recomendar el bálsamo natural que es el 99.5% es un SI, mientras que con un bajo porciento es de un NO es un total del 2%.

- **7.4.2. Resultados del Objetivo 2 Diseñar los instrumentos que establezcan la factibilidad de la creación del emprendimiento de bálsamo natural en la base de remolacha.**

A continuación, se presenta el análisis inicial sobre la viabilidad de crear un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de bálsamos naturales a base de remolacha en la ciudad de Tena.

LUXURY and MAGIC

Del 01 al 31 de DICIEMBRE DE 2024

Tabla 11 Estado de situación inicial

ACTIVO	Año 0
Activo corriente	
caja	\$ 175,19
banco	\$ 2.326,64
Total, activo corriente	\$ 2.501,83
Activo no corriente	
equipo de computo	\$ 469,99
muebles y enseres	\$ 153,50
maquinaria y equipo	\$ 123,49
(-) depreciaciones	
Total, Activo no corriente	\$ 746,98
Otros activos	
adecuaciones	\$ 610,43
Total, otros activos	\$ 610,43
TOTAL, ACTIVO	\$ 3.859,24
PASIVO	
Pasivo no corriente	
obligaciones a largo plazo	\$ 2.924,00
TOTAL, PASIVO	\$ 2.924,00
PATRIMONIO	
Capital	\$ 935,24
Utilidad perdida del ejercicio	
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 935,24
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 3.859,24

De este modo, considerado un total de activos de \$ 2.501.83, total de pasivos \$ 2.924.00 y un patrimonio de \$ 935.24 dólares; esta tabla se elabora tomando como referencia los montos previstos para la producción de los bálsamos.

- 7.4.2.2 ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION Y VENTA

LUXURY AND MAGIC

DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

Tabla 12 Estado de Costos de Producción y Venta

ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA LUXURY and MAGIC DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

	Año1
MATERIA PRIMA	\$387,95
Costo de MP	\$387,95
MANO DE OBRA	\$1.504,00
Mano de obra directa	\$1.504,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
	\$905,47
Costos Indirectos de Fabricación	\$905,47
COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA	\$2.797,41

La tabla 12 Se presenta los costos de producción, los cuales incluyen la materia prima con un valor de \$ 387.95, la mano de obra por \$ 1.104.00 y los costos indirectos de fabricación que ascienden a \$ 926.87. en total, el costo de producción y venta alcanza los \$ 2.797.41.

7.4.2.3 ESTADO DE RESULTADOS

LUXURY AND MAGIC

DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

Tabla 13 Estado de Resultados

	Año1
INGRESOS	
Ventas netas	\$11.000,48
(=) TOTAL DE INGRESOS	\$11.000,48
(-) Costos de producción	\$2.797,41
(=) Utilidad Bruta en ventas	\$8.203,07
EGRESOS	
(-) Gastos de ventas	\$360,00
(-) Gastos administrativos	\$1.025,40
(=) Utilidad o perdida operacional	\$6.817,67
(-) Gastos financieros	\$345,30
(-) Impuesto a la renta	\$60,00
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$6.412,37

- **7.4.2.4 Inversión física**

Parte de esta esencial del proyecto en la inversión física, aquí se refleja las adecuaciones y activos fijos para su funcionamiento del emprendimiento.

a. Activos fijos tangibles

Estos se encuentran conformados y apropiado del negocio de acuerdo a las necesidades.

Tabla 14 Activos fijos

No	Concepto	TOTAL
1	Adecuamiento	\$605,86
2	Equipo de computación	\$512,99
3	Maquinaria y Equipo	\$22,95
4	Muebles y enseres	\$111,60
TOTAL		\$1.253,40

La tabla 15 presenta el desglose de los activos fijos de la empresa, incluso adecuaciones, equipos de computación, maquinaria y mobiliario, con un valor total de \$ 1.253.40 dólares.

Tabla 15 Adecuaciones

Área Física	Tipos de Adecuamiento	Artículos Empleados	Cantidad Unitaria	Costo Unitario	TOTAL
Área de producción	Iluminación	Lámparas de 16w-20w de un 2m	4	\$20,00	\$80,00
Área de Almacenamiento	Iluminación	Lámparas de 16w-20w de un 2m	4	\$20,00	\$80,00
Área de Venta	Ventas exhibición	Vitrinas	2	\$160,43	\$320,86
Área de Almacenamiento	Almacenamiento	Anaqueles	1	\$125,00	\$125,00
TOTAL					\$605,86

La tabla 16 nos detalla la inversión de \$ 605.86 dólares destinado las áreas de producción, almacenamiento y ventas, se especifica las cantidades, costos unitarios y la ubicación precisa de cada adaptación.

Tabla 16 equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Área Física	Tipos de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	TOTAL
Área de venta	Computador HP Core i5	1	\$360,00	\$360,00
	Impresora ESPON L4150	1	\$152,99	\$152,99
TOTAL				\$512,99

La tabla 17 detalla que reanuda la inversión en equipo de cómputo, que se asciende a \$512.99 dólares, e incluye la adquisición de una computadora (\$360.00) y una impresora (152.99 dólares).

