



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos
para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura,
2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Mosqueira Veliz, Daiby Jean (orcid.org/0009-0000-1705-314X)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (orcid.org/0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios por ser mi guía y fortaleza, brindándome voluntad y sabiduría.

A mi madre, quién fue la pieza principal durante el trayecto de mi carrera y el motor que me inspiró, estando siempre allí inculcándome a no rendirme y apoyándome en todo aspecto. Por otro lado, a mi tía Nydia, con su apoyo moral y económico en esta etapa de mi carrera.

Agradecimiento

A mi familia, a mis tíos, y personas que se iban sumando en mi vida dándome su aliento y confianza porque creían en mí, y hoy por hoy son testigos de este logro a lo largo de este proceso que recién inicia.

A los docentes expertos, que, gracias a su orientación y enseñanza, fueron la pieza clave para la elaboración de la presente tesis.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables, operacionalización.....	14
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimiento.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN.....	43
VI. CONCLUSIONES.....	49
VII. RECOMENDACIONES.....	51
REFERENCIAS.....	52
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1	Análisis de la demanda de jabones ecológicos	18
Tabla 2	Cantidad de hospedaje No clasificados.....	19
Tabla 3	Evaluación de la constancia de compra de jabones	20
Tabla 4	Determinación del mercado efectivo	21
Tabla 5	Análisis de la preferencia de proveedores de jabones	21
Tabla 6	Proyección de la oferta.....	22
Tabla 7	Determinación de la demanda no satisfecha	23
Tabla 8	Demanda a atender.....	23
Tabla 9	Capacidad Instalada.....	24
Tabla 10	Demanda a prestar atención	24
Tabla 11	Factores locacionales.....	30
Tabla 12	Requisitos para el cumplimiento con la clasificación MYPE.....	32
Tabla 13	Requerimiento de colaboradores	35
Tabla 14	Descripción de la Inversión	35
Tabla 15	Estructura del Financiamiento	36
Tabla 16	Capacidad de Producción	37
Tabla 17	Estimación de precios	37
Tabla 18	Sistema de producción, ventas e ingresos	37
Tabla 19	Proyección de ingresos	38
Tabla 20	Proyección de Egresos.....	38
Tabla 21	Flujo de caja económico - financiero	39
Tabla 22	Información para análisis económico financiero	39
Tabla 23	Indicadores de análisis	41

Índice de figuras

Figura 1	Flujograma del Proceso Productivo.....	25
Figura 2	Maquinaria para producir	26
Figura 3	Mapa de la Provincia de Piura	29
Figura 4	Estructura organizacional	34

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la viabilidad para fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Busca ofertar jabones ecológicos en la ciudad de Piura, puesto que no existe una empresa que fabrique y comercialice dichos productos. Por otro lado, se tomó como población 683 hospedajes no categorizados, obteniendo como muestra 120. La metodología empleada muestra un diseño no experimental con un corte transversal y de tipo descriptivo. Se utilizó como instrumento la encuesta con una serie de 15 preguntas dirigidos a los dueños de los hospedajes no categorizados para obtener datos de demanda y oferta, obteniendo como resultado que existe un 90.8% de la población encuestada que estarían dispuestos a consumir jabones ecológicos. En cuanto al estudio técnico se conoció que la planta va a operar en la zona industrial con un área de 300 m². Del estudio económico financiero, se determinó que es viable en todos los escenarios, siendo los índices de rentabilidad positivos, además, se demostró que sí existen condiciones favorables de mercado.

Palabras clave: viabilidad, estudio de viabilidad, jabones ecológicos, jabones, empresa de jabones.

Abstract

This research aims to determine the feasibility for the manufacture and marketing of ecological Hotel soaps for the sector of lodgings not categorized in the city of Piura, 2020. It seeks to offer soaps ecological hotel in the city of Piura since that there is a company that manufactures and markets organic soaps. On the other hand, was taken as population 648 obtaining sample 120 lodging not categorized. The methodology used shows a non-experimental design with the descriptive cross-sectional. was used as an instrument the survey with a series of 15 questions directed to the owners of the lodgings not categorized to obtain data on demand and supply, with the result that there is a 90.8% of the surveyed population who would be willing to consume eco Hotel soaps. the technical study was that the plant will operate in the industrial zone with an area of 300 square meters of the financial economic study, determined that it is feasible in all scenarios, being positive profitability indices, in addition, he met that there are favourable market conditions.

Keywords: feasibility, study of feasibility, organic soaps, hotel soaps, SOAP company

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo al Observatorio Turístico Perú (BADATUR –OTP, INEI) en la década última, el rubro del turismo, constituido por restaurantes y alojamiento, ha logrado generar enormes ingresos, los cuales se reflejan en el incremento del PBI del Perú con una participación del 3.75%; el cual tiene como efecto el desenvolvimiento de diversas actividades colaterales que generan impacto en la parte económica del país; el sector hotelero mediante la variedad establecimientos de hospedajes consigue contribuir a dicho incremento, que anualmente va aumentando, por lo tanto; logrando los principales consumidores, vale decir, los turistas, que años consecutivos, con su llegada a las regiones diferentes de la nación, brindan el fomento del crecimiento de la economía mediante el servicio que se le otorga, logrando generar fuentes de labores en diversas actividades del ámbito empresarial como las de servicios y comerciales.

En los cinco últimos años, el Perú ha reflejado un crecimiento favorable en el rubro de hotelería, y gracias al incremento de la demanda, la organización del sector privado internacional y nacional se ha animado a realizar una inversión en este campo. Así lo precisa el informe desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), que refleja entre los años 2011 al 2015, se consiguieron sumar a la oferta del sector hotelero 4,800 establecimientos nuevos de hospedaje, llegando a registrar un incremento de 33% en dicho lapso.

El informe que publicó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (datos disponibles al 18 de agosto de 2016), da a conocer de qué manera ha evolucionado la oferta del sector hotelero en la nación, de acuerdo a la cantidad de establecimientos de hospedajes, lograron crecer en el lapso de evaluación de 33%, el cual corresponde un 3.97% a la comunidad Piurana, logrando una totalidad de 686 establecimientos de hospedajes en la Región.

Acorde a lo manifestado, se ha creado una fuente nueva de trabajo, fortaleciendo la calidad de vida de la comunidad y el desenvolvimiento general de la nación. Vale decir, por el crecimiento de este sector, diversas organizaciones

colaterales se benefician de la instauración de servicios y productos nuevos que puedan satisfacer los requerimientos de los hospedajes; entre ellas; productos para limpiar, menaje, amenities (juegos de sábanas, toallas, shampoo, jabones, acondicionadores), y otros, los cuales son necesarios para el abastecimiento de los de hospedajes.

En el país hay diversidad de organizaciones que se dedican a la actividad de fabricar, comercializar y distribuir jabones, en el sector de hotelería se denominan “amenities”. En Piura, no hay una organización que se dedique de manera exclusiva a fabricar y comercializar jabones ecológicos. Al partir de este problema actual, llega a surgir la necesidad de fomentar la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el sector de hotelería, el cual se enmarcará en la vigente legislación ambiental conservando el entorno ambiental, de igual manera un direccionamiento de responsabilidad con la sociedad. Dichas especificaciones son requisitos vitales para el desarrollo de diversidad de organizaciones, uniendo esfuerzos en aras de producir de forma más sustentable.

El problema planteado previamente, ha dado origen la necesidad de desarrollar el proyecto presente a nivel de viabilidad o factibilidad de aspecto económico y financiero –para la actividad de fabricar y comercializar jabones en el campo ecológico para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, el cual se enfoca en un sistema de recaudación de datos persistente sobre todo lo vinculado con el objeto de investigación, y tiene el propósito de realizar una evaluación sobre la sostenibilidad y rentabilidad de las inversiones que se llegarán a efectuar si se llega a efectuar el proyecto.

Se toma en consideración el planteamiento mediante la pregunta general de estudio ¿Es factible la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, 2020? Referente a las preguntas específicas se consiguen proponer ¿Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro

de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?

En la actualidad, la inversión de una organización se llega a convertir en un desafío verdadero para individuos que logran emprender negocios nuevos, mayor aún si se llega a agregar valor al servicio o producto que se ofertarán. En este panorama, se vio necesidad de brindar una propuesta para la instauración de una planta que pueda fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados. Acorde a lo manifestado, el estudio se logra justificar a través de la investigación y probable propuesta; debido a que en Piura no hay una organización que pueda dedicarse a fabricar dicho producto, sin embargo, sí hay organizaciones que se dedican a distribuir la misma.

El producto, el cual se intenta ofertar, abarca jabones ecológicos, que logran generar impacto fundamental en la industria; debido a que, al tener dichas características, presentan el fundamento principal de preservar el entorno ambiental, de igual manera, el enfoque de actuar con Responsabilidad Social, los dos elementos son requisitos vitales para la ejecución de diversas organizaciones y conseguir que sean aprobados por la legislación actual. Este contexto, permite que los clientes se vuelvan responsables ecológicamente, se consigue crear conciencia con frecuencia más estricta de los representantes legales, y los empleados pueden mostrar valor al compromiso de la organización con el entorno ambiental.

El proyecto en estudio intenta realizar una evaluación sobre la factibilidad del mercado, legal, técnica, económica financiera y administrativa para el desarrollo y fabricación de jabones ecológicos. Para que el estudio sea sólido y consistente, se llega a brindar un fundamento mediante teorías vinculadas al proyecto que se propone; de igual manera esta investigación puede servir como precedente a futuros estudios parecidos.

Referente al objetivo general se considera Definir la factibilidad para fabricar y comercializar de jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Concerniente a los objetivos específicos se toman en cuenta Determinar la factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Determinar la factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Identificar la factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Definir la factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados.

La hipótesis general tiene que ver con, Es factible fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Las hipótesis específicas son, Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; De forma técnica es factible fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Hay factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Hay viabilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados.

II. MARCO TEÓRICO

Concerniente a los antecedentes internacionales, se puede encontrar a Alvarado (2016), en su estudio cuyo título es: Plan de negocios para la producir y comercializar de jabones de forma artesanal en la ciudad de Quito, con el fin de conseguir el Título de Ingeniera en Negocios Internacionales de la Universidad de las Américas, Quito – Ecuador, el cual presenta el objetivo general de definir la viabilidad del establecimiento de una organización que se dedique a producir y comercializar jabones de forma artesanal; el método empleado se realizó mediante un focus group, entrevistas a personas expertas y encuestas, considerando un diseño con un enfoque cuantitativo, cualitativo de tipo descriptivo. El estudio llega a concluir que la actividad de producir y comercialización de jabones de forma artesanales es financieramente y comercialmente factible; de otra parte, la organización va a disponer de un local comercial en dicha ciudad y podrá tener en una plataforma para vender por internet y se dirigirá a segmentos socioeconómicos altos y medios; el instrumento de distribución que se empleará será de forma directa. El análisis de la parte financiera que se realiza llegó a revelar que el plan de negocios es factible, con una de TIR de 43.56% y VAN del \$36,384.83

Referente a los antecedentes nacionales, se considera el estudio de Vásquez (2013), en su trabajo de investigación el cual se titula: Estudio de Pre-Factibilidad para la instauración de una organización que se dedica a la comercialización e industrialización de los derivados de caña de azúcar, Tesis de Titulación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, el cual presenta el objetivo general de definir la factibilidad económica, técnica y financiera de una organización; la metodología que se empleó fue del tipo cuantitativo y exploratoria. Se puede concluir que el costo promedio ponderado WACC es del 13.26%, donde el porcentaje consigue reflejar que es bastante bajo para la evaluación la viabilidad del plan; el TIRE es de 27.1%, el cual supera al WACC percibido, consiguiendo concluir que si hay viabilidad de tipo económico del plan; de otra parte, la inversión en su inicio fue de S/. 705,090.00,

únicamente el 75% de la inversión se constituye por los activos fijos y el 25% lo constituye el capital propio de la labor.

Como último aspecto, se tiene los antecedentes locales, el trabajo de Chero (2015), en su tesis el cual se titula: Factibilidad para la instauración de una organización que distribuye agregados de construcción en la ciudad de Talara – año 2015, presenta el objetivo general de definir la factibilidad para la instauración de una organización que distribuya agregados de construcción; la metodología que se empleó fue observacional con un diseño descriptivo y no experimental. Se puede concluir que acorde a la investigación de mercado hay factibilidad para instaurar la organización porque que la demanda que no es satisfecha abarca el 86%, referente a la investigación técnica existen condiciones con el fin de llevar a la práctica dicha organización atendiendo únicamente el 10% de la demanda que no se encuentra satisfecha; de igual manera, la localización de la organización se llegó a obtener a través de la técnica de puntajes ponderados y se realizará en Talara Alta; se ejecutó la investigación legal administrativa y el tipo de organización abarcará sociedad anónima cerrada, considerando organigrama vertical; acorde a los indicadores que tiene que ver con la rentabilidad, se llegó a determinar que la inversión en el periodo de inicio abarcará S/. 1'062,432.49 con un capital de trabajo de S/. 67,6400.00 y su lapso para recuperar es a 02 años; el VANF fue de S/. 1'175,090.50 y el VANE fue de S/. 1'385,303.02, su sumado a ello, la TIRE fue del 50.62% y su TIRF de 89.35%.

Con el fin de desarrollar el marco teórico, se efectuó una revisión de la bibliografía vinculada con tema de factibilidad, proyecto de negocios y actividad de formular y evaluar proyectos, para que pueda dar el sustento al estudio. Seguidamente, se consideran ciertas definiciones:

Referente al jabón ecológico, tiene que ver con un producto que para poder elaborar solo se emplean materias primas de tipo natural, con orígenes vegetales y múltiples ventajas para la piel.

Estudio de Factibilidad Muñiz (2010), precisa que la investigación de factibilidad intenta recopilar, analizar y evaluar los datos para definir si se tiene o no que ejecutar una organización que pueda conllevar a desafíos en la parte económica. De otra parte, Baca (2013) llega a sostener que, la factibilidad es la posibilidad que tiene un plan para ser ejecutado de tal forma que permita cumplir con su objetivo establecido. El mismo autor, menciona diversos tipos de viabilidad, entre ellas, la de mercado, el cual contribuye a tener conocimiento de la demanda que no es satisfecha actualmente en el mercado, define la cantidad de servicios o bienes que se pretenden ofertar; viabilidad de tipo técnico, define si es probable llevar a cabo un proyecto, acorde a los objetos y lugar; viabilidad legal, se refiere a dificultades de carácter legal que pueden repercutir en la operación e instalación de un plan; viabilidad de gestión: el cual determina si hay capacidades a nivel gerencial interno de una organización para el logro óptimo del establecimiento y eficiente forma de administrar el proyecto; viabilidad de tipo económico: en este caso se logra definir si resulta rentable o no la inversión, a través de la actividad de comparar el costo/beneficio de un plan (Flores, 2010; Mankiw, 2009).

De acuerdo con Foppiano (2013), precisa que, la investigación de mercado es un sistema en el cual se intenta realizar la recolección de datos, y finalmente realizar un análisis. De otra parte, Morales y Morales (2009), precisó que dicha investigación de mercado permitirá definir si el servicio o producto a otorgar al mercado será aceptado.

El concepto de mercado de acuerdo con Baca (2013), abarca el lugar en los cuales los elementos de la demanda y oferta desarrollan un intercambio de servicios o bienes a un precio establecido. De otra parte, Morales y Morales (2009) y Parkin et al. (2012), lo determinan como un equipo de personas que disponen de la necesidad de contar con un bien o servicio con la capacidad en el ámbito económico para lograr adquirirlos en un contexto definido.

Baca (2013) y Malhotra (2014), proponen el planteamiento, en los cuales, se consiguen reconocer cuatro variables sobresalientes que constituyen el esquema para

analizar el mercado, entre ellas, analizar la oferta, analizar la demanda, analizar los precios y analizar la comercialización, al aplicar los cuatro elementos en el análisis, el estudio tiene que brindar, al encargado de investigar, datos que proporcionen soporte al momento de tomar decisiones.

Para realizar un análisis de la demanda, Sapag (2014), menciona que abarca el número de unidades de servicio o producto, ya que los consumidores se encuentran dispuestos a conseguir en un lapso determinado y grupo de requisitos, entre ellas, disposición de los productos o servicios, precio, preferencias y gustos. Y la demanda de mercado acorde a Flórez (2010) y Randall (2013), abarca la suma de la totalidad de las demandas de un servicio o producto.

De igual manera Sapag (2014) determina el potencial Mercado como grupo de consumidores que puede llegar nuestro servicio o producto. Asimismo, tiene que ver con el mercado disponible conocido como mercado potencial conformado por el conjunto de clientes que tienen necesidades específicas de adquirir el servicio o producto que brinda el negocio nuevo (Rosales, 2012).

De otra parte, referente a la oferta, Baca (2013) y Weinberger (2009), determinan que la oferta es el número de servicios o bienes que ciertos productores de encuentran dispuestos a brindar al mercado a un precio definido. Morales y Morales (2009), precisa que, la oferta tiene que ver con el número de bienes que los encargados de fabricar o brindar servicios que se ubican en los mercados.

Baca (2013) y Andrade (2013), logran clasificar la oferta en tres elementos: oferta competitiva, donde hay número de productores con productos de la misma condición, en consecuencia, los encargados de producir están en libre competencia; de igual manera se consigue caracterizar ya que ningún encargado de ofertar puede llevar un control del mercado; oferta oligopólica, donde el mercado se posesiona por ciertos fabricantes que definen la oferta; oferta monopólica: se refiere a que es bastante complejo de lograr penetración en el mercado, debido a que el productor logra dominar más del 95% del mercado.

Por otro lado, referente a analizar el precio, Baca (2013), determina el precio como coste que los encargados de ofertar se encuentran dispuestos a vender y los que demandan están dispuestos a comprar un servicio o producto cuando se encuentren en equilibrio la demanda y la oferta.