Tabla 17 Maquinaria y Equipo

Área Física	Tipos de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	TOTAL
Área de Producción	Tasa medidora	1	\$2,50	\$2,50
	Paleta	1	\$1,95	\$1,95
	cuchara	1	\$8,50	\$8,50
	Balanza digital (1000 g x 0,1 g)	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL				\$22,95

En la tabla 17 nos detalla la maquinaria y el equipamiento en el aérea de producción para la elaboración de las cremas, con un cargo total de \$ 22. 95

Tabla 18 Muebles y enseres

Área Física	Tipos de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	TOTAL
Atención al público y consumo	Mesa Trabajo (acero inoxidable)	1	\$25,00	\$25,00
	Sillas	2	\$5,80	\$11,60
	Escritorio	1	\$75,00	\$75,00
TOTAL				\$111,60

La tabla 18 especifica que los muebles y enseres indispensables para un negocio, representando una inversión total de \$ 111.60

b. Depreciaciones

Para este cálculo las depreciaciones se empleó el método lineal que resta proyectadas, cabe mencionar que los activos fijos se calcularon de acuerdo a la ley de régimen tributario del Ecuador y su reglamento.

Tabla 19 Depreciación Equipo de Computo

Descripción	Valor de costo	Valor Residual	D. Anual	D. mensual
Computador HP Core i5	\$360,00	\$118,80	\$80,40	\$6,70
Impresora EPSON L495	\$152,99	\$50,49	\$34,17	\$2,85
TOTAL	\$512,99	\$169,29	\$114,57	\$9,55

La tabla 20 nos muestra la depreciación anual de los activos fijos de equipo de cómputo, con \$ 80.40 dólares para el computador y \$ 34.17 dólares para la impresora, sumando un total de \$ 114.57 dólares anuales.

Tabla 20 Depreciación maquinaria y equipo

Descripción	Valor de costo	Valor Residual	D. Anual	D. mensual
Tasa medidora	\$2,50	\$0,25	\$0,23	\$0,02
Paleta	\$1,95	\$0,20	\$0,18	\$0,01
cuchara	\$8,50	\$0,85	\$0,77	\$0,06
Balanza electrónica digital (1000 g x 0,1 g)	\$10,00	\$1,00	\$0,90	\$0,08
TOTAL	\$22,95	\$2,30	\$2,07	\$0,17

En la tabla 21, se calcula la valoración de la maquinaria y el equipo que asigna a la operación del negocio. Para aplicar el método de depreciación en línea recta, obteniendo un monto total de 2.07 dólares.

Tabla 21 Depreciación muebles y enseres

Descripción	Valor de costo	Valor Residual	D. Anual	D. mensual
Mesa Trabajo (acero inoxidable)	\$25,00	\$2,50	\$2,25	\$0,19

Sillas	\$5,80	\$0,58	\$0,52	\$0,04
Escritorio	\$75,00	\$7,50	\$6,75	\$0,56
TOTAL	\$105,80	\$10,58	\$9,52	\$0,79

La tabla 22 presenta el cálculo de la depreciación de los muebles y enseres, cuyo valor asciende a \$ 9.52 dólares.

c. Activos diferidos Intangibles

Los activos diferidos corresponden a los gastos asociados a la constitución de la empresa, incluyendo trámites legales, permisos, patentes, contribuciones y otros requerimientos administrativos.

Tabla 22 Activos diferidos Intangibles

N°	Concepto	TOTAL
1	Tangibles	\$1.253,40
2	Intangible	\$1.572,59
3	Capital de Trabajo	\$935,24
TOTAL		\$3.761,23

Los costos asociados a la constitución del negocio asciendes a \$1.253,40. Aunque los gastos asignados al registro y obtención de licencia alcanza los \$1.572,59 y adicionalmente se contempla que en una partida de \$935,24 dólares.

- **7.4.2.5 Gastos**

a. Gastos administrativos

Tabla 23 Servicio básicos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Energía eléctrica	1	\$12,00	\$12,00
Internet	1	\$20,00	\$20,00
Agua	1	\$3,00	\$3,00
TOTAL, MENSUAL			\$35,00
TOTAL, ANUAL			\$420,00

Los servicios básicos requeridos incluyen energía eléctrica por un valor de \$12,00, telefonía e internet por un \$ 20.00 y suministros de agua por \$ 3.00. en conjunto, estos servicios representan un costo mensual de \$ 35.00 y un total anual de \$ 420.00.

Tabla 24 Suministros de materiales y limpieza

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Guantes de látex	Caja	2	\$6,00	\$12,00
Mandil	Individual	1	\$3,00	\$3,00
Mascarillas	Caja	1	\$2,00	\$2,00
Tachos de basura	Individual	1	\$2,00	\$2,00
Desinfectantes	Galón	2	\$5,00	\$10,00
Fundas Industriales de basura	Paquete	5	\$1,00	\$5,00
Trapeador	Individual	1	\$3,00	\$3,00
Recogedor de basura	Individual	1	\$1,00	\$1,00
Escoba	Individual	1	\$2,00	\$2,00
Toallas 80cm x 150cm	Rollo	2	\$3,50	\$7,00
TOTAL, MENSUAL				\$47,00
TOTAL, ANUAL				\$564,00

La tabla 25 presenta el desglose de los suministros de materiales y productos de limpieza, cuyo costo asciende a \$ 47.00 dólares mensuales, equivalentes a un total anual de \$ 564.00 dólares.

Tabla 25 Suministros de oficina

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Esferos	Individual	3	\$0,45	\$1,35
Resaltador	Individual	2	\$0,60	\$1,20
TOTAL, MENSUAL				\$2,55
TOTAL, ANUAL				\$30,60

La tabla 26 muestra el costo asignado a los suministros de oficina, el cual asciende a \$ 30.60

Tabla 26 Mano de obra indirecta

Detalle	Descripción	Remuneración	Aporte Patronal (11,15%)	XII	XIV	Fondos de Reserva	Vacaciones	TOTAL	
Trabajador									
1	Administrador	\$470,00	\$52,41	\$39,17	\$39,17	\$39,17	\$24,48	\$ 664,38	Mensual
TOTAL, ANUAL								\$ 7.972,59	Anual

La tabla 27 muestra que la mano de obra indirecta corresponde al propietario del negocio, con un salario de \$ 470.00 dólares, más el aporte y beneficio legales lo que da un total mensual de \$ 664.38 y un anual de \$ 7.972,59 dólares.

Tabla 27 Costo de mano de obra directa

Detalle	Descripción	Remuneración	TOTAL
Trabajador 2	Producción	125,33	\$125,33
TOTAL, ANUAL			\$1.504,00

El costo de mano de obra directa corresponde a un trabajador contratado sin relación de dependencia, remunerado mediante factura. La tarifa es de \$ 1.96 por hora, con una jornada de 4 horas diarias, 4 días a la semana, totalizando \$ 125.33 mensuales y \$1.504,00 dólares anuales.

b. Gasto de venta

Los gastos de venta son en que se emplean la apertura del emprendimiento y se detallan de la siguiente manera

Tabla 28 Gastos de venta

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Gastos que representan desembolso:				
Costo y Promociones	Monetario	1	\$15,00	\$15,00
Publicidad sobre ventas	Monetario	1	\$15,00	\$15,00
TOTAL, MENSUAL				\$30,00
TOTAL, ANUAL				\$360,00

La tabla 29 presenta los gastos de venta, que abarcan promociones y publicidad de los productos, con un monto mensual de \$ 15.00, mantenido de igual forma para los años siguientes.

- 7.4.2.6 Costos de producción
 - a. La materia prima está compuesta por los ingredientes en las cantidades requeridas para su elaboración.
 - b. El costo unitario de mano de obra es de \$0.63 y el costo total de mano de obra directa asciende a 125.33.

Tabla 29 Gastos de venta

COSTO DE MANO DE OBRA	
Costo de la M.O. D	\$125,33
Unidad de Producción Requerida Mensual	200
Costo Unitario de M.O. D	0,63

Al mes se planifico que se va a elaborar 200 unidades, obteniendo un costo por unidad de \$ 0.63 ctvs.

A continuación, se especifican los materiales y sus costos correspondientes, con la planificación de elaborar dos presentaciones: 5g y 15g.

Tabla 30 Materia prima 5g

MATERIA PRIMA 5g (bálsamo de remolacha)					
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total	
manteca de karité	1	g	0,03200	\$0,03	
aceite de coco	1	ml	0,00212	\$0,00	
esencia de vainilla	0,1	g	0,00350	\$0,00	
extracto de remolacha	0,75	g	0,00050	\$0,00	
coco seco	0,1	g	0,00009	\$0,00	
Costo Total de Materia Prima				\$0,03	
Costo Total de CIF				\$0,00	
Costo de Mano de Obra Directa				\$0,63	
Costo Total de Producción				\$0,66	
Margen Utilidad 50%				\$0,33	
P.V. P				\$0,99	

El costo de producción del bálsamo de 5g es de \$ 0.03ctvs, desglosado en \$ 0.00ctvs de materia prima, \$ 0.63ctvs de mano de obra directa. El precio de venta al público es de \$ 0.99 dólares por unidad

Tabla 31 Materia prima 15 g

MATERIA PRIMA (Balsamo de remolacha)					
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total	
manteca de karité	2	g	0,03200	\$0,06	
aceite de coco	0,1	ml	0,00212	\$0,00	
esencia de vainilla	0,3	g	0,00350	\$0,00	
extracto de remolacha	2,25	g	0,00050	\$0,00	
coco seco	0,1	g	0,00009	\$0,00	
Costo Total de Materia Prima				\$0,07	

Costo Total de CIF	\$0,00
Costo de Mano de Obra Directa	\$0,63
Costo Total de Producción	\$0,69
Margen Utilidad 50%	\$0,35
P.V. P	\$1,04

El costo de producción del bálsamo de 15g es de \$0.07 desglosado en \$ 0.00 de materia prima, \$ 0.63 de mano de obra directa. El precio venta al público es de \$ 1.04 por unidad.

A continuación, se detalla las estimaciones de venta de las 2 presentaciones a elaborar.

Tabla 32 Estimación de producción y venta 5g

PVP (BALSAMO 5G)			
Días	Cantidad	P.V.P	Total, Ventas
Lunes	100	\$0,99	\$99,23
Martes	100	\$0,99	\$99,23
Miércoles	100	\$0,99	\$99,23
Jueves	100	\$0,99	\$99,23
Ventas Semanal			\$396,91
Ventas Anuales			\$4.762,92

El precio unitario del bálsamo de 5g es de \$ 0.99 con ventas estimadas de 100 unidades diarias, se proyecta un total de ventas semanales de \$ 396.91 y ventas anuales de \$ 4.762,92.

Tabla 33 Estimación de producción y venta 15g

PVP (BALSAMO 15g)			
Días	Cantidad	P.V.P	Total, Ventas
Lunes	125	\$1,04	\$129,95
Martes	125	\$1,04	\$129,95
Miércoles	125	\$1,04	\$129,95
Jueves	125	\$1,04	\$129,95
Ventas Semanal			\$519,80
Ventas Anuales			\$6.237,56

Con un precio unitario de \$ 1.04 y una venta estimada de 125 unidades diarias, se proyectan ingresos semanales de \$ 519.80 y anuales \$ 6.237.56.

- c. **Estimación de ingresos:** los ingresos se calculan en base de la cantidad de bálsamos vendidos por día, semana y año considerando el precio de venta al público.