Como último punto, el análisis de la actividad de comercializar, Baca (2013) precisa que la comercialización abarca la actividad hace que el ofertante comprenda y determine que canales o medios de distribución se considerarán para que el servicio o producto pueda llegar hacia el cliente, con los criterios de lugar y tiempo. Por el contrario, Muñiz (2014) y Kotler (2015) determinan que, el instrumento de distribución puede definir y enmarcar las fases de un producto que logra atravesar a partir del que fabrica y se enfoca cliente final.

Referente a la estructura de nivel técnico, Baca (2013), determina a la investigación técnica, conocida de igual manera como ingeniería del plan, a la totalidad de la estructura ya sea físicamente como a nivel administrativo. Por otra parte, Sapag (2014), precisa que la ingeniería de plan consigue englobar todo lo que se vincula con el desarrollo y puesta en práctica del proyecto, el cual se intenta verificar la posibilidad técnica en la elaboración del producto u otorgar el servicio.

De acuerdo con Sapag (2014), el tamaño tiene que ver con la capacidad para producir una unidad de tiempo; esto significa. Por otro lado, que Baca (2013), determina el tamaño de la capacidad que se logró instalar en el plan, y se consigue expresar en unidades para producir anualmente. Para concluir, se lleva a cabo una investigación de mercado en aras de definir el tamaño adecuado requerido en un proyecto que abarque actividades de inversión.

Con el fin de determinar el tamaño adecuado, Baca (2013), menciona que óptimo tiene que ver, cuando logra operar con la mínima cantidad de costo total o la rentabilidad en el ámbito económico máximo. Y, con el propósito de indicar el tamaño adecuado, logra enlazar elementos económicos y técnicos; éstos consiguen limitar el volumen de empleo; los elementos vitales para definir el tamaño correcto tienen que

ver con: la totalidad de la demanda, dispersión de insumos y compras, la tecnología, la localización, equipos y maquinarias, la capacidad en el aspecto financiero de los inversores y el tener conocimiento sobre el tipo de empresa.

De acuerdo con Sapag (2014) y Aaker (2016), afirman que la ubicación apropiada de la empresa que se podría instaurar con la viabilidad del plan puede definir el éxito o el fracaso de un negocio; pero, definir la localización puede conllevar a incrementar las utilidades del proyecto.

Otro aspecto vital que conviene afirmar es la investigación legal administrativa del plan, Baca (2013), precisa que son reglamentos y códigos regulados por elementos del gobierno que logran repercutir sobre un plan. De otra parte, Sapag (2014) afirma que toda labor a nivel de empresas y los planes que se puedan derivar de la misma, se encuentran sujetos en base a una organización jurídica que se regula en el marco legal, donde los intermediarios del campo económico se desarrollarán.

Para acciones económicas de la investigación legal, Sapag (2014), precisa una diversidad de acontecimientos que pueden generar impactos de tipo económico sobre un plan, y tienen vínculo con los aspectos siguientes: normas y exigencias ambientales, normas y exigencias sanitarias, normas y exigencias de seguridad (laboral), normas y leyes laborales (tributarias y económicas), puesta en práctica del código de labores, leyes en el campo laboral y previsionales; como punto final las Normas ISO.

En la investigación administrativa, Baca (2013), lo menciona de igual manera como la investigación de empresa, y no es de forma suficiente analítica en la mayor parte de las situaciones, lo cual evita una correcta cuantificación, ya sea de la inversión en inicios como de los costos de administración. De forma especial se logrará determinar el organigrama de la organización y los planes de labores administrativas donde operará el plan.

De acuerdo con Chiavenato (2009), las empresas variadas donde la dimensión, estructuras, atributos, y objetivos son diferentes. En general, la empresa desde la

percepción a nivel de empresas es determinar la totalidad de las labores y responsabilidades que se desarrollan en una organización, vinculándolas en diversos departamentos, el cual se le designará a un encargado de administrar, y las obligaciones designadas a los individuos que tienen bajo su responsabilidad el desarrollo de las funciones correspondientes, con el propósito de optimizar las herramientas utilizadas y cumplir los objetivos de forma eficiente.

Finalmente, en la investigación del campo económico- financiero, de acuerdo con Baca (2013), la investigación de la evaluación del campo económico es la fase última de un plan. En esta investigación, abarca el monto total de las herramientas económicas implicadas para el desarrollo del proyecto antes de su ejecución, así como definir la totalidad del costo requerido en su lapso de operación.

Es vital precisar que el financiamiento es fundamental en esta fase, Weinberger (2009), precisa que, logrando el cálculo la inversión en las fechas iniciales y el capital de la labor, hay que definir que fuentes del ámbito económico es importante para el financiamiento del proyecto. Las fuentes posibles de financiamiento se toman en cuenta seguidamente: Redes personales: Préstamos entre familia o préstamos entre amigos, ahorros, financiamiento de terceros.

Rodríguez (2012), afirma que el presupuesto de egresos e ingresos abarca un instrumento de gestión o financiero donde se dan a conocer los egresos e ingresos , así como los costos, para que posteriormente se pueda definir un resultado; pero, el empleo de este instrumento contribuye a cuantificar las prevenciones o pronósticos.

Gonzáles (2013), manifiesta que abarca una diversidad de pautas para el análisis de forma efectiva en los estados del campo financiero, logrando mostrar un direccionamiento global del contexto de la organización. De igual manera, es el proceso que abarca la evaluación, la posición del campo financiero presente y pasado, en aras de hacer mejores predicciones, estimaciones y resultados a futuro.

Seguidamente, se explica los instrumentos financieros: Rodríguez (2012), determina al balance general como una herramienta contable en la cual se organizan

y clasifican la totalidad de cuentas y se logra plasmar en un documento, esto puede permitir tener conocimiento del contexto actual de una organización y se intenta medir a nivel monetario mediante los ratios de tipo financiero. Dicha condición situacional debe coincidir, esto significa, que la totalidad de activo tiene que ser igual que el total de pasivo más patrimonio.

Rodríguez (2012), menciona sobre el estado pérdidas y ganancias, conoció de igual manera como estado de resultados, estado financiero en el cual se da a conocer los egresos e ingresos en un definido lapso. Weinberger (2009), precisa que el flujo de caja es un instrumento de planificación de tipo financiero y evaluación de un plan, en la cual se muestran la totalidad de ingresos y egresos tanto de ahora como futuros, que va tener un proyecto.

Otra herramienta importante que se tiene es el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), de acuerdo al autor Sapag (2014), determina que la tasa interna de retorno (TIR) intenta calcular el retorno de la inversión a una tasa de rendimiento por todos los periodos, donde la totalidad de los ingresos que se actualizan son de forma exacta iguales a los costos que se expresan en la actual moneda. De otra parte, Baca (2013), precisa que el TIR es la tasa de descuento donde el VAN llega a igualarse a cero. Para concluir, el TIR es la tasa que llega a igualar la sumatoria de los flujos que se descuentan a la inversión inicial.

Es vital precisar que para que un proyecto se ejecute es vital calcular el vínculo beneficio costo, Sapag (2014), afirma que es el vínculo entre la totalidad de los ingresos que se llevan al presente valor sobre el presente valor de la totalidad de los egresos de un plan para definir cuáles son las ventajas por cada moneda que se invierte en un plan. Para una apreciación mejor, sobre la factibilidad de un proyecto, en base a esta realidad, se debe considerar que si $B/C > 1$ precisa que las ventajas superen los costes, en consecuencia, el proyecto se tiene que llevar a cabo.

Como último punto, se define el cálculo del lapso de recuperación del capital (Prc), Sapag (2013), menciona que el lapso para recuperar el capital, como la cantidad

esperada de tiempo, donde la organización consigue recuperar la inversión con que se inició el plan. Esto significa, el número de los lapsos que tiene que desarrollar para que al acumularse los flujos de efectivo pueda igualarse a la inversión que se dio a inicios.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio muestra un diseño de tipo no experimental, esto significa, que los datos a recabar en aras de lograr la medición de las variables se considerará, así como se percibe en el contexto actual. La variable factibilidad, no se manipuló de forma deliberada, solo se enfocó en la observación de características propias únicamente, como precisan Hernández et al. (2014).

Al considerar la temporalidad de los datos, muestra un diseño transversal debido a que los datos que se analizarán se recogerán en un momento determinado del tiempo. Por último, es un estudio descriptivo, estos diseños se crean para la descripción con bastante fidelidad posible y precisión, una situación real empresarial (Vara, 2012; Ander-Egg, 2012).

3.2. Variables, operacionalización

Viabilidad:

Baca (2013) refiere que la factibilidad es la probabilidad con la que cuenta un proyecto para ser desarrollado y llevado a la práctica, de tal forma que pueda cumplir con su objetivo. Comprende cuatro dimensiones:

- Factibilidad de mercado: Contribuirá a tener conocimiento, si los productos que se ofertarán tendrán aceptación por la demanda.
- Factibilidad técnica: Esta investigación permitirá definir el tamaño adecuado de la fábrica y su ubicación.
- Factibilidad legal administrativa: Se evaluará los diferentes tipos de sociedades en el campo empresarial y tipo de empresa, para que después se puede hacer una selección más correcta y en base al régimen que se constituirá.

- Factibilidad económica – financiera: Pretende analizar y evaluar la rentabilidad financiera - económica del proyecto, los cuales se miden por los instrumentos financieros como la TIR, VAN, Beneficio Costo y PRK.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Población

La población del estudio se conformó por la totalidad de los que se encargan de los hospedajes no categorizados, consiguiendo una totalidad de 683, así lo precisa el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en su encuesta que realiza mensualmente sobre hospedajes, acorde a la capacidad instalada - Cantidad de establecimientos de hospedaje No clasificados.

Como promedio llega a crecer en un 5.28% de forma anual. Se proyectará la demanda para el 2020 y se va a trabajar con la información obtenida.

Muestra

Con el fin de definir el tamaño de la muestra, se intentó calcular mediante la fórmula de muestra para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z_{\infty}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\infty}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = 120$$

La totalidad de los encuestados abarcan 120 responsables de los hospedajes no categorizados en Piura.

Muestreo

Fue probabilístico – aleatorio simple, ya que se dispuso de directorio de los hospedajes, y se intentará realizar una medición y análisis con pruebas aplicando la estadística al tamaño de la muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el estudio se llegó a emplear la técnica de la encuesta, con diversidad de interrogantes, enfocadas a la población estudiada, con el fin de conseguir datos relacionados con la materia de estudio. Se tomarán en cuenta 120 encuestas.

Como herramienta para la actividad de recolectar información se consideró el cuestionario: Herramienta cuantitativa que se integra por una diversidad de interrogantes acorde con el objetivo investigado, y se usa para la medición de variedad de contextos y situaciones, con el propósito de conseguir datos esenciales y elaborar datos en el campo de la estadística para un análisis mejor e interpretación.

3.5. Procedimiento

Se procedió a coordinar con los responsables de los hospedajes no categorizados en Piura, a efecto de lograr encuestarlos en horarios que no interrumpen el normal desarrollo de sus funciones y responsabilidades. Con ello se logró recoger la información con el éxito deseado, logrando posteriormente analizar e interpretar la información para el logro de los objetivos de estudio.

3.6. Método de análisis de datos

En este campo se ejecutó la actividad de procesar los datos recabados aplicando el programa estadístico SPSS (versión 22), de igual manera se empleará el programa Excel 2016, llegando a obtener gráficos y tablas para un análisis mejor e interpretación de los resultados.

3.7. Aspectos éticos

En este contexto se tomó en cuenta el respeto a los autores de la bibliografía que se empleó en este estudio, de igual manera, los datos recolectados no han sido manipulados y finalmente se podrá mantener en reserva el anonimato de las personas encuestadas, de esta forma se consiguió con el objetivo planteado en tal sentido.

IV. RESULTADOS

El proyecto tiene el objetivo de la realización de una evaluación sobre la factibilidad para la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, por tal razón, se empleó como herramienta el cuestionario, las cuales se elaboraron acorde a los indicadores de la variable que contribuyan a definir la demanda, oferta, características del mercado y en consecuencia, evaluar la demanda no satisfecha. Los puntos de vista de los encuestados son vitales, ya que, al ser una organización nueva en Piura, permitirá contar con una visión de atractividad de mercado en la ciudad Piurana. Los resultados del estudio, que se muestran seguidamente, están vinculados a los objetivos del plan.

Objetivo 1. Determinar la factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Para la definición de la factibilidad de mercado, se tiene que analizar la demanda, la oferta y los precios.

Para definir la demanda se presenta la información siguiente:

Tabla 1*Análisis de la demanda de jabones ecológicos*

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál de los amenities siguientes (shampoo, jaboncito, acondicionador, entre otros) emplea para el acondicionamiento de las habitaciones de los huéspedes? Puede considerar más de una alternativa	Jabón	120	100.00%
	Toallas	120	100.00%
	Otros	120	100.00%
¿Por qué decide elegir los jabones de dicha organización? Puede considerar más de una alternativa.	Calidad	26	21.70%
	Precio	30	25.00%
	Fragancia	17	14.20%
	Presentación	25	20.80%
	Compras al crédito	3	2.50%
	Todas las anteriores	19	15.80%
TOTAL		120	100.00%
Si llegara a existir una organización, en Piura, que pueda producir y distribuir jabones ecológicos. ¿Consumiría dicho producto?	SI	109	90.8%
	Tal vez	11	9.2%
	No	0	0.0%
TOTAL		120	100.0%
¿Qué precio, podría pagar por jabones ecológicos de 10 Gr en presentación de un millar?	250-350	84	70.0%
	351-450	36	30.0%
TOTAL		120	100.0%
Si se encuentran disponibles los productos en Piura, ¿Cuál sería su opinión?	Si lo compraría	93	77.5%
	Indeciso	27	22.5%
TOTAL		120	100.0%

Nota. Encuesta ejecutada

La tabla da a conocer los elementos de compra de jabones, la investigación consigue revelar que 100% de las personas encuestadas expresa que consiguen abastecerse de amenities, entre ellas, jabones, de igual manera, emplean toallas y papel higiénico, logrando ser los tres fundamentales productos para otorgar el servicio a sus usuarios.

De otra parte, el 25% manifiesta que una de las decisiones principales de compra abarca el precio, por el contrario, el 21.7% lo llega a elegir por su calidad, de otra parte, el 20.8% tiende a comprar jabones al presentar. Es vital precisar que, al instaurar una fábrica de jabones ecológicos en Piura, el 90.8% manifiesta que, si hay una fábrica de jabones ecológicos, sí podría consumir el producto, por otro lado, el

9.2% probablemente pueda adquirir los jabones ecológicos. En efecto, las personas encuestadas, el 77.5% se siente motivada a realizar la compra del producto si se encontrara disponible, de otra parte, el 22.5% aún se encuentra con duda; donde se puede decir que el producto que se intenta promover es viable y atractivo desde la opinión de la demanda.

La investigación de igual manera intenta revelar que, el 70% se mostrarían dispuestos a pagar entre S/. 250 y S/. 350 para obtener los jabones ecológicos, en presentación de 1 millar, de otra parte, que el 30% de los encuestados se siente motivado a pagar S/. 351 y S/. 400.

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el fin de realizar un análisis de la demanda, se llegó a obtener datos mediante fuentes que evidencia información real para poder analizar y después llevar a cabo la proyección adecuada.

Tabla 2

Cantidad de hospedaje No clasificados

AÑO	Número de hospedajes no categorizados
2014	477
2015	492
2016	532
2017	571
2018	605
2019	616

Nota. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Hospedajes.

La tabla muestra que la cantidad de hospedajes no categorizados al 2019 es de 616, información que sirve para hacer la proyección de la demanda, tomado en consideración que la tasa de incremento del sector hospedajes es de 5.28% , utilizando

el método de proyección de crecimiento exponencial, asimismo en fundamento a los resultados de la encuesta se obtuvo que el 100% de los hospedajes utilizan jabones, por lo cual el número de hospedajes que representan el mercado potencial, también representan el mercado objetivo, se representa por los encuestados que manifiestan que utilizarían el producto y finalmente se establece la demanda anual en millares al año tomando en cuenta que el promedio de compra es un millar por mes y multiplicando la cantidad de hospedajes que representan el mercado objetivo por doce meses.

Tabla 3

Evaluación de la constancia de compra de jabones

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la frecuencia de compra de productos?	Quincenal	6	5,0
	Mensual	113	94,2
	Trimestral	1	,8
	TOTAL	120	100,0
Acorde a la respuesta de la pregunta previa, ¿Cuál es el consumo promedio de la misma?	1/4 de millar	2	1,7
	1/2 millar	4	3,3
	1 millar	113	94,2
	2 millares	1	,8
	TOTAL	120	100,0
¿Cuál es el tipo de presentación cuando obtiene el producto?	1/4 de millar	2	1,7
	1/2 millar	4	3,3
	1 millar	113	94,2
	2 millares	1	,8
	TOTAL	120	100,0

La tabla revela la constancia de compra de jabones de los clientes, el 94.2% efectúa sus compras de forma mensual, el 5% lo realiza de manera quincenal, por el contrario, únicamente el 0.8% lo efectúa trimestralmente. Referente al consumo promedio en base a la constancia de compra, el 94.2% consigue adquirir 1 millar de jabones de forma mensual, otro 3.3% únicamente logra comprar ½ millar. El resultado que se obtuvo evidencia que el consumo de ese producto es frecuente y en su mayoría

logran adquirir los jabones en presentación de 1 millar de manera mensual, ya que contribuye a definir el mercado efectivo.

Tabla 4

Determinación del mercado efectivo

Años	Merado potencial	Mercado disponible	Mercado efectivo	
	Hospedajes no categorizados proyectado	Demanda potencial utilizan jabones 100%	Aceptación del servicio 90.8%	Demanda anual en millares
2021	683	683	620	7439
2022	719	719	653	7832
2023	757	757	687	8246
2024	797	797	723	8861
2025	839	839	762	9140

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tabla 5

Análisis de la preferencia de proveedores de jabones

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Qué proveedores le abastecen de los jabones que utilizan para atender a los usuarios?	Aro	23	19,2
	Cidasa	29	24,2
	Abdk Group	17	14,2
	Azemar	10	8,2
	Otros	41	34,2
TOTAL			

Nota. Encuesta aplicada

La tabla contribuye a tener conocimiento los proveedores principales de jabones para hospedajes no categorizados en Piura, ya que, los resultados sobresalen que el proveedor principal es CIDASA, con participación del 24.2% en el mercado de jabones,

sumado a la marca Aro, con participación del 19.2%, mientras que el 14.2% de las personas encuestadas logran comprar a ABDK Group y el 8.2% en Azemar; cabe mencionar que el 34.2% de los encuestados manifiesta que no compra sus productos con proveedores de lima pues no le gustan las marcas que ofrecen y compran generalmente cuando viajan para abastecerse de diversos productos, por lo tanto la oferta cubierta se determinará tomando en cuenta que 65.8% de los hospedajes que compran el producto con sus **proveedores** en Piura .