Tabla 34 Estimación de ingresos de los costos totales de cada bálsamo

Días a producir	Estimación de ingresos					
	15g			5g		
	Q	P.V. P	Total, Ventas	Q	P.V.P	Total, Ventas
Lunes	125	\$1,04	\$129,95	100	\$0,99	\$99,23
Martes	125	\$1,04	\$129,95	100	\$0,99	\$99,23
Miércoles	125	\$1,04	\$129,95	100	\$0,99	\$99,23
Jueves	125	\$1,04	\$129,95	100	\$0,99	\$99,23
Ventas Semanal		\$519,80			\$396,91	
Ventas Anuales		\$6.237,56			\$4.762,92	
TOTAL, VENTAS ANUALES		\$11.000,48				

Tabla 35 Costos Fijos

Rubros	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Básicos	\$35,00	\$420,00
Suministros de materiales y limpieza	\$235,00	\$2.820,00
Suministros de Oficina	\$4,05	\$48,60
Depreciación	\$10,51	\$126,16
TOTAL C.F	\$284,56	\$3.414,76

Tabla 36 Costos variables

Rubros	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$29,81	\$357,77
Mano de Obra Directa	\$125,33	\$1.504,00
TOTAL C.V	\$155,15	\$1.861,77

Tabla 37 Costos total

COSTO TOTAL ANUAL	
CT= CF+CV	
CT=	\$5.276,53

Tabla 37 Capital Propio

CAPITAL PROPIO	
CT= CT-(Depreciación Amortización) *30días/360	
CT=	\$935,24

Luego de calcular los costos fijos, variables y capital de trabajo, se procede a evaluar el entorno económico del emprendimiento, lo que permite identificar los activos disponibles para la planificación de la inversión.

7.4.3. Resultados del Objetivo 3 elaborar el informe técnico de factibilidad para la creación de un emprendimiento de bálsamo natural en la industria cosmética, en la ciudad de Tena

El siguiente informe técnico de factibilidad económica tienen lo siguiente:

- Portada
- Objetivo general
- Misión, visión y metas
- Estudio económico de mercado
- Desarrollo
- Conclusiones
- Recomendaciones

**INFORME TÉCNICO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE
BÁLSAMO NATURAL EN LA INDUSTRIA
COSMÉTICA, EN LA CIUDAD DE TENA**



Autor: Gualinga Cerda Erika Vanessa

Tena – Ecuador

2025

14 INDICE DE CONTENIDO

Objetivo	ii
Mision	iii
Vision	iv
filosofia	vi
valores	vii
politicas	viii
estudio economico de mercado	x
desarrollo	xi
plan de inversion	xi
plan de financiamiento	1
<u>tabla de amortizacion</u>	
CONCLUSIONES	10
RECOMENDACIONES	11
BIBLIOGRAFÍA	12
ANEXOS	13

Objetivo

Ofrecer productos seguros y de calidad con enfoque a largo plazo

Misión

Ofrecer bálsamos naturales, elaborados con ingredientes ecológicos, que nutran y protejan la piel, promoviendo el bienestar y el cuidado ambiental en la ciudad de Tena.

Visión

Ser una marca líder en productos cosméticos naturales en la regio, reconocida por su innovación, compromiso con el medio ambiente y satisfacción del cliente.

Filosofía

Creemos en la importancia de la belleza natural y el respeto por el medio ambiente. Nuestro compromiso es crear productos que sean beneficiosos para la piel y sostenible para el planeta, utilizando ingredientes naturales, procesos responsables y fomentado el desarrollo local.

- Innovación
- Calidad sencillas
- Confianza
- Calidad natural

Políticas

- Ofrecer un servicio de atención al cliente amable, rápido y efectivo
- Investigar y desarrollar nuevas fórmulas y productos para satisfacer las necesidades.
- Nos comprometemos a ofrecer precios accesibles para nuestros productos.

Estudio de economía de mercado

El estudio económico de mercado para la producción y comercialización de bálsamos naturales en la ciudad de tena está estrechamente vinculado con la oferta y demanda del producto. El proyecto de factibilidad está enfocado en la población del cantón, que cuenta con 39.578 habitantes, quienes representen la demanda potencial, interesados en productos innovadores fabricados localmente. De acuerdo con las encuestas realizadas a 382 habitantes, existe una alta disposición para utilizar el bálsamo natural con los beneficios que ofrece para el cuidado de la piel, lo que indica una buena aceptación del producto en el mercado.

Desarrollo

DETALLE	VALOR
Tasa pasiva	4%
Riesgo país	5%
Recurso propio	\$935,24
Tasa Préstamo	11,51%
Tasa de inflación	2,30%

Plan de inversión

La siguiente tabla es un desglose detallado del plan de inversión, donde se establece un monto unitario de \$ 935.24 derivado de las depreciaciones, cuyo valor asciende a \$93.56 además, se considera un valor de rescate lo que da como resultado un capital inicial requerido de \$ 3935.24 para el negocio.

Tabla 38 Plan de inversión

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)	Depreciación (%)	Depreciación (\$)	Valor rescate (%)	Valor rescate (\$)
1	Tasa medidora	\$2,50	\$2,50	10%	\$0,23	5%	\$0,13
1	Balanza electrónica digital (1000 g x 0,1 g)	\$10,00	\$10,00	10%	\$0,90	5%	\$0,50
1	Mesa Trabajo (acero inoxidable)	\$25,00	\$25,00	10%	\$9,00	5%	\$1,25
3	Sillas	\$5,80	\$17,40	10%	\$0,52	5%	\$0,87
1	Escritorio	\$75,00	\$75,00	10%	\$6,75	5%	\$3,75
1	Gasto de constitución	\$450,00	\$450,00	0%	\$0,00	5%	\$22,50
1	Otros	\$1.042,59	\$1.042,59	0%	\$0,00	5%	\$52,13
2	Registro y Licencia	\$80,00	\$160,00	0%	\$0,00	5%	\$8,00
1	Computadora HP Core i5	\$360,00	\$360,00	33%	\$80,40	5%	\$18,00
1	Impresora EPSON L4150	\$152,99	\$152,99	20%	\$34,17	5%	\$7,65
2	Vitrinas	\$160,43	\$320,86	0%	\$0,00	5%	\$16,04
1	Anaqueles	\$125,00	\$125,00	0%	\$0,00	5%	\$6,25

2	Lámparas de 16w-20w de un 2m	\$20,00	\$40,00	0%	\$0,00	5%	\$2,00
2	Lámpara de 16w-20w de un 2m	\$20,00	\$40,00	0%	\$0,00	5%	\$2,00
1	Capital de trabajo	\$935,24	\$935,24	0%	\$0,00	0%	\$0,00
TOTAL		\$3.464,55	\$3.756,58		\$131,96		\$141,07

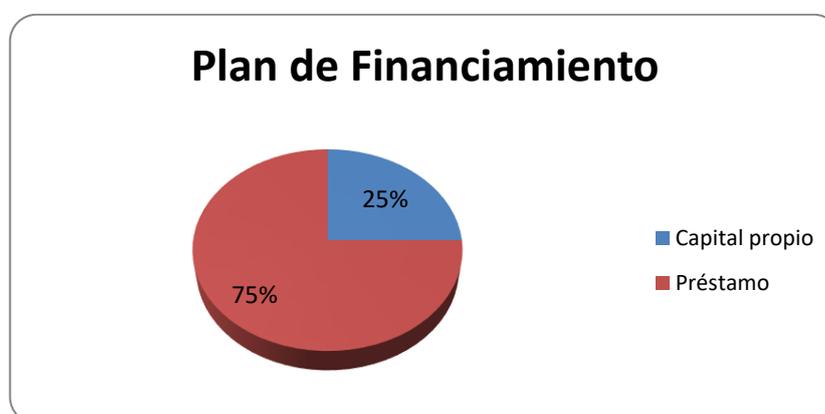
Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

Plan de financiación

Tabla 39 Plan de financiación

	\$	%
I. Inversiones		
Activo tangible	\$1.253,40	66%
Activo intangible	\$1.572,59	4%
Otros Activos	\$935,24	30%
TOTAL	\$3.761,23	100%
II. Financiamiento		
Capital propio	\$935,24	25,00%
Préstamo	\$3.000,00	75,00%
TOTAL	\$3.935,24	100%

Gráfico 11 Plan de financiación



Elaborado por: Erika Vanessa Gualinga Cerda

Análisis

La inversión total del negocio se distribuye en activos tangibles por \$ 1.253.40 dólares, activos intangibles por \$ 1.572.59 (4%) y otros activos por \$ 935.24, representado el 25% mientras que se requiere un préstamo de \$3.000 equivalente a un 75% el total.

Tabla de amortización

El pago anual de las cuotas del crédito, calculado mediante el método francés, se estima en \$977.53 dólares para el año.

Gráfico 12 Tabla de amortización

BANCO DEL AUSTRO	
Tasa de Interés Anual	11,51%
Préstamo	3000,00
N (años)	4
M (Capitalización)	1
Periodos	4
Pagos	\$977,53
Interés	345,3

Gráfico 13 Método francés

METODO FRANCES				
No	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				\$3.000,00
1	\$632,23	\$345,30	\$977,53	\$2.367,77
2	\$705,00	\$272,53	\$977,53	\$1.662,77
3	\$786,14	\$191,39	\$977,53	\$2.213,86

La tabla 42 presenta la línea de crédito obtenida en el banco del austro por un monto de \$ 3.000 con una tasa de interés del 11.51%, destinada a la producción y comercialización del bálsamo de remolacha

Banco del Austro

Segmento:

PYMES

Tasa de Interés Nominal:

10.94%

Sistema de Amortización:

Sistema Francés (Cuota Fija)

Plazo:

36

Tasa de Interés Efectiva:

11.51%

Interés:

534.38

Periodicidad:

mes(es)

Total:

\$3.533,21

Cuota mensual estimada:

98.14

Monto líquido:

\$3.000,00

Seguro de desgravamen:

45.62

TASA CONTRIBUCIÓN SOLCA:

0,50%

Costos y Gastos:

0.00

DATOS DE LA OPERACIÓN DE CRÉDITO SOLICITADA

No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
1	7/2/2024	30	70.79	27.35	98.14	3000.00
2	8/3/2024	30	71.44	26.70	98.14	2929.21
3	8/4/2024	31	71.22	26.92	98.14	2857.77
4	7/5/2024	29	73.58	24.56	98.14	2786.55
5	6/6/2024	30	73.41	24.73	98.14	2712.97
6	8/7/2024	32	72.47	25.67	98.14	2639.56
7	5/8/2024	28	76.30	21.84	98.14	2567.09
8	4/9/2024	30	75.43	22.71	98.14	2490.79
9	4/10/2024	30	76.12	22.02	98.14	2415.36
10	5/11/2024	32	75.39	22.75	98.14	2339.24
11	3/12/2024	28	78.88	19.26	98.14	2263.85
12	2/1/2025	30	78.22	19.92	98.14	2184.97
13	3/2/2025	32	77.65	20.49	98.14	2106.75
14	3/3/2025	28	80.87	17.27	98.14	2029.10
15	2/4/2025	30	80.38	17.76	98.14	1948.23
16	2/5/2025	30	81.11	17.03	98.14	1867.85
17	2/6/2025	31	81.31	16.83	98.14	1786.74
18	1/7/2025	29	83.11	15.03	98.14	1705.43
19	31/7/2025	30	83.35	14.79	98.14	1622.32
20	1/9/2025	32	83.17	14.97	98.14	1538.97
21	29/9/2025	28	85.75	12.39	98.14	1455.80
22	29/10/2025	30	85.65	12.49	98.14	1370.05
23	28/11/2025	30	86.43	11.71	98.14	1284.40
24	29/12/2025	31	86.85	11.29	98.14	1197.97
25	27/1/2026	29	88.35	9.79	98.14	1111.12
26	26/2/2026	30	88.82	9.32	98.14	1022.77
27	30/3/2026	32	89.06	9.08	98.14	933.95
28	27/4/2026	28	90.95	7.19	98.14	844.89
29	27/5/2026	30	91.27	6.87	98.14	753.94
30	26/6/2026	30	92.10	6.04	98.14	662.67
31	27/7/2026	31	92.76	5.38	98.14	570.57
32	25/8/2026	29	93.93	4.21	98.14	477.81
33	24/9/2026	30	94.64	3.50	98.14	383.88
34	26/10/2026	32	95.33	2.81	98.14	289.24
35	23/11/2026	28	96.49	1.65	98.14	193.91
36	23/12/2026	30	97.42	0.89	98.31	97.42
TOTAL:			3000.00	533.21	3533.21	0.00

Después de determinar el financiamiento necesario para la inversión del negocio, se continúa proyectando los costos variables y fijos durante un periodo de cinco años, 2.3% para cada periodo.

Costos variables proyectados					
Tasa del 2,3%					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INV. MATERIA PRIMA	\$387,96	\$396,89	\$406,01	\$415,35	\$424,91
MANO DE OBRA DIRECTA	\$1.504,00	\$1.538,59	\$1.573,98	\$1.610,18	\$1.647,22
OTROS	\$897,57	\$918,21	\$939,33	\$960,93	\$983,04
TOTAL	\$2.789,53	\$2.853,69	\$2.919,32	\$2.986,47	\$3.055,16
TASA DE CRECIMIENTO		2,3%	2,3%	2,3%	2,3%

Sus costos variables proyectados son los rubros que se muestran del inventario como la materia prima teniendo un monto de \$387.86; la mano de obra es de \$ 1.504.00 y así entre otros tiene el valor de \$ 897.57 y así se obtiene un valor de \$ 2789.53 dólares para el año y así considera que es un 2.3%.

Costos fijos proyectados					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Servicios Básicos	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00
Suministros de materiales y limpieza	\$2.820,00	\$2.820,00	\$2.820,00	\$2.820,00	\$2.820,00
Suministros de Oficina	\$93,56	\$93,56	\$93,56	\$93,56	\$93,56
Depreciación	\$935,24	\$935,24	\$935,24	\$935,24	\$935,24
Promociones y Publicidad	\$15,00	\$960,00	\$960,00	\$960,00	\$960,00
TOTAL	\$4.284,80	\$5.230,80	\$5.231,80	\$5.232,80	\$5.233,80

Cantidad estimada de producción

Q Día	16	4 días
Q Mensual	480	
Q Anual	5760	

Aquí se puede ver la cantidad que se realizara de bálsamos son 16 diarias, por lo que semanalmente se lo va elaborar una cantidad estimada de 480 mensuales mientras que anuales será 5760.

Cantidad estimada de producción proyectada

CANTIDAD ESTIMADA DE PRODUCCIÓN PROYECTADO

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Cantidad (Q)	5760	5892	6028	6167	6308
Tasa de sustentable de Crecimiento (g)		2,30%	2,30%	2,30%	2,30%

La cantidad que se estima de producción de bálsamos son de 5760 anuales por año, con una tasa de 2.3% asi siendo proyectada para cinco años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos/Ventas		\$11.000,48	\$11.253,49	\$11.512,33	\$11.512,33	\$11.777,11
Total		\$11.000,48	\$11.253,49	\$11.512,33	\$11.512,33	\$11.777,11
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Gastos de Administración		\$930,60	\$952,00	\$973,90	\$996,30	\$1.019,21
Compra materia prima		\$387,96	\$908,55	\$929,44	\$950,82	\$972,69
Gastos de venta (-)		\$360,00	\$368,28	\$376,75	\$385,42	\$394,28
Depreciación		\$93,56	\$95,72	\$97,92	\$100,17	\$102,47
Total		\$1.585,00	\$2.133,11	\$2.182,18	\$2.232,37	\$2.283,71
C. FLUJO OPERACIONAL		\$9.415,49	\$9.120,38	\$9.330,15	\$9.279,96	\$9.493,40
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito	\$3.000,00					
Capital Propio	\$935,24					
Total	\$3.935,24	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