Tabla 6

Proyección de la oferta

Años	Número de hospedajes no categorizados con proveedores em Piura (65.8%)	Oferta anual em millares
2020	449	5391
2021	473	5676
2022	498	5975
2023	524	6291
2024	552	6623

En consecuencia, se determinó la demanda no satisfecha en base a la diferencia entre la Oferta y la demanda expresada en millares de jabones. A continuación, se muestra el detalle

Tabla 7*Determinación de la demanda no satisfecha*

Años	Demanda anual en millares	Oferta anual en millares	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2020	7449	5391	2048	1728
2021	7842	5676	2156	1836
2022	8246	5975	2270	1944
2023	8681	6291	2390	2052
2024	9140	6623	2516	2160

Tabla 8*Demanda a atender*

Años	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2018	2048	1728
2019	2156	1836
2020	2270	1944
2021	2390	2052
2022	2516	2160

La tabla muestra la demanda a prestar atención que se establece de acuerdo con la capacidad establecida del negocio que es de 2160 millares el año , estableciéndose que para el primer año se utiliza el 80% de la misma y va creciendo la utilización de la misma en 5% , llegando al año 5 con el 100% de utilización.

Objetivo 2. Determinar la factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Estudio técnico:

Para la determinación del **tamaño del plan** se toma en cuenta la capacidad instalada, ésta sería:

Tabla 9

Capacidad Instalada

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	Por peso (En Gramos)	Porcentaje de Producción	Producción Diaria (En Millares)	Producción Mensual (En Millares)	Producción Anual (En Millares)
	10	30%	2	54	648
	15	50%	3	90	1080
	20	20%	1	36	432
	TOTAL		6	180	2160

La capacidad máxima de producción representa un promedio 85% de la demanda insatisfecha. Mientras el negocio no logre posicionarse no se empleará la totalidad de las instalaciones ya que el primer año se empleará el 80% de la capacidad establecida y se plantea un crecimiento anual del 5% de la utilización de la capacidad establecida, hasta llegar al 100% de la capacidad establecida en el año 5 por ello la demanda a atender se establece en la tabla siguiente:

Tabla 10

Demanda a prestar atención

Años	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2020	2048	1728
2021	2156	1836
2022	2270	1944
2023	2390	2052
2024	2516	2160

- Tecnología

Figura 1

Flujograma del Proceso Productivo

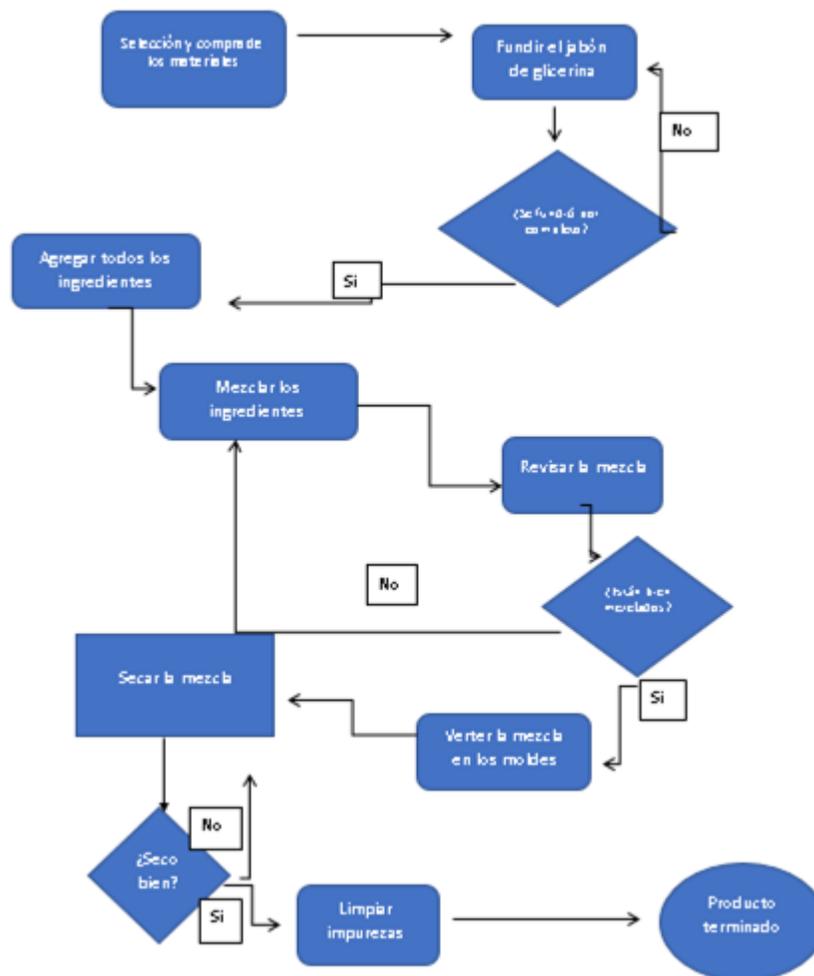


Figura 2

Maquinaria para producir

Máquina mezclador de jabón



Máquina rodillo de jabón



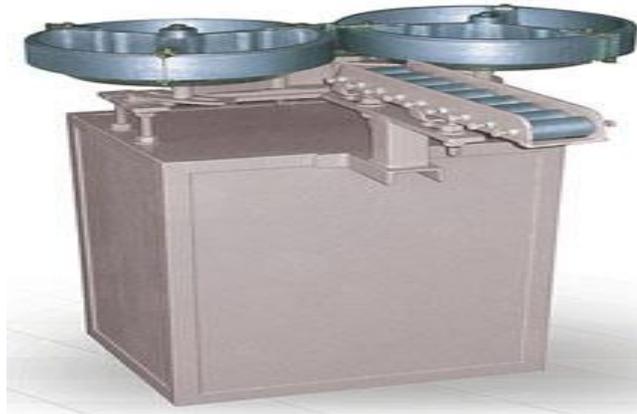
Máquina de servicio pesado empleada de forma principal para moler y mezclar con el jabón gránulo normales de temperatura y humedad desarrollando de manera especial endurecimiento del material en tres rodillos horizontales con el fin de exprimir y moler las partículas del producto principal.

Máquina dúplex plodder (extrusora) para jabón



El plodder es una pieza que le otorga una definitiva forma de barra de jabón en masa. En la primera fase se tiene que comprimir el jabón, refinado y suministrado a la cámara de vacío que tiene forma de fideos. El jabón se refina a través de un refinador gusano prensa.

Máquina corte de barra para jabón



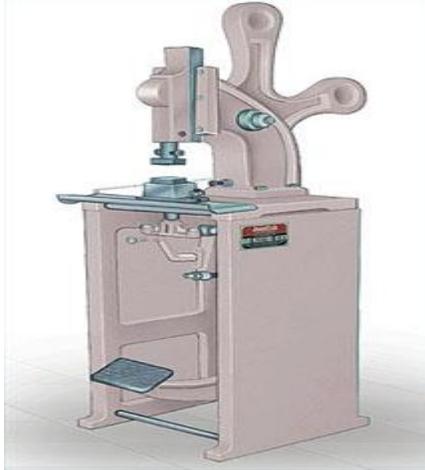
La máquina se conserva de forma inmediata después plodder máquina y que se emplea para el corte del jabón con forma de barra.

Máquina para cortar el jabón (pasteles)



Las barras para cortar los pasteles pequeños de jabón, a través del empleo de dicha máquina para cortar jabón. El tamaño final del pastel se llega a ajustar acorde al peso final del jabón.

Máquina de sellado de jabón



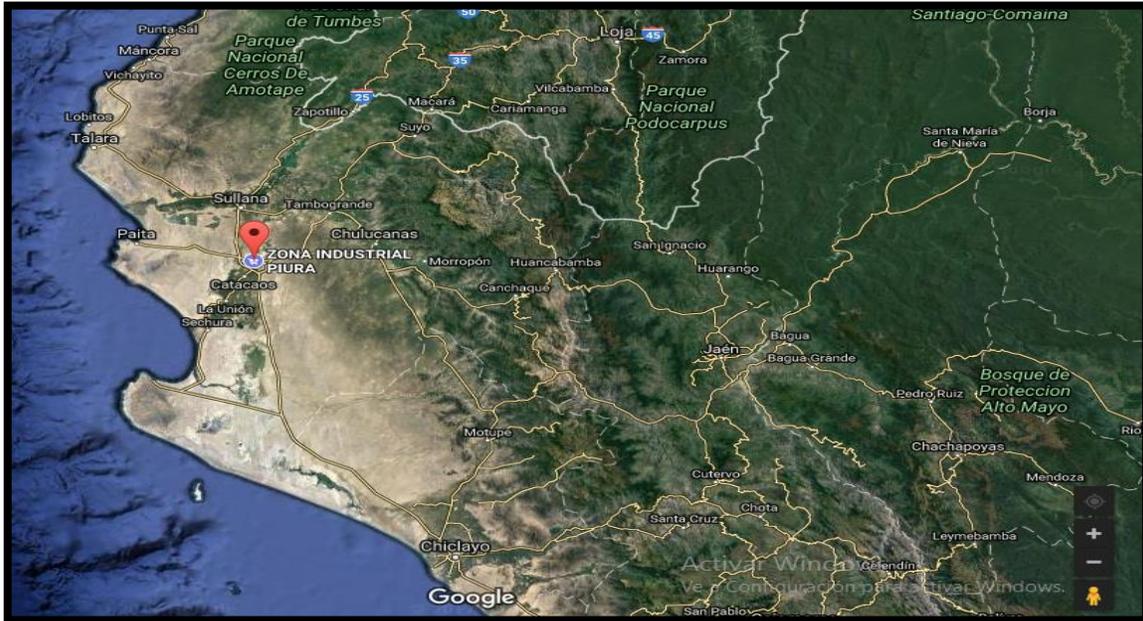
Este es un accionado ideal por el pie jabón máquina de sellado de jabón que son tortas de sellado; esto significa, máquina que incluye el sello de la marca del jabón.

– **Localización**

Se ubicará en Piura, se considerará un gráfico de la ciudad para ubicar la organización a implantar.

Figura 3

Mapa de la Provincia de Piura



Nota. Google Maps.

Micro localización: la fábrica se ubicará en la zona industrial, acorde al tipo de organización. Para elegir la ubicación de la fábrica se logró determinar a través de la técnica de puntaje ponderado, considerando tres opciones de localización, que se someterán a una matriz de ponderación:

- Alternativa A: Santa Ana.
- Alternativa B: Castilla.
- Alternativa C: Zona Industrial

Cada opción se medirá acorde a los diversos aspectos de ubicación.

Tabla 11*Factores locacionales*

Variables	Ponderación	santa Ana		Castilla		Zona Industrial	
		Puntaje	Peso	Puntaje	Peso	Puntaje	Peso
Disponibilidad de Terrenos	30%	3	0.90	2	0.60	4	1.20
Disponibilidad de materia Prima	25%	2	0.50	3	0.75	4	1.00
Cercanía a Clientes	20%	3	0.60	3	0.60	2	0.40
Disponibilidad de mano de Obra	14%	2	0.28	2	0.28	3	0.42
Servicios	11%	2	0.22	2	0.22	3	0.33
TOTAL	100%		2.50		2.45		3.35

De acuerdo con la técnica utilizada, el lugar seleccionado para el desarrollo del proyecto presente por la técnica de puntaje ponderado es el lugar Industrial, en el cual se consiguió un puntaje de 3.35.

Objetivo 3. Identificar la factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Tipo de Sociedad

Se llegó a elegir una S.R.L., ya que el monto para invertir en el negocio es bastante alto y por ello es vital disponer de socios.

Acorde a ley, es de naturaleza cerrada, el cual se funda sobre un fundamento familiar, en los cuales los socios tienen vinculación, y no permite que puedan ingresar extraños, por dicha razón las participaciones no se incluyen en valores, títulos ni en acciones. El capital se divide en participaciones por igual, indivisibles y acumulables, que no se pueden incorporar en títulos valores, y tampoco la denominación de acciones.

Requisitos

1. Formato de solicitud para inscribir.
2. Copia simple del documento de Identidad del representante de sufragio en las elecciones últimas o haber requerido la respectiva dispensa.
3. Pago referente a derechos registrales.
4. Escritura Pública con contenido del estatuto y pacto social.

Aspectos calificables

- Se aplican los reglamentos, en lo que resulte adecuado.
- La escritura Pública se tiene que presentar en la Oficina Registral que corresponde al domicilio.

Estipulaciones del Pacto Social

- La actividad de identificar los socios que fundaron, no pueden conformar por debajo de dos ni por encima de veinte. Al tratarse de personas jurídicas:

razón social o denominación, su domicilio, el lugar de constitución, nombre del representante y el comprobante que acredite la constitución.

- La actividad de declarar la voluntad de los socios para la constitución de una SRL de manera paralela y en un acto único, de igual manera se tiene que precisar la cantidad de socios.
- El monto y las especificaciones de los aportes brindados por los socios. Toda participación que divide el capital tiene que ser pagado al menos en un 25%.
- Las prestaciones accesorias que los socios hayan pactado, precisando la retribución y su modalidad con cargo a ventajas que tengan que obtener los que desarrollen; de igual manera la probabilidad que puedan ser transferibles con el consentimiento único de los encargados de administrador.
- Actividad para nombrar administradores iniciales de la empresa.

Tabla 12

Requisitos para el cumplimiento con la clasificación MYPE

Tipo de Empresa	Ventas máximas (en UIT)
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	Hasta 1700 UIT

Nota. Sunat.

El negocio estará constituido como pequeña empresa, teniendo los trabajadores los siguientes beneficios

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobretiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios

- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
- Cobertura Previsional
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa
- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Regulación Normativa

Ley General de Sociedades, Art. 283°, Art. 284°, Art. 285°, Art. 291°, Art. 299°, Art. 294°, D.S. N° 008-2004-JUS: TUPA de la SUNARP, Resolución N° 200-2001-SUNARP-SN, del 24.07.2001, Art. 94° y Art. 103°

Estructura Legal

Mediante la investigación con documentales se percibe que se puede dar la apertura de la fábrica de jabones ecológicos. Seguidamente, se da a conocer los trámites necesarios para el desarrollo de la organización:

- ❖ Minuta para constituir.
- ❖ Elevación a escritura pública.
- ❖ Requerimientos para buscar el nombre comercial.
- ❖ Requerimiento para buscar la denominación social.
- ❖ Disposición de RUC.
- ❖ Autorización para imprimir comprobantes de pago.

- ❖ Disposición de registro para el representante legal.
- ❖ Autorización para uso de libro de planillas en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- ❖ Acción para legalizar libros contables.
- ❖ Constancia de compatibilidad para actividades comerciales.
- ❖ Certificado de defensa civil.
- ❖ Disposición de permiso de funcionamiento.

Estructura Administrativa

Seguidamente se presenta el organigrama:

Figura 4

Estructura organizacional

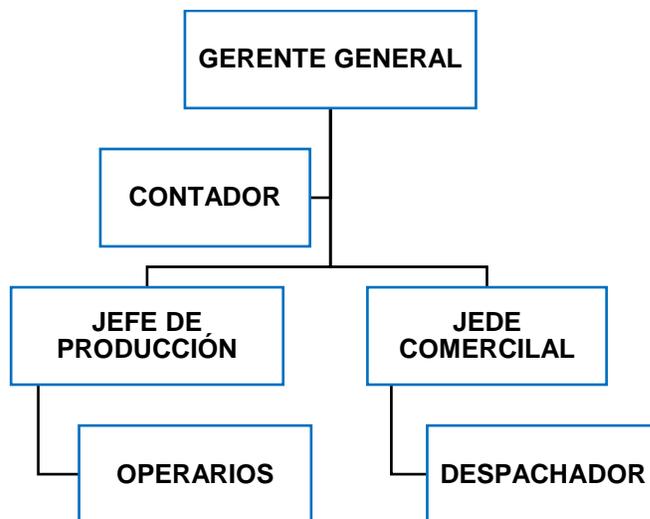


Tabla 13*Requerimiento de colaboradores*

Gerente General
Contador (externo)
Jefe de Producción (Químico)
Operarios (producción)
Operario (etiquetado y empaque)
Jefe Comercial
Equipo de Despacho
Operador de Mantenimiento
Personal de vigilancia
TOTAL

Objetivo 4. Definir la factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes en Piura.