E. EGRESOS NO OPERACIONALES

Pago interes		\$345,30	\$242,49	\$127,84	\$0,00	\$0,00
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Muebles y enseres	\$94,50					
Equipo de computación	\$375,00					
Maquinaria y equipo	\$19,30					
Activos diferidos	\$450,86					
Total	\$939,66	\$345,30	\$242,49	\$127,84	\$0,00	\$0,00
FLUJO NO OPERACIONAL	\$2.995,5					
FLUJO NETO GENERADO	8	8	8	8	8	8
	\$2.995,5	\$9.070,19	\$8.877,89	\$9.202,31	\$9.279,96	\$9.493,40
SALDO INICIAL DE CAJA	\$0,00		\$12.065,7	\$20.943,6		
SALDO FINAL DE CAJA	\$2.995,5	\$12.065,7	\$20.943,6	\$30.145,9	\$30.145,97	\$39.425,93
	8	7	6	7	\$39.425,93	\$48.919,32

**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA
LUXURY and MAGIC DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE
DE 2024**

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
MATERIA PRIMA	\$387,96	\$396,89	\$406,01	\$415,35	\$424,91
Costo de MP	\$387,96	\$396,89	\$406,01	\$415,35	\$424,91
			\$1.573,9	\$1.610,1	\$1.647,2
MANO DE OBRA	\$1.504,00	\$1.538,59	8	8	2
Mano de obra directa	\$1.504,00	\$1.538,59	\$1.573,9	\$1.610,1	\$1.647,2
			8	8	2
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$897,57	\$918,21	\$939,33	\$960,93	\$983,04
Costos Indirectos de Fabricación	\$897,57	\$918,21	\$939,33	\$960,93	\$983,04
			\$2.919,3	\$2.986,4	\$3.055,1
COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA	\$2.789,53	\$2.853,69	2	7	6

ESTADO DE RESULTADO

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
INGRESOS					
Ventas netas	\$11.000,48	\$11.253,49	\$11.512,33	\$11.777,11	\$12.047,98
(=) TOTAL DE INGRESOS	\$11.000,48	\$11.253,49	\$11.512,33	\$11.777,11	\$12.047,98
(-) Costos de producción	\$2.789,53	\$2.853,69	\$2.919,32	\$2.986,47	\$3.055,16
(=) Utilidad Bruta en ventas	\$8.210,96	\$8.399,81	\$8.593,00	\$8.790,64	\$8.992,83
EGRESOS					
(-) Gastos de ventas	\$360,00	\$368,28	\$376,75	\$385,42	\$394,28
(-) Gastos administrativos	\$930,60	\$952,00	\$973,90	\$996,30	\$1.019,21
(=) Utilidad o pérdida operacional	\$6.920,36	\$7.079,52	\$7.242,35	\$7.408,93	\$7.579,33
(-) Gastos financieros	\$345,30	\$242,49	\$127,84	\$0,00	\$0,00
(-) Impuesto a la renta	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$6.515,06	\$6.777,04	\$7.054,51	\$7.348,93	\$7.519,33

El costo de producción y venta se refleja en que el valor que se necesita para resolver los gastos de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación se representa como la tabla anterior que en su primer año será \$ 2789.23 como costo de producción y venta

Como se puede observar en la tabla anterior se muestra toda la información acerca del estado de resultado que va tener el emprendimiento, así como también los cambios presentados y la operatividad que tiene la empresa.

ACTIVO	Año 0	Año1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente						
Caja	\$175,19	\$201,61	\$201,61	\$201,61	\$201,61	\$201,61
Banco	\$2.326,64	\$2.503,51	\$2.739,79	\$2.802,81	\$2.867,27	\$2.933,22
Total, Activo Corriente	\$2.501,83	\$2.705,12	\$2.941,40	\$3.004,42	\$3.068,88	\$3.134,83
Activo no Corriente						
Equipo de Computo	\$375,00	\$383,63	\$392,45	\$401,47	\$410,71	\$420,15
Muebles y enseres	\$94,50	\$96,67	\$98,90	\$101,17	\$103,50	\$105,88
Maquinaria y Equipo	\$19,30	\$19,74	\$20,20	\$20,66	\$21,14	\$21,62
(-) Depreciaciones		\$93,56	\$95,72	\$97,92	\$100,17	\$102,47
I, Activo no Corriente	\$488,80	\$406,48	\$415,83	\$425,39	\$435,17	\$445,18
Otros activos						
Adecuaciones	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86
Total, Otros Activos	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86	\$450,86
TOTAL, ACTIVO	\$3.441,49	\$3.562,46	\$3.808,09	\$3.880,67	\$3.954,92	\$4.030,87
PASIVO						
Pasivo no corriente						
Obligaciones a largo plazo	\$1,00	\$893,24	\$996,06	\$1.110,70	\$0,00	\$0,00
TOTAL, PASIVO	\$1,00	\$893,24	\$996,06	\$1.110,70	\$0,00	\$0,00
PATRIMONIO						
Capital	\$935,24	\$2.755,87	\$2.785,35	\$2.617,86	\$3.663,95	\$3.728,63
Utilidad o pérdida del ejercicio		\$537,51	\$662,01	\$798,84	\$949,37	\$972,59
TOTAL, PATRIMONIO	\$935,24	\$3.293,38	\$3.447,36	\$3.416,70	\$4.613,32	\$4.701,22
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$936,24	\$4.186,62	\$4.443,41	\$4.527,40	\$4.613,32	\$4.701,22

VAN	
PERIODOS	FLUJO DE CAJA
TASA DE DESCUENTO	11,5%
Inicio de inversión	\$935,24
Año 1	\$12.065,77
Año 2	\$20.943,66
Año 3	\$30.145,97
Año 4	\$39.425,93
Año 5	\$48.919,32
VA	\$358,11
VAN	\$103.277,46

CALCULO DEL TIR	
Año	Proyecto
0	-\$0,12
1	\$12.065,77
2	\$20.943,66
3	\$30.145,97
4	\$39.425,93
5	\$48.919,32
TIR	10482928%

RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	Ingresos. A/Egresos
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	\$11.000,48
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	\$1.585,00
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	6,94

7. CONCLUSIONES

El estudio demostró que la producción y comercialización de bálsamos naturales en Tena es viable tanto técnica como financieramente. Existe una demanda significativa de productos cosméticos naturales, lo que favorece la aceptación del bálsamo en el mercado

Se identificaron insumos accesibles y de calidad para la elaboración del bálsamo, lo que garantiza una producción eficiente y sostenible a largo plazo. Además, el modelo de negocio propuesto permite la reinversión para el crecimiento del emprendimiento.