Estudio Económico-Financiero

Para la definición de la factibilidad económica y financiera de la empresa es vital lo siguiente:

Tabla 14*Descripción de la Inversión*

Rubros	Unidad	Cantidad	P.Unitario	Valor S/.
I. Inversión Fija				63,724.40
A. INVERSION FIJA TANGIBLE				59,668.40
Muebles y Enseres	Global	1	5,487.00	5,487.00
Máquinaria y Equipo	Global	1	54,181.40	54,181.40
B.INVERSION FIJA INTANGIBLE				4,056.00
G.de Constitución	Global	1	1,056.00	1,056.00
Gastos Pre-operativos.	Global	1	3,000.00	3,000.00
II. Cap.de Trabajo				33,238.64
Caja-Bancos	Global	1	26,507.30	26,507.30
Existencias .Materia Prima	Global	1 mes	6,731.34	6,731.34
TOTAL				96,963.04

Tabla 15*Estructura del Financiamiento*

FUENTES/ USOS	FUENTES		USOS S/	
	Monto S/	%	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO
I, FUENTES INTERNAS				
Aporte de Socios	46,963.04	48%	13,724.40	33,238.64
II, FUENTES EXTERNAS				
Préstamo Bancario (Mediano Plazo)	50,000.00	52%	50,000.00	
Total	96,963.04	100%	63,724.40	33,238.64

Tabla 16

Capacidad de Producción

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	Por peso (En Gramos)	Porcentaje de Producción	Producción Diaria (En Millares)	Producción Mensual (En Millares)	Producción Anual (En Millares)
	10	30%	2	54	648
	15	50%	3	90	1080
	20	20%	1	36	432
	TOTAL			6	180

Tabla 17

Estimación de Precios

PARA LA PRODUCCIÓN 85 KG JABÓN (SE OBTIENE 6 MILLARES DIARIOS)						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDA DIARIA (kg/gr/lt/ml)	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materia Prima Directa						
sebo puro	1,000.00 gr	S/. 5.00	25.50 kg	S/. 127.50	S/. 3,825.00	S/. 45,900.00
Sosa Cáustica	1,000.00 gr	S/. 9.90	10.63 kg	S/. 105.19	S/. 3,155.63	S/. 37,867.50
El EDTA disóc	1,000.00 gr	S/. 80.33	500.00 gr	S/. 40.17	S/. 1,204.98	S/. 14,459.76
Aromatizantes	100.00 ml	S/. 19.47	850.00 ml	S/. 165.51	S/. 4,965.16	S/. 59,581.87
Colorantes	100.00 ml	S/. 19.47	850.00 ml	S/. 165.51	S/. 4,965.16	S/. 59,581.87
Agua	1.00 lt	S/. 250.00	72.50 lt	S/. -	S/. -	S/. -
Materia Prima Indirecta						
Envolturas plá	1,000 Und.	S/. 30.00	10,000 Und.	S/. 300.00	S/. 9,000.00	S/. 108,000.00
Cajas de emp	1,000 Und.	S/. 70.00	10 Und.	S/. 0.70	S/. 21.00	S/. 252.00
Cinta de emb	500.00 mt	S/. 8.00	8.00 mt	S/. 0.13	S/. 3.84	S/. 46.08
Papel adhesiv	500.00 mt	S/. 30.00	1.00 mt	S/. 0.06	S/. 1.80	S/. 21.60
TOTAL				S/. 904.75	S/. 27,142.56	S/. 325,710.68

Tabla 18

Sistema de producción, ventas e ingresos

AÑO	UCI	PROGRAMA PRODUCCION	PROGRAMA VENTAS	PROGRAMA INGRESOS			TOTAL
				Jabón de 10 Gr	Jabón de 15 Gr	Jabón de 20 Gr	
1	80%	1728	1728	518	864	346	1728
2	85%	1836	1836	551	918	367	1836
3	90%	1944	1944	583	972	389	1944
4	95%	2052	2052	616	1026	410	2052
5	100%	2160	2160	648	1080	432	2160

Tabla 19*Proyección de Ingresos*

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022
Jabón de 10 Grs	S/. 144,297.22	S/. 158,313.90	S/. 173,091.10	S/. 188,663.53	S/. 205,067.33
Jabón de 15 Grs	S/. 309,208.34	S/. 339,244.06	S/. 370,909.50	S/. 404,278.99	S/. 439,429.99
Jabón de 20 Grs	S/. 137,425.93	S/. 150,775.14	S/. 164,848.67	S/. 179,679.55	S/. 195,302.22
Total	S/.590,931.49	S/.648,333.10	S/.708,849.27	S/.772,622.08	S/.839,799.53

Tabla 19*Proyección de Egresos*

RUBROS	2018	2019	2020	2021	2022
I.- COSTOS DE FABRICACION.	S/.215,344.18	S/.227,545.96	S/.240,314.63	S/.253,674.17	S/.267,649.55
Materia Prima	S/.80,776.08	S/.88,622.47	S/.96,894.59	S/.105,611.88	S/.114,794.55
M.O.D	S/.123,662.50	S/.127,693.90	S/.131,856.72	S/.136,155.25	S/.140,593.91
Amortización C.dif	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60
Servicios Luz y agua 90%	S/.10,800.00	S/.11,124.00	S/.11,457.72	S/.11,801.45	S/.12,155.50
II.- GASTOS DE OPERACIÓN.	S/.325,659.32	S/.340,722.04	S/.355,180.11	S/.370,275.49	S/.386,034.38
2.1 G.Administrativos 0 G. Gales	S/.190,665.30	S/.196,323.61	S/.200,907.52	S/.205,638.35	S/.210,520.82
remuneración personal adm.	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00
servicios	S/.40,260.00	S/.42,828.90	S/.44,225.12	S/.45,666.86	S/.47,155.60
Alquiler	S/.66,000.00	S/.68,151.60	S/.70,373.34	S/.72,667.51	S/.75,036.47
Materiales de Oficina y de Limpieza	S/.2,030.40	S/.2,091.31	S/.2,154.05	S/.2,218.67	S/.2,285.23
Remuneración personal Vig. Y Limpieza	S/.29,229.90	S/.30,106.80	S/.31,010.00	S/.31,940.30	S/.32,898.51
2.2 G.de Ventas	S/.134,994.02	S/.144,398.43	S/.154,272.59	S/.164,637.14	S/.175,513.56
Remeraciones	49,973.70	51,602.84	53,285.10	55,022.19	56,815.91
Publicidad en diversos medios	7,200.00	7,416.00	7,638.48	7,867.63	8,103.66
IGV	77,820.32	85,379.59	93,349.02	101,747.32	110,593.98
TOTAL	S/.541,003.50	S/.568,268.01	S/.595,494.74	S/.623,949.67	S/.653,683.93

Tabla 20*Flujo de caja económico - financiero*

INGRESOS	S/590,931.49	S/648,333.10	S/708,849.27	S/772,622.08	S/845,766.37
Jabón de 10 Grs	S/144,297.22	S/158,313.90	S/173,091.10	S/188,663.53	S/205,067.33
Jabón de 15 Grs	S/309,208.34	S/339,244.06	S/370,909.50	S/404,278.99	S/439,429.99
Jabón de 20 Grs	S/137,425.93	S/150,775.14	S/164,848.67	S/179,679.55	S/195,302.22
Valor Residual					S/5,966.84
2. EGRESOS	S/552,630.89	S/588,285.84	S/625,332.96	S/664,206.66	S/704,986.67
2.1 INVERSIONES	-S/63,724.40				
IF. TANGIBLE	S/59,668.40				
IF. INTANGIBLE	S/4,056.00				
2.2 CAPITAL DE TRABAJO	S/	500.00			
2.3 COSTOS DE FABRICACIÓN	S/215,344.18	S/227,545.96	S/240,314.63	S/253,674.17	S/267,649.55
2.4. GASTOS OPERATIVO	S/325,659.32	S/340,722.04	S/355,180.11	S/370,275.49	S/386,034.38
2.5. IMPUESTO A LA RENTA	S/11,127.39	S/20,017.83	S/29,838.22	S/40,256.99	S/51,302.73
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/63,724.40	S/38,300.60	S/60,047.26	S/83,516.31	S/108,415.42
FLUJO FINANCIERO	S/50,000.00	-S/20,046.84	-S/20,046.84	-S/20,046.84	-S/20,047.48
PRÉSTAMO	S/50,000.00				
AMORTIZACIÓN	-S/4,940.70	-S/6,741.24	-S/9,139.92	-S/12,388.63	-S/16,789.51
INTERESES	-S/14,800.14	-S/12,999.60	-S/10,600.92	-S/7,352.21	-S/2,951.97
SEGURO DESGRAVAMENT	-S/306.00	-S/306.00	-S/306.00	-S/306.00	-S/306.00
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/13,724.40	S/18,253.76	S/40,000.42	S/63,469.47	S/88,368.58

Evaluación económica – financiera**Tabla 21***Información para análisis económico financiero*

Tasa de descuento en el aspecto económico	12%
TEA pasiva bastante alta del mercado	7%
Desafío	5%
Ctea del préstamo	36.07%
Inversión Total	63,724.40
Aporte del representante	22%
Financiamiento	78%
Tasa de descuento financiera	22.54%

Nota:

Con el fin de desarrollar el análisis económico se emplea la **Tasa de descuento económico de 12%** tasa que requiere como mínimo el inversionista para ejecutar la inversión:

Tasa de descuento económica = Tasa de interés de ahorro a plazo fijo más alta del mercado local + prima de riesgo

Con el fin de llevar a cabo el análisis Financiero se emplea la tasa de descuento financiero, debido a que ahora parte del capital para la empresa se dará mediante el financiamiento externo, la cual se pueda calcular de esta forma:

Tasa de descuento Financiera= (%aporte propio x tasa de rendimiento exigida económica) + (% Financiamiento externo x tasa de interés del financiamiento x (1- impuesto a la renta)

Con el fin de desarrollar un análisis económico y Financiero de la empresa se toma en cuenta lo siguiente:

Tabla 22*Indicadores de análisis*

Evaluación Económica y Financiera	
VANE	S/. 226,569.28
TIRE	89.07%
PRKE	1 año 5 meses
B/CE	1.45
VANF	S/. 110,703.50
TIRF	208.92%
PRKF	9 meses
B/CF	1.02

Valor Actual Neto Económico (VANE)

Valor Actual Neto Económico (VANE 226,569.28 > 0). Abarcan las ventajas generadas, que son superiores a los costos en los cuales se incurre, en consecuencia, es aceptable la investigación y puede recomendarse su aplicación.

Valor Actual Neto Financiero (VANF)

Valor Actual Neto Financiero (VANF 110,703.50 > 0). Ventajas generadas, que son superiores a los costos en que se incurre, en consecuencia, es aceptable la investigación y puede recomendarse su aplicación, consiguiendo parte de la inversión mediante terceros.

Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)

La tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de interés mínima factible (89.07 % > 12%). El panorama precisa que la rentabilidad que llega a generar el plan es superior al desempeño mínimo que se acepta, en esta situación el plan se acepta, en base a ello se sugiere su aplicación.

Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)

La tasa Interna de Retorno es superior a la tasa de interés mínima factible (208.92 % > 22.54%). El panorama precisa que la rentabilidad que logra generarse en el plan es mayor al desempeño mínimo factible, en este contexto el plan se acepta, por dicha razón, se sugiere su aplicación.

Relación Beneficio – Costo Económico (B/CE)

Relación Beneficio / costo Económica = 1.45 > 1; Las ventajas que se originan en la inversión el 100% de capital en la empresa son superiores a los costos, en base a ello, se puede decir que el plan se acepta, por dicha razón se sugiere su aplicación.

Relación Beneficio – Costo Financiero (B/CF)

Relación Beneficio / costo Financiera = 1.02 > 1; Las ventajas que se originan al realizar el financiamiento de parte del capital con aportes de terceros son superiores a los costos, en base a ello se concluye que el plan se acepta, en tanto se sugiere su aplicación.

Periodo de Recuperación de Capital Económica (PRKE)

El plan tendría un lapso de recuperación del capital de 1 año y 5 meses si es que se financia al 100% por los accionistas.

Periodo de Recuperación de Capital Financiero (PRKE)

El proyecto tendría un lapso de recuperación del capital de 9 meses si fuese financiado en parte por el banco.

V. DISCUSIÓN

Referente a la factibilidad de mercado, Morales (2009), precisa que dicha investigación de mercado, permitirá definir si el servicio o producto que se ofrecerá al mercado será aceptado por los que demandan los mismos, de otra parte Foppiano (2013), afirma que para la investigación de mercado se define a través de la actividad de recolectar información para que posteriormente se pueda procesar y poder analizar respectivamente, es la primera etapa en la cual se define la factibilidad de un plan, y en el caso de no existir necesidad poco satisfecha, no existiría razón para seguir con la investigación. De acuerdo a la teoría de expertos, se llegó a recoger datos para definir si hay o no factibilidad de mercado, poniendo en práctica un cuestionario para definir el grado de aceptación de los productos que se ofertarán, donde el porcentaje de 90.8% de las personas encuestadas, se encuentran con la disposición al consumo del producto si es que llegara a existir una organización en Piura que pueda producir y distribuir jabones ecológicos, logrando el 9.2% que se encuentran satisfechos con los productos que son abastecidos por los proveedores; se concluye que es factible la empresa a partir de la percepción del mercado.

En aras de definir la demanda, Sapag (2014), menciona que abarca el número de unidades de servicio o producto, ya que los clientes se encuentran con la disposición a conseguir en un tiempo definido y con los requisitos siguientes: precio, preferencias y gustos, disponibilidad de los productos o servicios. Por lo previamente mencionado, se consigue corroborar con el porcentaje logrado referente a la aceptación del producto nuevo a promover. En esta investigación, se logró obtener datos mediante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), donde se puede apreciar en la tabla N°3 la demanda de los hospedajes no categorizados en Piura, se llegó a proyectar a 5 años con un elemento de incremento de 5.28% en promedio acorde a la información.

Los elementos vinculados a la oferta, Baca (2013), indica que abarca el número de servicios o bienes que ciertos productores se encuentran dispuestos a ofertar al

mercado a un precio implantado. Acorde a los resultados conseguidos, La tabla N° 5, contribuyó a tener conocimiento de los proveedores principales de jabones para hospedajes, ya que, los resultados precisan que el proveedor principal es CIDASA, con participación del 24.2% en el mercado de jabones, le sigue la marca Aro, con participación del 19.2%, por otra parte el 14.2% de las personas encuestadas consiguen comprar a ABDK Group y el 8.2% en Azemar; cabe mencionar que el 34.2% de los encuestados manifiesta que no compra sus productos con proveedores de lima pues no le gustan las marcas que ofrecen y compran generalmente cuando viajan para abastecerse de diversos productos, por lo tanto la oferta cubierta se determinará tomando en cuenta que 65.8% de los hospedajes que compran el producto con sus proveedores en Piura

En la actualidad hay 11 distribuidoras que se encargan de distribuir jabones a los hospedajes, de igual manera existe oportunidad para una empresa nueva que puedan cumplir con los requerimientos del consumidor; referente a los precios que los que demandan se encuentran con la disposición de efectuar el pago, hace viable la producción y garantizan un razonable margen de ganancia, debido a que, el 70% de las personas encuestadas se encontrarían dispuestas a efectuar el pago entre S/. 250 y S/. 350 soles para la adquisición de jabones ecológicos, en presentación de 1 millar, de otra parte, el 30% de la comunidad se sienten animados a efectuar el pago de S/. 351 y S/. 450 soles

De acuerdo con el análisis de la demanda, se concluye que hay una demanda no satisfecha constituida por la diferencia entre la demanda del producto y la oferta cubierta por los proveedores de la localidad, por ello el presente proyecto pretende cobertura en promedio al 85% de dicha demanda insatisfecha.

De esta forma la H1: Es factible la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es aceptable.

Otro aspecto para definir la factibilidad de un plan es la factibilidad técnica, en ella se considera el tamaño de la organización y su correspondiente ubicación. Acorde a Baca (2013), determina la investigación técnica, conocida de igual manera como ingeniería del plan, a la totalidad de la estructura ya sea física como administrativa. Sapag (2014), precisa que la ingeniería de proyecto puede englobar la totalidad de aquello que se vincula con la ejecución y el funcionamiento del plan, donde se puede verificar la posibilidad técnica de elaboración del producto u otorgar el servicio, y se determina la localización y el tamaño, actividad de adquirir los equipos, las instalaciones y la organización de la institución que se requiere para ejecutar la producción.

Referente al tamaño, Baca (2013), abarca la capacidad implantada de un plan, y se manifiesta en unidades de producción anuales. Se puede concluir, que se efectuó una investigación de mercado para definir el tamaño adecuado que se necesita en un plan de inversión. Se logró definir dicho tamaño a través de las existencias y en base a los que demandan. Así mismo, a partir de la percepción técnica es factible el plan, a través de la actividad de adquirir equipos que se llegan a comercializar en el mercado nacional; de igual manera, los insumos que se necesitan para producir jabones ecológicos se logran en el mercado local y nacional.

De otra parte, la ubicación, abarca definir la zona en la cual se implantará la planta, Baca (2013), menciona que es un plan que brinda en proporción mayor a que se cumpla una tasa mayor rentable referente al capital invertido, por ello se tuvo que emplear la técnica de elementos ponderados, donde se obtuvo una ponderación a los diversos elementos sobresalientes y al mismo tiempo establecer una calificación.

Asimismo, Chero (2015), en su estudio, decidió ubicar la planta en talara alta – cono sur, debido a que es de carácter industrial y sobre todo que existe cercanía a la demanda y a la actividad de adquirir la materia prima a comercializar.

En lo que respecta a la investigación, al poner en práctica la técnica, se llegaron a proponer tres alternativas de ubicación de la planta, entre ellas en Castilla, la Urb. Santa Ana y la Zona Industrial en Piura, las dos opciones primeras se les brindó una menor ponderación en donde se desestimaron las dos, ubicándose como lugar adecuado para la parte operativa en la Zona Industrial consiguiendo un puntaje de 6.5.

En la investigación de localización, evidencia que, hay condiciones de localización de la planta y referente al tamaño no existen limitaciones, por dicha razón, desde la percepción técnica lo hace factible y se puede confirmar la H2: Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2017.

Otro elemento que contribuye de igual manera a definir la factibilidad de un plan es mediante la investigación legal Sapag (2014), abarca toda labor empresarial y las metas que se deriven de la misma, se encuentran sometidas en base a un ordenamiento jurídico que se regula en el panorama legal; de otra parte, Baca (2013), precisa que la investigación legal abarcan códigos y normativas reguladas por elementos del gobierno que generan repercusión sobre un plan.

Por tal razón, actualmente montar una organización requiere una diversidad de requerimientos en aras de conseguir su formalidad y poder realizar sus actividades sin inconveniente alguno, la estructura legal contiene factores como tipo de organización, requerimientos que se exigen por las diversas entidades que se encargan de regular. De igual manera, en toda empresa hay una estructura donde se plantea una división de labores.

De acuerdo a Chiavenato (2009), las empresas son muchas cuyos atributos, dimensión, objetivos y estructuras son diferentes. En definitiva, la empresa a partir de la percepción empresarial es determinar la totalidad de labores y responsabilidades que se desarrollan en una organización.

Chero (2015), en su investigación, señaló que el tipo de organización según su estructura es organizacional por ser el organigrama empleado con mayor frecuencia, acorde a las características que brinda.

En consecuencia, de acuerdo a la investigación, la organización se intenta constituir de forma legal como una Sociedad Comercial de responsabilidad limitada. Acorde a lo manifestado en este tipo de investigación, la H3: Si tiene factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es aceptable.

El último factor para poder definir la factibilidad o no de un plan, es principal, es la factibilidad económica – financiera, se define en base a la rentabilidad de la organización, consigue facilitar el tiempo, al tomar decisiones en la inversión de un plan, tal como lo precisa Baca (2013), la investigación del análisis económico es la fase última de un plan. En esta investigación, abarca la totalidad del monto de las herramientas económicas implicadas para el desarrollo del proyecto de forma anticipada a su ejecución, así como definir la totalidad del costo requerido en su lapso de operación. En este contexto, se llegó a elaborar datos financieros, sobre el financiamiento del plan, egresos e ingresos, actividad de calcular sueldos, capital de trabajo, maquinaria requerida, depreciaciones, amortizaciones, flujo de caja, balance general, utilidad de la operación, estado de resultados, entre otros.

Para la toma de decisiones en invertir en un negocio, se tiene que considerar el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), debido a que son dos indicadores de tipo financiero vitales, así lo precisa Baca (2013), consigue explicar que “el valor actual neto (VAN) es el valor monetario que es la resultante de realizar una resta de la suma de los flujos que se descontaron en la inversión que se dio al principio. Esto significa, el VAN abarca una ganancia extra, una ventaja o un excedente de dinero posterior al lapso de desarrollo del plan. El mismo experto, indica que la TIR tiene que ver con la tasa que consigue igualar la sumatoria de los flujos que se descontaron en la inversión a inicios del plan.

De igual manera se empleó el método, para analizar el plan, la relación Beneficio / coste (B/C), Sapag (2014), precisa que, el vínculo entre la totalidad de los ingresos que se llevan al valor actual sobre el valor actual de la totalidad de los egresos de un plan para definir cuáles son las ventajas por cada moneda que se invierte en un plan.

Como último punto, se llegó a analizar el lapso de la actividad de recuperar la inversión (PRI), esto lo precisa Sapag (2013), el lapso para recuperar capital es la cantidad esperada de tiempo, donde la organización consigue recuperar la inversión que realizó al principio del plan.

Chero (2015), concluyó que, para la ejecución del proyecto se estimó financiar un 40% por propio capital y el 60% financiado por la entidad financiera, demostró también, que el proyecto es factible económica – financiera, puesto que los índices de rentabilidad fueron positivos.

La investigación económica – financiera, permitió determinar que la inversión para la ejecución del plan llega a ascender a S/.96,963.04, de los cuales S/. 50,000 fueron financiados por el BBVA continental a 5 años, obteniéndose resultados en la evaluación económica tales como VANE de S/.226,569.28, TIRE de 89.07%, PRKE de 1 Año 5 Meses y un B/CE de 1.45, lo cual nos muestra la viabilidad y rentabilidad económico del proyecto, referente al análisis Financiero se consiguió un VANF de S/.110,703.50, una TIRF de 208.92%, un PRKF de 9 Meses y una relación B/CF de 1.02, lo cual nos muestra la factibilidad y rentabilidad Financiera del plan.

En este aspecto, la H4: Hay factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es factible y hay rentabilidad a la luz de la totalidad de los indicadores conseguidos al momento de evaluar, y en consecuencia, se acepta en la totalidad de sus extremos.

VI. CONCLUSIONES

1. Acorde, a la investigación de mercado, hay factibilidad, ya que existe potencial demanda no satisfecha por prestar atención, la investigación logró revelar que el 90.8% podría comprar los jabones ecológicos si existiera una fábrica en Piura, muy aparte de la constancia de compra de los productos es mensualmente y los precios que tendrían la disposición a pagar resultan viable la producción, garantizando un margen de rentabilidad.
2. Referente a la investigación técnica, hay factibilidad para el desarrollo y parte operativa de la fábrica de jabones ecológicos, logrando un área de 300 m², concerniente a la ubicación, se logró determinar a través de una técnica de puntajes ponderados, y la zona para implantar la fábrica en la Zona Industrial en Piura.
3. Concerniente a la investigación legal – administrativa, es factible, y la organización tiene que efectuar la totalidad de tramites, estos se pueden atender en un lapso razonable, en aras de desarrollarse de forma formal acorde a Ley. El tipo de organización de la institución se enfocará en una SCRL.
4. En lo que respecta a la investigación económica – financiera, se definió que la inversión para ejecutar el plan llega a ascender a S/.96,963.04, de los cuales S/. 50,000 fueron financiados por el BBVA Continental a 5 años, obteniéndose resultados en la evaluación económica tales como VANE de S/.226,569.28, TIRE de 89.07%, PRKE de 1 año 5 meses y un B/CE de 1.45, lo cual nos muestra la viabilidad y rentabilidad económico del proyecto, referente al análisis financiero se consiguió obtener un VANF de S/.110,703.50, una TIRF de 208.92%, un PRKF de 9 meses y una relación B/CF de 1.02, lo cual nos muestra la factibilidad y rentabilidad financiera del proyecto.

5. La investigación de factibilidad económica – financiera, en base a los indicadores decididos, se puede concluir que la apertura de una fábrica de jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura es factible.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere realizar una evaluación de mercado de forma periódica, para saber si existen demandantes y ofertantes nuevos, mantenerse a la vanguardia de materias prima nuevas con el fin de producir jabones, logrado reducir de esta forma los costos que abarcan producir.
2. La organización tiene que ubicarse en una zona estratégica que pueda tener acogida de demandantes, de igual manera poder acceder a la materia prima, en este tipo de organización, es recomendable que los responsables de invertir en la compra de maquinaria puedan sistematizar los sistemas de producción tratando de ahorrar dinero y tiempo.
3. Hacer un correcto empleo de las herramientas económicas, no emplearlos en gastos bastante particulares en la organización, para que posteriormente no haya falencias de liquidez, de esta forma se contará con solvencia en el campo económico ante situaciones de urgencia, cumplir de manera puntual con los pagos del préstamo.
4. Se sugiere la puesta en práctica del proyecto, debido a que es factible en la totalidad de los extremos expresados.

REFERENCIAS

- Aaker, Kumar & Day. (2016). *Investigación de mercados*. 4ta Edición. México: Limusa.
- Alejos A. y Maldonado J. (2013). *Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa de fabricación y comercialización de tequeños en Lima Metropolitana (Tesis de Titulación)*. Facultad de Ciencias e Ingeniería, Pontificia Universidad Católica del Perú. 180 pp. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4852>
- Ander-Egg, E. (2012). *Técnicas de Investigación Social*. 24ta Edición. Editorial Lumen.
- Andrade, S. (2013). *Diccionario de Economía*. Tercera Edición. Editorial Andrade.
- Baca G. (2013). *Evaluación de Proyectos (7° Ed.)* México: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Barbosa C. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de jabón artesanal exfoliante de harina de maíz y efervescente en la ciudad de Quito (Tesis de Licenciatura)*. Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Central de Ecuador. 185 pp. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/506/1/T-UCE-0003-13.pdf>
- Espinoza R. (2016). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la Provincia de Celendín (Tesis de Titulación)*. Facultad de Ingeniería Industrial, Universidad Nacional de Piura. 165 pp. Recuperado de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/656>
- Flores, U. (2010). *Proyectos de inversión para las Pymes*. 2da ed. ECOE, Colombia.
- Foppiano G. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Lima: Editorial ISIL.

González P. (2013). Análisis e interpretación de estados financieros. Perú: Imprenta Unión de la Universidad Peruana Unión.

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación (6ta Ed.) México: McGraw-Hill.

<https://extranetperu.grupobbva.pe/SimuladorWeb/sw/Simulador/cronograma.pdf>

Kotler, P. (2015). *El Marketing según Kotler: Como crear, ganar y dominar los mercados*. Buenos Aires- Argentina. Edición Paidós.

Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing; (14° Ed), México : Pearson Educación
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Malhotra, N. (2014). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. 4ta Edición. México: Prentice hall.

Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. Cuarta Edición. Mc Graw Hill.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR (2019). Evolución de la oferta aérea y hotelera.

http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Evolucion_oferta_aerea_hotelera.pdf

Morales A. y Morales J. (2009). Proyecto de inversión: Evaluación y Formulación (2° Ed). México: Mc Graw-Hill.

Muñiz L. (2010). Planes de negocio y estudio de viabilidad. Barcelona: I.S.L Barcelona.
<http://booksgoogle.com.pe/books?id=jkW10oPTYvsC&printsec=frontcover&dq=Planes+de+Negocio+Y+Estudios+de+Viabilidad&hl=es->

4196sa=X&ei=86JbVJTLBsvlsAS96oLQBA&ved=0CCMQ6AEwAA#v=onepage&q=planes%20de%20Negocio%20Y%20Estudios%20

Muñiz R. (2014). *Marketing en el siglo XXI* (5° Ed.) España: Centro de Estudios Financieros.

Neira V. (2014). *Plan de Negocio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de Jabón artesanal, de Aceite de cocina reciclado, en la ciudad de Puerto Montt* (Trabajo de Titulación). Escuela de Ingeniería Civil Industrial, Universidad Austral de Chile, Puerto Montt – Chile. 148 pp. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2014/bpmfcin415p/doc/bpmfcin415p.pdf>

Observatorio Turístico Perú (BADATUR –OTP, INEI). <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/pbisturi.pdf>

Observatorio Turístico Perú (BADATUR –OTP, INEI). <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/pbisturi.pdf>

Parkin M., Esquivel, G. & Muñoz, M. (2012). *Microeconomía* - versión para Latinoamérica. 7ma Edición. Pearson Educación.

Randall, G. (2013). *Principios de Marketing*. Segunda Edición. Thomson Editores Sapin.

Rodríguez L. (2012). *Análisis de estados financieros un enfoque en la toma de decisiones* (2° Ed.). México: Mc Graw-Hill.

Rosales, J. (2012). *Elementos de Microeconomía*.

Salgado M. (2016). *Plan de negocios para la producción y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Quito* (Trabajo de Titulación). Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Las Américas, Quito – Ecuador. 239 pp. <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5344/1/UDLA-EC-TINI-2016-57.pdf>

Sapag N. (2014). Preparación y evaluación de proyectos (6ta Ed.) México: McGraw-Hill.

Vásquez, N. (2013). Estudio de Pre-Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la industrialización y comercialización de los derivados de caña de azúcar. (Tesis de Titulación) Pontificia Universidad Católica del Perú. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/butstream/handle/123456789/4994/GUILLE_RMO_NESTOR_ESTUDIO_PREFACTIBILIDAD_INDUSTRIALIZACION_COMERCIALIZACION_DERIVADOS_CA%C3%91A_AZUCAR.pdf

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un Negocio*. 1era edición. USAID, Perú.

ANEXO 1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VIABILIDAD	La viabilidad es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo. (Baca, 2013)	Viabilidad de Mercado	Permitirá conocer, si los productos a ofertar van hacer aceptados por la demanda.	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de demanda - Nivel de oferta - Precio - Canal de distribución 	Ordinal
		Viabilidad Técnica	Este estudio nos va a permitir determinar el tamaño óptimo de la fábrica y su localización.	<ul style="list-style-type: none"> - Tamaño - Tecnología - Localización 	Nominal
		Viabilidad legal administrativa	Se va a evaluar los distintos tipos de sociedades empresariales y tipo de organización, para posteriormente seleccionar la más adecuada y bajo qué régimen se va a constituir	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de organización 	Nominal
		Viabilidad económica financiera	Se analizará y evaluará la rentabilidad económica y financiera del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> - VAN - TIR - Beneficio costo - Prc 	Nominal -

ANEXO 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	
Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020	<input type="checkbox"/> ¿Es viable la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020?	<input type="checkbox"/> Es viable la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020.	<input type="checkbox"/> Determinar la viabilidad de fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Aplicada, cuantitativa, no experimental, transversal y descriptiva POBLACIÓN Y MUESTREO Población: 623 personas. Muestra: 120 Muestreo: Aleatorio simple TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Encuesta, cuestionario, MÉTODO DE ANÁLISIS Se aplicará un análisis de tipo correlacional, mediante tablas de frecuencia y porcentaje en función a las respuestas obtenidas
	PROBLEMA ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	a) ¿Existe viabilidad de mercado para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura? b) ¿Existe viabilidad técnica para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura? c) ¿Existe viabilidad legal administrativa para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura? d) ¿Existe viabilidad económica – financiera para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura?	a) Existe viabilidad de mercado para fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura b) Técnicamente es viable la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura c) Existe viabilidad legal administrativa para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura d) Existe viabilidad económica – financiera para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura.	a) Determinar la viabilidad de mercado para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura b) Definir la viabilidad técnica para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura c) Identificar la viabilidad legal administrativa para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura d) Determinar la viabilidad económica – financiera para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura.	

ANEXO 3 CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA
Escuela Profesional de Administración

Reciba un cordial saludo; este cuestionario está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación cuyo objetivo es determinar la viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Le agradeceremos de antemano la sinceridad y objetividad de sus respuestas. Marque con una "X" la respuesta adecuada.

1. ¿Cuál de los siguientes amenities (jaboncito, shampoo, acondicionador, etc.) utiliza para acondicionar las habitaciones de sus huéspedes? Puede marcar más de una opción

- a) Jabón
- b) Shampoo
- c) Acondicionador
- d) Toallas.....
- e) Otro (Especifique).....

2. ¿De qué marca son los jabones que utiliza para la atención a sus clientes?

- a) Aro.....
- b) Cidasa.....
- c) Abdk Group
- d) Azemar.....
- e) Otro (especifique):

3. ¿Por qué elige los jabones de esa empresa? Puede marcar más de una opción.

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Fragancia
- d) Presentación
- e) Compras a Crédito
- f) Todas las anteriores.....

4. ¿Con que frecuencia compra los productos?

- a) Quincenal
- b) Mensual
- c) Trimestral
- d) Anual.....

5. De acuerdo a la respuesta de la anterior pregunta, ¿Cuál es el consumo promedio es este producto?

- a) ¼ millar
- b) ½ millar
- c) 1 millar.....
- d) 2 millares
- e) 5 millares

6. ¿En qué tipo de presentación adquiere el producto?

- a) Caja de ¼ millar.....
- b) Caja de ½ millar.....
- c) Caja de 1 millar.....
- d) Caja de 2 millares
- e) Caja de 5 millares

7. ¿Cuál es el precio actual que paga Ud. por el producto en presentación de 1 millar?

-
- a) S/. 251 – S/. 350
 - b) S/. 351 – S/. 450
 - c) S/. 451 – S/. 550
 - d) Otro (especifique):.....

8. ¿A través de qué medio adquiere el Producto?

- a) Vendedor de la propia fábrica
- b) Intermediario
- c) Directamente de la fábrica
- d) Otro (Especifique):.....

9. ¿Qué forma de pago utiliza Ud. para adquirir dicho producto?

- a) Contado
- b) Crédito

10. ¿Ha oído hablar de los jabones ecológicos?

- a) Si
- b) No

11. Si existiera una empresa, en la ciudad de Piura, que produzca y distribuya jabones ecológicos. ¿Ud. consumiría su producto?

- a) Si
- b) Tal vez.....
- c) No

12. ¿A qué precio, Ud. estaría dispuesto a pagar por los jabones ecológicos en presentación de un millar?

- a) S/. 250 – S/. 350
- b) S/. 351 – S/. 450
- c) S/. 451 – S/. 550
- d) Otro (especifique):.....

13. ¿A través de qué forma le gustaría adquirirlos?

- a) En la misma fábrica
- b) Delivery
- c) En tiendas mayoristas
- d) Otro (Especifique):.....

14. ¿Cuál cree usted que es el medio publicitario más eficiente para dar a conocer este producto?

- a) Radio
- b) Tv
- c) Diarios
- d) Redes Sociales
- e) Otro (Especifique): _____.

15. De estar disponibles este producto en Piura, ¿Ud. Diría qué?

- a) Si lo compraría.....
- b) Indeciso.....
- c) No lo compraría.....

ANEXO 4

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237, Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección en Empresas, N° ANR A 202528, de profesión Licenciado en Administración, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de enero del dos mil veinte.



Dr. : Freddy William Castillo Palacios

DNI : 02842237

Especialidad : Administración

E-mail : fwcastillo@ucvirtual.edu.pe

“Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		86			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		86			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		86			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		86			

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Nélide Rodríguez de Peña con DNI N° 02872139, Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020 Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de enero del dos mil veinte.



Dra. : Néilda Rodríguez de Peña
DNI : 02872139
Especialidad : Administración
E-mail : nrodriguez@ucv.edu.pe

“Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			91		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		86			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		86			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			91		

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Angulo Corcuera Carlos con DNI N° 06437510, Magister en MBA Administración en Negocios, de profesión Licenciado en Administración, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020 Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de enero del dos mil veinte.



Dr. : Angulo Corcuera Carlos Antonio

DNI : 06437510

Especialidad : Administración

E-mail : anguloa@ucvvirtual.edu.pe

“Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			91		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		86			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			91		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			91		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos
para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura,
2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Mosqueira Veliz, Daiby Jean (ORCID: 0009-0000-1705-314X)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000.0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2020

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo al Observatorio Turístico Perú (BADATUR –OTP, INEI) en la década última, el rubro del turismo, constituido por restaurantes y alojamiento, ha logrado generar enormes ingresos, los cuales se reflejan en el incremento del PBI del Perú con una participación del 3.75%; el cual tiene como efecto el desenvolvimiento de diversas actividades colaterales que generan impacto en la parte económica del país; el sector hotelero mediante la variedad establecimientos de hospedajes consigue contribuir a dicho incremento, que anualmente va aumentando, por lo tanto; logrando los principales consumidores, vale decir, los turistas, que años consecutivos, con su llegada a las regiones diferentes de la nación, brindan el fomento del crecimiento de la economía mediante el servicio que se le otorga, logrando generar fuentes de labores en diversas actividades del ámbito empresarial como las de servicios y comerciales.