El proyecto no solo fomenta el uso de ingredientes ecológicos, sino que también contribuye a la generación de empleo en la comunidad, fortaleciendo el desarrollo local.

8. RECOMENDACIONES

Mejorar los procesos de producción mediante la capacitación en técnicas de fabricación eficiente y sostenible. Se sugiere buscar certificaciones de calidad para generar confianza en los consumidores. Ampliar la línea de productos con variantes del bálsamo que incluyan diferentes aromas y beneficios para distintos tipos de piel, con el fin de aumentar la oferta y captar más clientes.

Establecer convenios con tiendas ecológicas, farmacias y distribuidores locales para mejorar la comercialización y aumentar la visibilidad del producto en distintos puntos de venta.

Realizar un monitoreo constante del desempeño financiero y del nivel de aceptación del producto en el mercado, a fin de hacer ajustes estratégicos y garantizar la sostenibilidad del emprendimiento

9. BIBLIOGRAFÍA

- Andino Jimenez, E. M., & Jimenez , M. (20214). indicadores de mediacion de proyectos. *universidad estatal de ambato*.
- antonia, m. (diciembre de 2009). *evaluacion economica* . peticometi.net : https://ivalua.cat/1_Guia6_Economica_diciembre2009
- Carlos Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Buenos Aires : Panapo.
- esan, c. (septiembre de 2016). *conexionesan*. www.esan.edu.pe/conexion-esan/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos
- ETECÉ. (08 de 08 de 2021). <https://concepto.de/objetivo/>. <https://concepto.de/objetivo/>.
- Farrias, G. (17 de 01 de 2024). *delimitacion del problema*. <https://concepto.de/delimitacion-del-problema/>: <https://concepto.de/delimitacion-del-problema/>
- fausto. (s.f.).
- Hernandez, F., & Hernandez, f. (1 de 1 de 2000). *educar*. universidad autonoma barcelona: <https://doi.org/10.5565/rev/educar.272>
- Meza, L. G., & Meza , L. (15 de julio de 2015). *TEC. Tecnológico de Costa Rica*. tecnologica de costa rica: <https://doi.org/10.18845/rdmei.v4i2.2296>
- Morales, N., & Morales , N. (2015). *investigacion explorativa*.
- Napurí, C. G. (25 de 05 de 2022). <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/las-leyes-de-la-oferta-y-la-demanda>
- Pinto, J. E., & Pinto , E. (2018). *Metodologia de la investigacion*. colombia: primera.
- rojas, a. m., & rojas , a. (2024). *analisis economico*.
- S, J. Y. (2021). el impacto socioeconomico en el ecuador. *universidad del oriente*.
- stsepanets, a., & anastacia . (2024). indicadores de gestion. *Ganttropo*.
- Villa Sanchez, A., & Aurello. (2021). *red de informacion educativa*. redined: [https://educar.uab.cat/article/v ...](https://educar.uab.cat/article/v...)
- Westreicher, G. (8 de enero de 2021). *economipedia*. economipedia.com: <https://economipedia.com>

10. ANEXOS

Anexo 1 Encuestas del formulario

 **INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo

Nombre: Erika Vanessa Gualinga Cerda
Curso: 5to "C"

Encuesta de preguntas para desarrollar el Trabajo de Integración Curricular

PREGUNTAS A VALIDA



Objetivo: evaluar la aceptación y vialidad del bálsamo de remolacha en el mercado de la ciudad de Tena, considerando la demanda, preferencias del consumidor y disposición de compra.

1. Edad

18-25 años	<input type="checkbox"/>
26-35 años	<input type="checkbox"/>
36-50 años	<input type="checkbox"/>
Mas de 50 años	<input type="checkbox"/>
Menos de 18 años	<input type="checkbox"/>

Km 1 1/2 Vía Archidona
Napó - Ecuador

Administración
Desarrollo de Software
Gestión de Operaciones Turísticas

0987664845





2. ¿Cuál es su ocupación?

- Desempleado(a)
- Empleado (a)
- Emprendedor (a)
- Estudiante
- Otros
- Trabajador (a)

3. ¿Ha comprado productos cosméticos naturales anteriormente?

- Sí
- No

4. ¿Usted con qué frecuencia usa productos cosméticos?

- A veces
- Casi siempre
- Nunca
- Rara vez
- Siempre

5. ¿Qué aspecto valoras más en un producto cosmético?

- Calidad
- Empaque ecológico
- Precio
- Ingredientes naturales



6. ¿Por qué medio quisiera usted conocer o recibir información sobre el producto?

Farmacia

Mercados locales

Redes sociales

Tiendas en línea

Tiendas físicas

Radios

Otros

7. ¿Qué precio considerarías justo para un bálsamo natural?

Menos de \$ 1.00

\$2 - \$3

\$6 - \$10

Mas de \$10

8. ¿Recomendaría un bálsamo natural si le llegara a gustar el producto?

Si

No



Anexo 4 Procesos y empaques del producto.