En los cinco últimos años, el Perú ha reflejado un crecimiento favorable en el rubro de hotelería, y gracias al incremento de la demanda, la organización del sector privado internacional y nacional se ha animado a realizar una inversión en este campo. Así lo precisa el informe desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), que refleja entre los años 2011 al 2015, se consiguieron sumar a la oferta del sector hotelero 4,800 establecimientos nuevos de hospedaje, llegando a registrar un incremento de 33% en dicho lapso.

El informe que publicó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (datos disponibles al 18 de agosto de 2016), da a conocer de qué manera ha evolucionado la oferta del sector hotelero en la nación, de acuerdo a la cantidad de establecimientos de hospedajes, lograron crecer en el lapso de evaluación de 33%, el cual corresponde un 3.97% a la comunidad Piurana, logrando una totalidad de 686 establecimientos de hospedajes en la Región.

Acorde a lo manifestado, se ha creado una fuente nueva de trabajo, fortaleciendo la calidad de vida de la comunidad y el desenvolvimiento general de la nación. Vale decir, por el crecimiento de este sector, diversas organizaciones

colaterales se benefician de la instauración de servicios y productos nuevos que puedan satisfacer los requerimientos de los hospedajes; entre ellas; productos para limpiar, menaje, amenities (juegos de sábanas, toallas, shampoo, jabones, acondicionadores), y otros, los cuales son necesarios para el abastecimiento de los de hospedajes.

En el país hay diversidad de organizaciones que se dedican a la actividad de fabricar, comercializar y distribuir jabones, en el sector de hotelería se denominan “amenities”. En Piura, no hay una organización que se dedique de manera exclusiva a fabricar y comercializar jabones ecológicos. Al partir de este problema actual, llega a surgir la necesidad de fomentar la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el sector de hotelería, el cual se enmarcará en la vigente legislación ambiental conservando el entorno ambiental, de igual manera un direccionamiento de responsabilidad con la sociedad. Dichas especificaciones son requisitos vitales para el desarrollo de diversidad de organizaciones, uniendo esfuerzos en aras de producir de forma más sustentable.

El problema planteado previamente, ha dado origen la necesidad de desarrollar el proyecto presente a nivel de viabilidad o factibilidad de aspecto económico y financiero –para la actividad de fabricar y comercializar jabones en el campo ecológico para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, el cual se enfoca en un sistema de recaudación de datos persistente sobre todo lo vinculado con el objeto de investigación, y tiene el propósito de realizar una evaluación sobre la sostenibilidad y rentabilidad de las inversiones que se llegarán a efectuar si se llega a efectuar el proyecto.

Se toma en consideración el planteamiento mediante la pregunta general de estudio ¿Es factible la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, 2020? Referente a las preguntas específicas se consiguen proponer ¿Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro

de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?; ¿Hay factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados?

En la actualidad, la inversión de una organización se llega a convertir en un desafío verdadero para individuos que logran emprender negocios nuevos, mayor aún si se llega a agregar valor al servicio o producto que se ofertarán. En este panorama, se vio necesidad de brindar una propuesta para la instauración de una planta que pueda fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados. Acorde a lo manifestado, el estudio se logra justificar a través de la investigación y probable propuesta; debido a que en Piura no hay una organización que pueda dedicarse a fabricar dicho producto, sin embargo, sí hay organizaciones que se dedican a distribuir la misma.

El producto, el cual se intenta ofertar, abarca jabones ecológicos, que logran generar impacto fundamental en la industria; debido a que, al tener dichas características, presentan el fundamento principal de preservar el entorno ambiental, de igual manera, el enfoque de actuar con Responsabilidad Social, los dos elementos son requisitos vitales para la ejecución de diversas organizaciones y conseguir que sean aprobados por la legislación actual. Este contexto, permite que los clientes se vuelvan responsables ecológicamente, se consigue crear conciencia con frecuencia más estricta de los representantes legales, y los empleados pueden mostrar valor al compromiso de la organización con el entorno ambiental.

El proyecto en estudio intenta realizar una evaluación sobre la factibilidad del mercado, legal, técnica, económica financiera y administrativa para el desarrollo y fabricación de jabones ecológicos. Para que el estudio sea sólido y consistente, se llega a brindar un fundamento mediante teorías vinculadas al proyecto que se propone; de igual manera esta investigación puede servir como precedente a futuros estudios parecidos.

Referente al objetivo general se considera Definir la factibilidad para fabricar y comercializar de jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Concerniente a los objetivos específicos se toman en cuenta Determinar la factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Determinar la factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Identificar la factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Definir la factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados.

La hipótesis general tiene que ver con, Es factible fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020. Las hipótesis específicas son, Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; De forma técnica es factible fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Hay factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados; Hay viabilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados.

II. MARCO TEÓRICO

Concerniente a los antecedentes internacionales, se puede encontrar a Alvarado (2016), en su estudio cuyo título es: Plan de negocios para la producir y comercializar de jabones de forma artesanal en la ciudad de Quito, con el fin de conseguir el Título de Ingeniera en Negocios Internacionales de la Universidad de las Américas, Quito – Ecuador, el cual presenta el objetivo general de definir la viabilidad del establecimiento de una organización que se dedique a producir y comercializar jabones de forma artesanal; el método empleado se realizó mediante un focus group, entrevistas a personas expertas y encuestas, considerando un diseño con un enfoque cuantitativo, cualitativo de tipo descriptivo. El estudio llega a concluir que la actividad de producir y comercialización de jabones de forma artesanales es financieramente y comercialmente factible; de otra parte, la organización va a disponer de un local comercial en dicha ciudad y podrá tener en una plataforma para vender por internet y se dirigirá a segmentos socioeconómicos altos y medios; el instrumento de distribución que se empleará será de forma directa. El análisis de la parte financiera que se realiza llegó a revelar que el plan de negocios es factible, con una de TIR de 43.56% y VAN del \$36,384.83

Referente a los antecedentes nacionales, se considera el estudio de Vásquez (2013), en su trabajo de investigación el cual se titula: Estudio de Pre-Factibilidad para la instauración de una organización que se dedica a la comercialización e industrialización de los derivados de caña de azúcar, Tesis de Titulación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, el cual presenta el objetivo general de definir la factibilidad económica, técnica y financiera de una organización; la metodología que se empleó fue del tipo cuantitativo y exploratoria. Se puede concluir que el costo promedio ponderado WACC es del 13.26%, donde el porcentaje consigue reflejar que es bastante bajo para la evaluación la viabilidad del plan; el TIRE es de 27.1%, el cual supera al WACC percibido, consiguiendo concluir que si hay viabilidad de tipo económico del plan; de otra parte, la inversión en su inicio fue de S/. 705,090.00,

únicamente el 75% de la inversión se constituye por los activos fijos y el 25% lo constituye el capital propio de la labor.

Como último aspecto, se tiene los antecedentes locales, el trabajo de Chero (2015), en su tesis el cual se titula: Factibilidad para la instauración de una organización que distribuye agregados de construcción en la ciudad de Talara – año 2015, presenta el objetivo general de definir la factibilidad para la instauración de una organización que distribuya agregados de construcción; la metodología que se empleó fue observacional con un diseño descriptivo y no experimental. Se puede concluir que acorde a la investigación de mercado hay factibilidad para instaurar la organización porque que la demanda que no es satisfecha abarca el 86%, referente a la investigación técnica existen condiciones con el fin de llevar a la práctica dicha organización atendiendo únicamente el 10% de la demanda que no se encuentra satisfecha; de igual manera, la localización de la organización se llegó a obtener a través de la técnica de puntajes ponderados y se realizará en Talara Alta; se ejecutó la investigación legal administrativa y el tipo de organización abarcará sociedad anónima cerrada, considerando organigrama vertical; acorde a los indicadores que tiene que ver con la rentabilidad, se llegó a determinar que la inversión en el periodo de inicio abarcará S/. 1'062,432.49 con un capital de trabajo de S/. 67,6400.00 y su lapso para recuperar es a 02 años; el VANF fue de S/. 1'175,090.50 y el VANE fue de S/. 1'385,303.02, su sumado a ello, la TIRE fue del 50.62% y su TIRF de 89.35%.

Con el fin de desarrollar el marco teórico, se efectuó una revisión de la bibliografía vinculada con tema de factibilidad, proyecto de negocios y actividad de formular y evaluar proyectos, para que pueda dar el sustento al estudio. Seguidamente, se consideran ciertas definiciones:

Referente al jabón ecológico, tiene que ver con un producto que para poder elaborar solo se emplean materias primas de tipo natural, con orígenes vegetales y múltiples ventajas para la piel.

Estudio de Factibilidad Muñiz (2010), precisa que la investigación de factibilidad intenta recopilar, analizar y evaluar los datos para definir si se tiene o no que ejecutar una organización que pueda conllevar a desafíos en la parte económica. De otra parte, Baca (2013) llega a sostener que, la factibilidad es la posibilidad que tiene un plan para ser ejecutado de tal forma que permita cumplir con su objetivo establecido. El mismo autor, menciona diversos tipos de viabilidad, entre ellas, la de mercado, el cual contribuye a tener conocimiento de la demanda que no es satisfecha actualmente en el mercado, define la cantidad de servicios o bienes que se pretenden ofertar; viabilidad de tipo técnico, define si es probable llevar a cabo un proyecto, acorde a los objetos y lugar; viabilidad legal, se refiere a dificultades de carácter legal que pueden repercutir en la operación e instalación de un plan; viabilidad de gestión: el cual determina si hay capacidades a nivel gerencial interno de una organización para el logro óptimo del establecimiento y eficiente forma de administrar el proyecto; viabilidad de tipo económico: en este caso se logra definir si resulta rentable o no la inversión, a través de la actividad de comparar el costo/beneficio de un plan (Flores, 2010; Mankiw, 2009).

De acuerdo con Foppiano (2013), precisa que, la investigación de mercado es un sistema en el cual se intenta realizar la recolección de datos, y finalmente realizar un análisis. De otra parte, Morales y Morales (2009), precisó que dicha investigación de mercado permitirá definir si el servicio o producto a otorgar al mercado será aceptado.

El concepto de mercado de acuerdo con Baca (2013), abarca el lugar en los cuales los elementos de la demanda y oferta desarrollan un intercambio de servicios o bienes a un precio establecido. De otra parte, Morales y Morales (2009) y Parkin et al. (2012), lo determinan como un equipo de personas que disponen de la necesidad de contar con un bien o servicio con la capacidad en el ámbito económico para lograr adquirirlos en un contexto definido.

Baca (2013) y Malhotra (2014), proponen el planteamiento, en los cuales, se consiguen reconocer cuatro variables sobresalientes que constituyen el esquema para

analizar el mercado, entre ellas, analizar la oferta, analizar la demanda, analizar los precios y analizar la comercialización, al aplicar los cuatro elementos en el análisis, el estudio tiene que brindar, al encargado de investigar, datos que proporcionen soporte al momento de tomar decisiones.

Para realizar un análisis de la demanda, Sapag (2014), menciona que abarca el número de unidades de servicio o producto, ya que los consumidores se encuentran dispuestos a conseguir en un lapso determinado y grupo de requisitos, entre ellas, disposición de los productos o servicios, precio, preferencias y gustos. Y la demanda de mercado acorde a Flórez (2010) y Randall (2013), abarca la suma de la totalidad de las demandas de un servicio o producto.

De igual manera Sapag (2014) determina el potencial Mercado como grupo de consumidores que puede llegar nuestro servicio o producto. Asimismo, tiene que ver con el mercado disponible conocido como mercado potencial conformado por el conjunto de clientes que tienen necesidades específicas de adquirir el servicio o producto que brinda el negocio nuevo (Rosales, 2012).

De otra parte, referente a la oferta, Baca (2013) y Weinberger (2009), determinan que la oferta es el número de servicios o bienes que ciertos productores de encuentran dispuestos a brindar al mercado a un precio definido. Morales y Morales (2009), precisa que, la oferta tiene que ver con el número de bienes que los encargados de fabricar o brindar servicios que se ubican en los mercados.

Baca (2013) y Andrade (2013), logran clasificar la oferta en tres elementos: oferta competitiva, donde hay número de productores con productos de la misma condición, en consecuencia, los encargados de producir están en libre competencia; de igual manera se consigue caracterizar ya que ningún encargado de ofertar puede llevar un control del mercado; oferta oligopólica, donde el mercado se posesiona por ciertos fabricantes que definen la oferta; oferta monopólica: se refiere a que es bastante complejo de lograr penetración en el mercado, debido a que el productor logra dominar más del 95% del mercado.

Por otro lado, referente a analizar el precio, Baca (2013), determina el precio como coste que los encargados de ofertar se encuentran dispuestos a vender y los que demandan están dispuestos a comprar un servicio o producto cuando se encuentren en equilibrio la demanda y la oferta.

Como último punto, el análisis de la actividad de comercializar, Baca (2013) precisa que la comercialización abarca la actividad hace que el ofertante comprenda y determine que canales o medios de distribución se considerarán para que el servicio o producto pueda llegar hacia el cliente, con los criterios de lugar y tiempo. Por el contrario, Muñiz (2014) y Kotler (2015) determinan que, el instrumento de distribución puede definir y enmarcar las fases de un producto que logra atravesar a partir del que fabrica y se enfoca cliente final.

Referente a la estructura de nivel técnico, Baca (2013), determina a la investigación técnica, conocida de igual manera como ingeniería del plan, a la totalidad de la estructura ya sea físicamente como a nivel administrativo. Por otra parte, Sapag (2014), precisa que la ingeniería de plan consigue englobar todo lo que se vincula con el desarrollo y puesta en práctica del proyecto, el cual se intenta verificar la posibilidad técnica en la elaboración del producto u otorgar el servicio.

De acuerdo con Sapag (2014), el tamaño tiene que ver con la capacidad para producir una unidad de tiempo; esto significa. Por otro lado, que Baca (2013), determina el tamaño de la capacidad que se logró instalar en el plan, y se consigue expresar en unidades para producir anualmente. Para concluir, se lleva a cabo una investigación de mercado en aras de definir el tamaño adecuado requerido en un proyecto que abarque actividades de inversión.

Con el fin de determinar el tamaño adecuado, Baca (2013), menciona que óptimo tiene que ver, cuando logra operar con la mínima cantidad de costo total o la rentabilidad en el ámbito económico máximo. Y, con el propósito de indicar el tamaño adecuado, logra enlazar elementos económicos y técnicos; éstos consiguen limitar el volumen de empleo; los elementos vitales para definir el tamaño correcto tienen que

ver con: la totalidad de la demanda, dispersión de insumos y compras, la tecnología, la localización, equipos y maquinarias, la capacidad en el aspecto financiero de los inversores y el tener conocimiento sobre el tipo de empresa.

De acuerdo con Sapag (2014) y Aaker (2016), afirman que la ubicación apropiada de la empresa que se podría instaurar con la viabilidad del plan puede definir el éxito o el fracaso de un negocio; pero, definir la localización puede conllevar a incrementar las utilidades del proyecto.

Otro aspecto vital que conviene afirmar es la investigación legal administrativa del plan, Baca (2013), precisa que son reglamentos y códigos regulados por elementos del gobierno que logran repercutir sobre un plan. De otra parte, Sapag (2014) afirma que toda labor a nivel de empresas y los planes que se puedan derivar de la misma, se encuentran sujetos en base a una organización jurídica que se regula en el marco legal, donde los intermediarios del campo económico se desarrollarán.

Para acciones económicas de la investigación legal, Sapag (2014), precisa una diversidad de acontecimientos que pueden generar impactos de tipo económico sobre un plan, y tienen vínculo con los aspectos siguientes: normas y exigencias ambientales, normas y exigencias sanitarias, normas y exigencias de seguridad (laboral), normas y leyes laborales (tributarias y económicas), puesta en práctica del código de labores, leyes en el campo laboral y previsionales; como punto final las Normas ISO.

En la investigación administrativa, Baca (2013), lo menciona de igual manera como la investigación de empresa, y no es de forma suficiente analítica en la mayor parte de las situaciones, lo cual evita una correcta cuantificación, ya sea de la inversión en inicios como de los costos de administración. De forma especial se logrará determinar el organigrama de la organización y los planes de labores administrativas donde operará el plan.

De acuerdo con Chiavenato (2009), las empresas variadas donde la dimensión, estructuras, atributos, y objetivos son diferentes. En general, la empresa desde la

percepción a nivel de empresas es determinar la totalidad de las labores y responsabilidades que se desarrollan en una organización, vinculándolas en diversos departamentos, el cual se le designará a un encargado de administrar, y las obligaciones designadas a los individuos que tienen bajo su responsabilidad el desarrollo de las funciones correspondientes, con el propósito de optimizar las herramientas utilizadas y cumplir los objetivos de forma eficiente.

Finalmente, en la investigación del campo económico- financiero, de acuerdo con Baca (2013), la investigación de la evaluación del campo económico es la fase última de un plan. En esta investigación, abarca el monto total de las herramientas económicas implicadas para el desarrollo del proyecto antes de su ejecución, así como definir la totalidad del costo requerido en su lapso de operación.

Es vital precisar que el financiamiento es fundamental en esta fase, Weinberger (2009), precisa que, logrando el cálculo la inversión en las fechas iniciales y el capital de la labor, hay que definir que fuentes del ámbito económico es importante para el financiamiento del proyecto. Las fuentes posibles de financiamiento se toman en cuenta seguidamente: Redes personales: Préstamos entre familia o préstamos entre amigos, ahorros, financiamiento de terceros.

Rodríguez (2012), afirma que el presupuesto de egresos e ingresos abarca un instrumento de gestión o financiero donde se dan a conocer los egresos e ingresos , así como los costos, para que posteriormente se pueda definir un resultado; pero, el empleo de este instrumento contribuye a cuantificar las prevenciones o pronósticos.

Gonzáles (2013), manifiesta que abarca una diversidad de pautas para el análisis de forma efectiva en los estados del campo financiero, logrando mostrar un direccionamiento global del contexto de la organización. De igual manera, es el proceso que abarca la evaluación, la posición del campo financiero presente y pasado, en aras de hacer mejores predicciones, estimaciones y resultados a futuro.

Seguidamente, se explica los instrumentos financieros: Rodríguez (2012), determina al balance general como una herramienta contable en la cual se organizan

y clasifican la totalidad de cuentas y se logra plasmar en un documento, esto puede permitir tener conocimiento del contexto actual de una organización y se intenta medir a nivel monetario mediante los ratios de tipo financiero. Dicha condición situacional debe coincidir, esto significa, que la totalidad de activo tiene que ser igual que el total de pasivo más patrimonio.

Rodríguez (2012), menciona sobre el estado pérdidas y ganancias, conoció de igual manera como estado de resultados, estado financiero en el cual se da a conocer los egresos e ingresos en un definido lapso. Weinberger (2009), precisa que el flujo de caja es un instrumento de planificación de tipo financiero y evaluación de un plan, en la cual se muestran la totalidad de ingresos y egresos tanto de ahora como futuros, que va tener un proyecto.

Otra herramienta importante que se tiene es el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), de acuerdo al autor Sapag (2014), determina que la tasa interna de retorno (TIR) intenta calcular el retorno de la inversión a una tasa de rendimiento por todos los periodos, donde la totalidad de los ingresos que se actualizan son de forma exacta iguales a los costos que se expresan en la actual moneda. De otra parte, Baca (2013), precisa que el TIR es la tasa de descuento donde el VAN llega a igualarse a cero. Para concluir, el TIR es la tasa que llega a igualar la sumatoria de los flujos que se descuentan a la inversión inicial.

Es vital precisar que para que un proyecto se ejecute es vital calcular el vínculo beneficio costo, Sapag (2014), afirma que es el vínculo entre la totalidad de los ingresos que se llevan al presente valor sobre el presente valor de la totalidad de los egresos de un plan para definir cuáles son las ventajas por cada moneda que se invierte en un plan. Para una apreciación mejor, sobre la factibilidad de un proyecto, en base a esta realidad, se debe considerar que si $B/C > 1$ precisa que las ventajas superen los costes, en consecuencia, el proyecto se tiene que llevar a cabo.

Como último punto, se define el cálculo del lapso de recuperación del capital (Prc), Sapag (2013), menciona que el lapso para recuperar el capital, como la cantidad

esperada de tiempo, donde la organización consigue recuperar la inversión con que se inició el plan. Esto significa, el número de los lapsos que tiene que desarrollar para que al acumularse los flujos de efectivo pueda igualarse a la inversión que se dio a inicios.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio muestra un diseño de tipo no experimental, esto significa, que los datos a recabar en aras de lograr la medición de las variables se considerará, así como se percibe en el contexto actual. La variable factibilidad, no se manipuló de forma deliberada, solo se enfocó en la observación de características propias únicamente, como precisan Hernández et al. (2014).

Al considerar la temporalidad de los datos, muestra un diseño transversal debido a que los datos que se analizarán se recogerán en un momento determinado del tiempo. Por último, es un estudio descriptivo, estos diseños se crean para la descripción con bastante fidelidad posible y precisión, una situación real empresarial (Vara, 2012; Ander-Egg, 2012).

3.2. Variables, operacionalización

Viabilidad:

Baca (2013) refiere que la factibilidad es la probabilidad con la que cuenta un proyecto para ser desarrollado y llevado a la práctica, de tal forma que pueda cumplir con su objetivo. Comprende cuatro dimensiones:

- Factibilidad de mercado: Contribuirá a tener conocimiento, si los productos que se ofertarán tendrán aceptación por la demanda.
- Factibilidad técnica: Esta investigación permitirá definir el tamaño adecuado de la fábrica y su ubicación.
- Factibilidad legal administrativa: Se evaluará los diferentes tipos de sociedades en el campo empresarial y tipo de empresa, para que después se puede hacer una selección más correcta y en base al régimen que se constituirá.

- Factibilidad económica – financiera: Pretende analizar y evaluar la rentabilidad financiera - económica del proyecto, los cuales se miden por los instrumentos financieros como la TIR, VAN, Beneficio Costo y PRK.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Población

La población del estudio se conformó por la totalidad de los que se encargan de los hospedajes no categorizados, consiguiendo una totalidad de 683, así lo precisa el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en su encuesta que realiza mensualmente sobre hospedajes, acorde a la capacidad instalada - Cantidad de establecimientos de hospedaje No clasificados.

Como promedio llega a crecer en un 5.28% de forma anual. Se proyectará la demanda para el 2020 y se va a trabajar con la información obtenida.

Muestra

Con el fin de definir el tamaño de la muestra, se intentó calcular mediante la fórmula de muestra para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z_{\infty}^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$$

$$n = 120$$

La totalidad de los encuestados abarcan 120 responsables de los hospedajes no categorizados en Piura.

Muestreo

Fue probabilístico – aleatorio simple, ya que se dispuso de directorio de los hospedajes, y se intentará realizar una medición y análisis con pruebas aplicando la estadística al tamaño de la muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el estudio se llegó a emplear la técnica de la encuesta, con diversidad de interrogantes, enfocadas a la población estudiada, con el fin de conseguir datos relacionados con la materia de estudio. Se tomarán en cuenta 120 encuestas.

Como herramienta para la actividad de recolectar información se consideró el cuestionario: Herramienta cuantitativa que se integra por una diversidad de interrogantes acorde con el objetivo investigado, y se usa para la medición de variedad de contextos y situaciones, con el propósito de conseguir datos esenciales y elaborar datos en el campo de la estadística para un análisis mejor e interpretación.

3.5. Procedimiento

Se procedió a coordinar con los responsables de los hospedajes no categorizados en Piura, a efecto de lograr encuestarlos en horarios que no interrumpen el normal desarrollo de sus funciones y responsabilidades. Con ello se logró recoger la información con el éxito deseado, logrando posteriormente analizar e interpretar la información para el logro de los objetivos de estudio.

3.6. Método de análisis de datos

En este campo se ejecutó la actividad de procesar los datos recabados aplicando el programa estadístico SPSS (versión 22), de igual manera se empleará el programa Excel 2016, llegando a obtener gráficos y tablas para un análisis mejor e interpretación de los resultados.

3.7. Aspectos éticos

En este contexto se tomó en cuenta el respeto a los autores de la bibliografía que se empleó en este estudio, de igual manera, los datos recolectados no han sido manipulados y finalmente se podrá mantener en reserva el anonimato de las personas encuestadas, de esta forma se consiguió con el objetivo planteado en tal sentido.

IV. RESULTADOS

El proyecto tiene el objetivo de la realización de una evaluación sobre la factibilidad para la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, por tal razón, se empleó como herramienta el cuestionario, las cuales se elaboraron acorde a los indicadores de la variable que contribuyan a definir la demanda, oferta, características del mercado y en consecuencia, evaluar la demanda no satisfecha. Los puntos de vista de los encuestados son vitales, ya que, al ser una organización nueva en Piura, permitirá contar con una visión de atractividad de mercado en la ciudad Piurana. Los resultados del estudio, que se muestran seguidamente, están vinculados a los objetivos del plan.

Objetivo 1. Determinar la factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Para la definición de la factibilidad de mercado, se tiene que analizar la demanda, la oferta y los precios.

Para definir la demanda se presenta la información siguiente:

Tabla 1*Análisis de la demanda de jabones ecológicos*

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál de los amenities siguientes (shampoo, jaboncito, acondicionador, entre otros) emplea para el acondicionamiento de las habitaciones de los huéspedes? Puede considerar más de una alternativa	Jabón	120	100.00%
	Toallas	120	100.00%
	Otros	120	100.00%
¿Por qué decide elegir los jabones de dicha organización? Puede considerar más de una alternativa.	Calidad	26	21.70%
	Precio	30	25.00%
	Fragancia	17	14.20%
	Presentación	25	20.80%
	Compras al crédito	3	2.50%
	Todas las anteriores	19	15.80%
TOTAL		120	100.00%
Si llegara a existir una organización, en Piura, que pueda producir y distribuir jabones ecológicos. ¿Consumiría dicho producto?	SI	109	90.8%
	Tal vez	11	9.2%
	No	0	0.0%
TOTAL		120	100.0%
¿Qué precio, podría pagar por jabones ecológicos de 10 Gr en presentación de un millar?	250-350	84	70.0%
	351-450	36	30.0%
TOTAL		120	100.0%
Si se encuentran disponibles los productos en Piura, ¿Cuál sería su opinión?	Si lo compraría	93	77.5%
	Indeciso	27	22.5%
TOTAL		120	100.0%

Nota. Encuesta ejecutada

La tabla da a conocer los elementos de compra de jabones, la investigación consigue revelar que 100% de las personas encuestadas expresa que consiguen abastecerse de amenities, entre ellas, jabones, de igual manera, emplean toallas y papel higiénico, logrando ser los tres fundamentales productos para otorgar el servicio a sus usuarios.

De otra parte, el 25% manifiesta que una de las decisiones principales de compra abarca el precio, por el contrario, el 21.7% lo llega a elegir por su calidad, de otra parte, el 20.8% tiende a comprar jabones al presentar. Es vital precisar que, al instaurar una fábrica de jabones ecológicos en Piura, el 90.8% manifiesta que, si hay una fábrica de jabones ecológicos, sí podría consumir el producto, por otro lado, el

9.2% probablemente pueda adquirir los jabones ecológicos. En efecto, las personas encuestadas, el 77.5% se siente motivada a realizar la compra del producto si se encontrara disponible, de otra parte, el 22.5% aún se encuentra con duda; donde se puede decir que el producto que se intenta promover es viable y atractivo desde la opinión de la demanda.

La investigación de igual manera intenta revelar que, el 70% se mostrarían dispuestos a pagar entre S/. 250 y S/. 350 para obtener los jabones ecológicos, en presentación de 1 millar, de otra parte, que el 30% de los encuestados se siente motivado a pagar S/. 351 y S/. 400.

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el fin de realizar un análisis de la demanda, se llegó a obtener datos mediante fuentes que evidencia información real para poder analizar y después llevar a cabo la proyección adecuada.

Tabla 2

Cantidad de hospedaje No clasificados

AÑO	Número de hospedajes no categorizados
2014	477
2015	492
2016	532
2017	571
2018	605
2019	616

Nota. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Hospedajes.

La tabla muestra que la cantidad de hospedajes no categorizados al 2019 es de 616, información que sirve para hacer la proyección de la demanda, tomado en consideración que la tasa de incremento del sector hospedajes es de 5.28% , utilizando

el método de proyección de crecimiento exponencial, asimismo en fundamento a los resultados de la encuesta se obtuvo que el 100% de los hospedajes utilizan jabones, por lo cual el número de hospedajes que representan el mercado potencial, también representan el mercado objetivo, se representa por los encuestados que manifiestan que utilizarían el producto y finalmente se establece la demanda anual en millares al año tomando en cuenta que el promedio de compra es un millar por mes y multiplicando la cantidad de hospedajes que representan el mercado objetivo por doce meses.

Tabla 3

Evaluación de la constancia de compra de jabones

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la frecuencia de compra de productos?	Quincenal	6	5,0
	Mensual	113	94,2
	Trimestral	1	,8
	TOTAL	120	100,0
Acorde a la respuesta de la pregunta previa, ¿Cuál es el consumo promedio de la misma?	1/4 de millar	2	1,7
	1/2 millar	4	3,3
	1 millar	113	94,2
	2 millares	1	,8
	TOTAL	120	100,0
¿Cuál es el tipo de presentación cuando obtiene el producto?	1/4 de millar	2	1,7
	1/2 millar	4	3,3
	1 millar	113	94,2
	2 millares	1	,8
	TOTAL	120	100,0

La tabla revela la constancia de compra de jabones de los clientes, el 94.2% efectúa sus compras de forma mensual, el 5% lo realiza de manera quincenal, por el contrario, únicamente el 0.8% lo efectúa trimestralmente. Referente al consumo promedio en base a la constancia de compra, el 94.2% consigue adquirir 1 millar de jabones de forma mensual, otro 3.3% únicamente logra comprar ½ millar. El resultado que se obtuvo evidencia que el consumo de ese producto es frecuente y en su mayoría

logran adquirir los jabones en presentación de 1 millar de manera mensual, ya que contribuye a definir el mercado efectivo.

Tabla 4

Determinación del mercado efectivo

Años	Merado potencial	Mercado disponible	Mercado efectivo	
	Hospedajes no categorizados proyectado	Demanda potencial utilizan jabones 100%	Aceptación del servicio 90.8%	Demanda anual en millares
2021	683	683	620	7439
2022	719	719	653	7832
2023	757	757	687	8246
2024	797	797	723	8861
2025	839	839	762	9140

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tabla 5

Análisis de la preferencia de proveedores de jabones

Características		Frecuencia	Porcentaje
¿Qué proveedores le abastecen de los jabones que utilizan para atender a los usuarios?	Aro	23	19,2
	Cidasa	29	24,2
	Abdk Group	17	14,2
	Azemar	10	8,2
	Otros	41	34.2
TOTAL			

Nota. Encuesta aplicada

La tabla contribuye a tener conocimiento los proveedores principales de jabones para hospedajes no categorizados en Piura, ya que, los resultados sobresalen que el proveedor principal es CIDASA, con participación del 24.2% en el mercado de jabones,

sumado a la marca Aro, con participación del 19.2%, mientras que el 14.2% de las personas encuestadas logran comprar a ABDK Group y el 8.2% en Azemar; cabe mencionar que el 34.2% de los encuestados manifiesta que no compra sus productos con proveedores de lima pues no le gustan las marcas que ofrecen y compran generalmente cuando viajan para abastecerse de diversos productos, por lo tanto la oferta cubierta se determinará tomando en cuenta que 65.8% de los hospedajes que compran el producto con sus **proveedores** en Piura .

Tabla 6

Proyección de la oferta

Años	Número de hospedajes no categorizados con proveedores em Piura (65.8%)	Oferta anual em millares
2020	449	5391
2021	473	5676
2022	498	5975
2023	524	6291
2024	552	6623

En consecuencia, se determinó la demanda no satisfecha en base a la diferencia entre la Oferta y la demanda expresada en millares de jabones. A continuación, se muestra el detalle

Tabla 7*Determinación de la demanda no satisfecha*

Años	Demanda anual en millares	Oferta anual en millares	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2020	7449	5391	2048	1728
2021	7842	5676	2156	1836
2022	8246	5975	2270	1944
2023	8681	6291	2390	2052
2024	9140	6623	2516	2160

Tabla 8*Demanda a atender*

Años	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2018	2048	1728
2019	2156	1836
2020	2270	1944
2021	2390	2052
2022	2516	2160

La tabla muestra la demanda a prestar atención que se establece de acuerdo con la capacidad establecida del negocio que es de 2160 millares el año , estableciéndose que para el primer año se utiliza el 80% de la misma y va creciendo la utilización de la misma en 5% , llegando al año 5 con el 100% de utilización.

Objetivo 2. Determinar la factibilidad técnica para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Estudio técnico:

Para la determinación del **tamaño del plan** se toma en cuenta la capacidad instalada, ésta sería:

Tabla 9

Capacidad Instalada

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	Por peso (En Gramos)	Porcentaje de Producción	Producción Diaria (En Millares)	Producción Mensual (En Millares)	Producción Anual (En Millares)
	10	30%	2	54	648
	15	50%	3	90	1080
	20	20%	1	36	432
	TOTAL		6	180	2160

La capacidad máxima de producción representa un promedio 85% de la demanda insatisfecha. Mientras el negocio no logre posicionarse no se empleará la totalidad de las instalaciones ya que el primer año se empleará el 80% de la capacidad establecida y se plantea un crecimiento anual del 5% de la utilización de la capacidad establecida, hasta llegar al 100% de la capacidad establecida en el año 5 por ello la demanda a atender se establece en la tabla siguiente:

Tabla 10

Demanda a prestar atención

Años	Demanda insatisfecha	Demanda a atender
2020	2048	1728
2021	2156	1836
2022	2270	1944
2023	2390	2052
2024	2516	2160

- Tecnología

Figura 1

Flujograma del Proceso Productivo

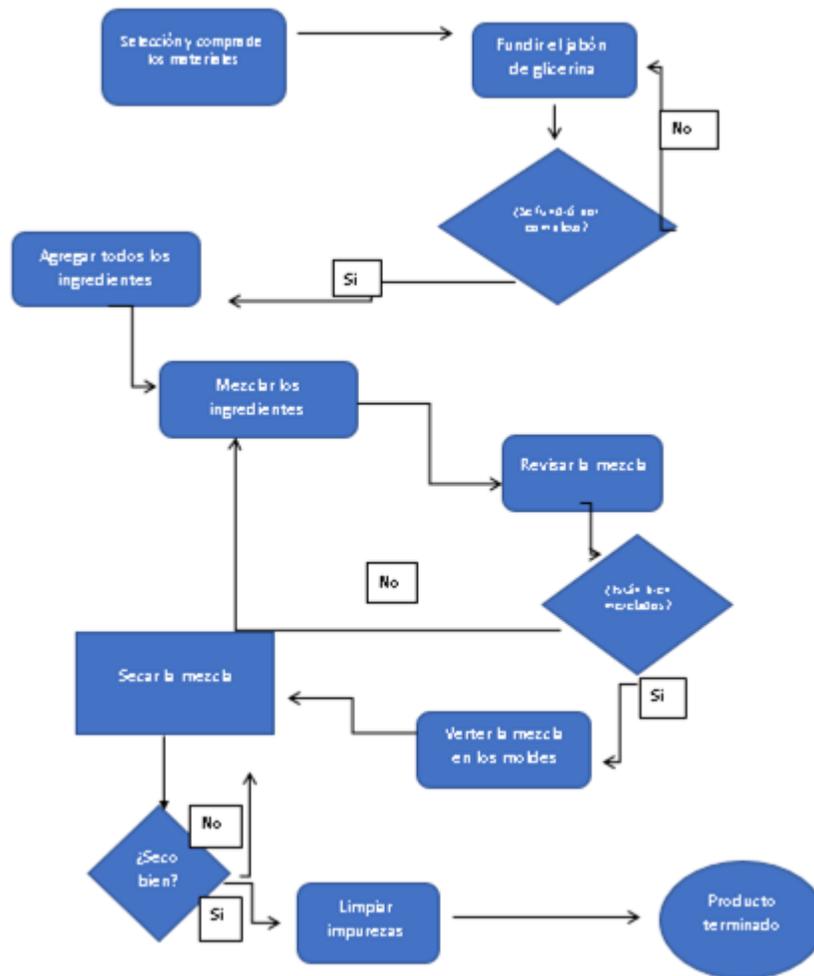


Figura 2

Maquinaria para producir

Máquina mezclador de jabón



Máquina rodillo de jabón



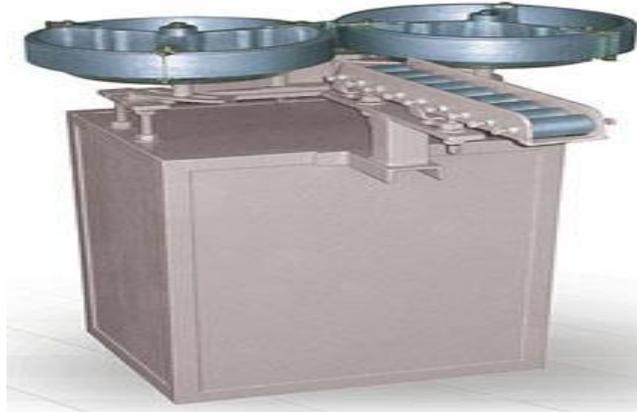
Máquina de servicio pesado empleada de forma principal para moler y mezclar con el jabón gránulo normales de temperatura y humedad desarrollando de manera especial endurecimiento del material en tres rodillos horizontales con el fin de exprimir y moler las partículas del producto principal.

Máquina dúplex plodder (extrusora) para jabón



El plodder es una pieza que le otorga una definitiva forma de barra de jabón en masa. En la primera fase se tiene que comprimir el jabón, refinado y suministrado a la cámara de vacío que tiene forma de fideos. El jabón se refina a través de un refinador gusano prensa.

Máquina corte de barra para jabón



La máquina se conserva de forma inmediata después plodder máquina y que se emplea para el corte del jabón con forma de barra.

Máquina para cortar el jabón (pasteles)



Las barras para cortar los pasteles pequeños de jabón, a través del empleo de dicha máquina para cortar jabón. El tamaño final del pastel se llega a ajustar acorde al peso final del jabón.

Máquina de sellado de jabón



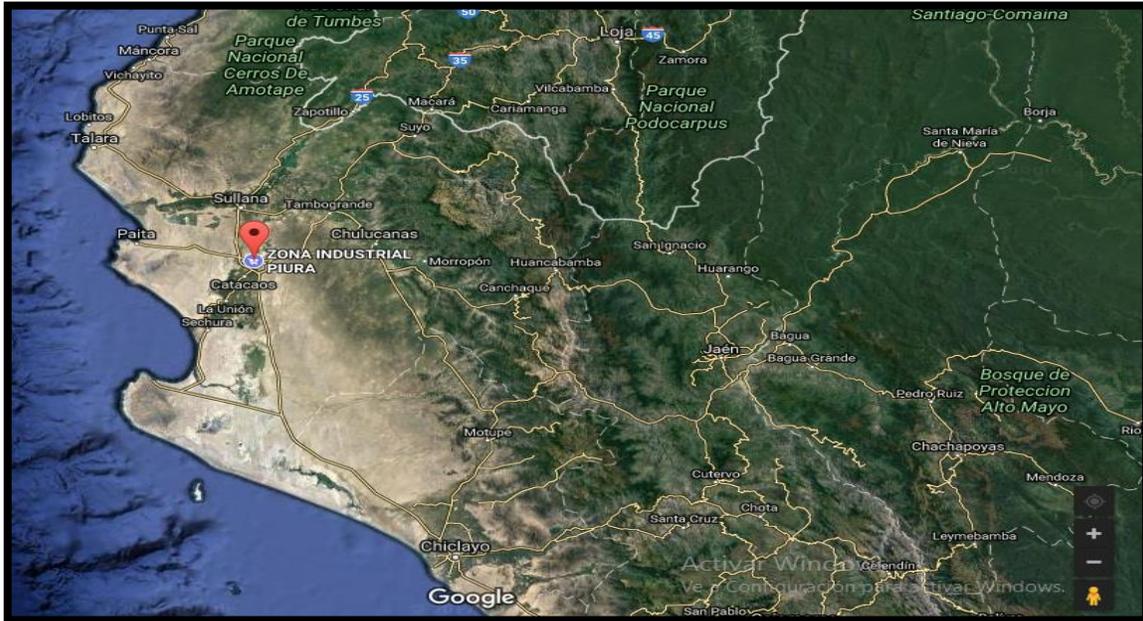
Este es un accionado ideal por el pie jabón máquina de sellado de jabón que son tortas de sellado; esto significa, máquina que incluye el sello de la marca del jabón.

– **Localización**

Se ubicará en Piura, se considerará un gráfico de la ciudad para ubicar la organización a implantar.

Figura 3

Mapa de la Provincia de Piura



Nota. Google Maps.

Micro localización: la fábrica se ubicará en la zona industrial, acorde al tipo de organización. Para elegir la ubicación de la fábrica se logró determinar a través de la técnica de puntaje ponderado, considerando tres opciones de localización, que se someterán a una matriz de ponderación:

- Alternativa A: Santa Ana.
- Alternativa B: Castilla.
- Alternativa C: Zona Industrial

Cada opción se medirá acorde a los diversos aspectos de ubicación.

Tabla 11*Factores locacionales*

Variables	Ponderación	santa Ana		Castilla		Zona Industrial	
		Puntaje	Peso	Puntaje	Peso	Puntaje	Peso
Disponibilidad de Terrenos	30%	3	0.90	2	0.60	4	1.20
Disponibilidad de materia Prima	25%	2	0.50	3	0.75	4	1.00
Cercanía a Clientes	20%	3	0.60	3	0.60	2	0.40
Disponibilidad de mano de Obra	14%	2	0.28	2	0.28	3	0.42
Servicios	11%	2	0.22	2	0.22	3	0.33
TOTAL	100%		2.50		2.45		3.35

De acuerdo con la técnica utilizada, el lugar seleccionado para el desarrollo del proyecto presente por la técnica de puntaje ponderado es el lugar Industrial, en el cual se consiguió un puntaje de 3.35.

Objetivo 3. Identificar la factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura.

Tipo de Sociedad

Se llegó a elegir una S.R.L., ya que el monto para invertir en el negocio es bastante alto y por ello es vital disponer de socios.

Acorde a ley, es de naturaleza cerrada, el cual se funda sobre un fundamento familiar, en los cuales los socios tienen vinculación, y no permite que puedan ingresar extraños, por dicha razón las participaciones no se incluyen en valores, títulos ni en acciones. El capital se divide en participaciones por igual, indivisibles y acumulables, que no se pueden incorporar en títulos valores, y tampoco la denominación de acciones.

Requisitos

1. Formato de solicitud para inscribir.
2. Copia simple del documento de Identidad del representante de sufragio en las elecciones últimas o haber requerido la respectiva dispensa.
3. Pago referente a derechos registrales.
4. Escritura Pública con contenido del estatuto y pacto social.

Aspectos calificables

- Se aplican los reglamentos, en lo que resulte adecuado.
- La escritura Pública se tiene que presentar en la Oficina Registral que corresponde al domicilio.

Estipulaciones del Pacto Social

- La actividad de identificar los socios que fundaron, no pueden conformar por debajo de dos ni por encima de veinte. Al tratarse de personas jurídicas:

razón social o denominación, su domicilio, el lugar de constitución, nombre del representante y el comprobante que acredite la constitución.

- La actividad de declarar la voluntad de los socios para la constitución de una SRL de manera paralela y en un acto único, de igual manera se tiene que precisar la cantidad de socios.
- El monto y las especificaciones de los aportes brindados por los socios. Toda participación que divide el capital tiene que ser pagado al menos en un 25%.
- Las prestaciones accesorias que los socios hayan pactado, precisando la retribución y su modalidad con cargo a ventajas que tengan que obtener los que desarrollen; de igual manera la probabilidad que puedan ser transferibles con el consentimiento único de los encargados de administrador.
- Actividad para nombrar administradores iniciales de la empresa.

Tabla 12

Requisitos para el cumplimiento con la clasificación MYPE

Tipo de Empresa	Ventas máximas (en UIT)
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	Hasta 1700 UIT

Nota. Sunat.

El negocio estará constituido como pequeña empresa, teniendo los trabajadores los siguientes beneficios

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobretiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios

- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
- Cobertura Previsional
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa
- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Regulación Normativa

Ley General de Sociedades, Art. 283°, Art. 284°, Art. 285°, Art. 291°, Art. 299°, Art. 294°, D.S. N° 008-2004-JUS: TUPA de la SUNARP, Resolución N° 200-2001-SUNARP-SN, del 24.07.2001, Art. 94° y Art. 103°

Estructura Legal

Mediante la investigación con documentales se percibe que se puede dar la apertura de la fábrica de jabones ecológicos. Seguidamente, se da a conocer los trámites necesarios para el desarrollo de la organización:

- ❖ Minuta para constituir.
- ❖ Elevación a escritura pública.
- ❖ Requerimientos para buscar el nombre comercial.
- ❖ Requerimiento para buscar la denominación social.
- ❖ Disposición de RUC.
- ❖ Autorización para imprimir comprobantes de pago.

- ❖ Disposición de registro para el representante legal.
- ❖ Autorización para uso de libro de planillas en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- ❖ Acción para legalizar libros contables.
- ❖ Constancia de compatibilidad para actividades comerciales.
- ❖ Certificado de defensa civil.
- ❖ Disposición de permiso de funcionamiento.

Estructura Administrativa

Seguidamente se presenta el organigrama:

Figura 4

Estructura organizacional

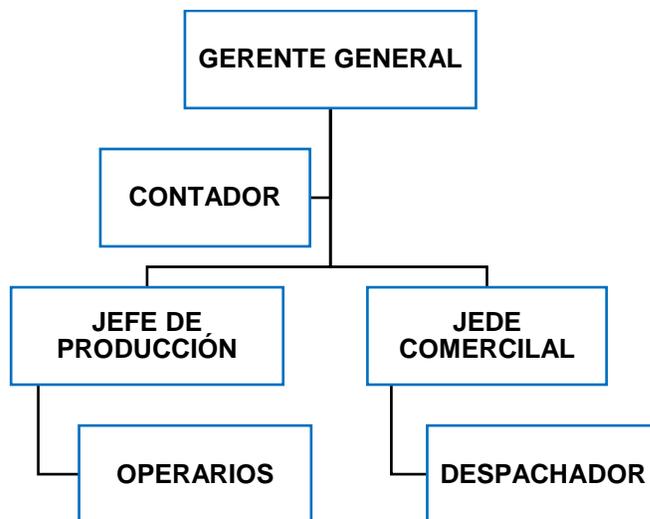


Tabla 13*Requerimiento de colaboradores*

Gerente General
Contador (externo)
Jefe de Producción (Químico)
Operarios (producción)
Operario (etiquetado y empaque)
Jefe Comercial
Equipo de Despacho
Operador de Mantenimiento
Personal de vigilancia
TOTAL

Objetivo 4. Definir la factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes en Piura.

Estudio Económico-Financiero

Para la definición de la factibilidad económica y financiera de la empresa es vital lo siguiente:

Tabla 14*Descripción de la Inversión*

Rubros	Unidad	Cantidad	P.Unitario	Valor S/.
I. Inversión Fija				63,724.40
A. INVERSION FIJA TANGIBLE				59,668.40
Muebles y Enseres	Global	1	5,487.00	5,487.00
Máquinaria y Equipo	Global	1	54,181.40	54,181.40
B.INVERSION FIJA INTANGIBLE				4,056.00
G.de Constitución	Global	1	1,056.00	1,056.00
Gastos Pre-operativos.	Global	1	3,000.00	3,000.00
II. Cap.de Trabajo				33,238.64
Caja-Bancos	Global	1	26,507.30	26,507.30
Existencias .Materia Prima	Global	1 mes	6,731.34	6,731.34
TOTAL				96,963.04

Tabla 15*Estructura del Financiamiento*

FUENTES/ USOS	FUENTES		USOS S/	
	Monto S/	%	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO
I, FUENTES INTERNAS				
Aporte de Socios	46,963.04	48%	13,724.40	33,238.64
II, FUENTES EXTERNAS				
Préstamo Bancario (Mediano Plazo)	50,000.00	52%	50,000.00	
Total	96,963.04	100%	63,724.40	33,238.64

Tabla 16

Capacidad de Producción

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	Por peso (En Gramos)	Porcentaje de Producción	Producción Diaria (En Millares)	Producción Mensual (En Millares)	Producción Anual (En Millares)
	10	30%	2	54	648
	15	50%	3	90	1080
	20	20%	1	36	432
	TOTAL			6	180

Tabla 17

Estimación de Precios

PARA LA PRODUCCIÓN 85 KG JABÓN (SE OBTIENE 6 MILLARES DIARIOS)						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	CANTIDA DIARIA (kg/gr/lt/ml)	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materia Prima Directa						
sebo puro	1,000.00 gr	S/. 5.00	25.50 kg	S/. 127.50	S/. 3,825.00	S/. 45,900.00
Sosa Cáustica	1,000.00 gr	S/. 9.90	10.63 kg	S/. 105.19	S/. 3,155.63	S/. 37,867.50
El EDTA disóc	1,000.00 gr	S/. 80.33	500.00 gr	S/. 40.17	S/. 1,204.98	S/. 14,459.76
Aromatizantes	100.00 ml	S/. 19.47	850.00 ml	S/. 165.51	S/. 4,965.16	S/. 59,581.87
Colorantes	100.00 ml	S/. 19.47	850.00 ml	S/. 165.51	S/. 4,965.16	S/. 59,581.87
Agua	1.00 lt	S/. 250.00	72.50 lt	S/. -	S/. -	S/. -
Materia Prima Indirecta						
Envolturas plá	1,000 Und.	S/. 30.00	10,000 Und.	S/. 300.00	S/. 9,000.00	S/. 108,000.00
Cajas de emp	1,000 Und.	S/. 70.00	10 Und.	S/. 0.70	S/. 21.00	S/. 252.00
Cinta de emb	500.00 mt	S/. 8.00	8.00 mt	S/. 0.13	S/. 3.84	S/. 46.08
Papel adhesiv	500.00 mt	S/. 30.00	1.00 mt	S/. 0.06	S/. 1.80	S/. 21.60
TOTAL				S/. 904.75	S/. 27,142.56	S/. 325,710.68

Tabla 18

Sistema de producción, ventas e ingresos

AÑO	UCI	PROGRAMA PRODUCCION	PROGRAMA VENTAS	PROGRAMA INGRESOS			TOTAL
				Jabón de 10 Gr	Jabón de 15 Gr	Jabón de 20 Gr	
1	80%	1728	1728	518	864	346	1728
2	85%	1836	1836	551	918	367	1836
3	90%	1944	1944	583	972	389	1944
4	95%	2052	2052	616	1026	410	2052
5	100%	2160	2160	648	1080	432	2160

Tabla 19*Proyección de Ingresos*

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022
Jabón de 10 Grs	S/. 144,297.22	S/. 158,313.90	S/. 173,091.10	S/. 188,663.53	S/. 205,067.33
Jabón de 15 Grs	S/. 309,208.34	S/. 339,244.06	S/. 370,909.50	S/. 404,278.99	S/. 439,429.99
Jabón de 20 Grs	S/. 137,425.93	S/. 150,775.14	S/. 164,848.67	S/. 179,679.55	S/. 195,302.22
Total	S/.590,931.49	S/.648,333.10	S/.708,849.27	S/.772,622.08	S/.839,799.53

Tabla 19*Proyección de Egresos*

RUBROS	2018	2019	2020	2021	2022
I.- COSTOS DE FABRICACION.	S/.215,344.18	S/.227,545.96	S/.240,314.63	S/.253,674.17	S/.267,649.55
Materia Prima	S/.80,776.08	S/.88,622.47	S/.96,894.59	S/.105,611.88	S/.114,794.55
M.O.D	S/.123,662.50	S/.127,693.90	S/.131,856.72	S/.136,155.25	S/.140,593.91
Amortización C.dif	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60	S/.105.60
Servicios Luz y agua 90%	S/.10,800.00	S/.11,124.00	S/.11,457.72	S/.11,801.45	S/.12,155.50
II.- GASTOS DE OPERACIÓN.	S/.325,659.32	S/.340,722.04	S/.355,180.11	S/.370,275.49	S/.386,034.38
2.1 G.Administrativos 0 G. Gales	S/.190,665.30	S/.196,323.61	S/.200,907.52	S/.205,638.35	S/.210,520.82
remuneración personal adm.	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00	S/.53,145.00
servicios	S/.40,260.00	S/.42,828.90	S/.44,225.12	S/.45,666.86	S/.47,155.60
Alquiler	S/.66,000.00	S/.68,151.60	S/.70,373.34	S/.72,667.51	S/.75,036.47
Materiales de Oficina y de Limpieza	S/.2,030.40	S/.2,091.31	S/.2,154.05	S/.2,218.67	S/.2,285.23
Remuneración personal Vig. Y Limpieza	S/.29,229.90	S/.30,106.80	S/.31,010.00	S/.31,940.30	S/.32,898.51
2.2 G.de Ventas	S/.134,994.02	S/.144,398.43	S/.154,272.59	S/.164,637.14	S/.175,513.56
Remeraciones	49,973.70	51,602.84	53,285.10	55,022.19	56,815.91
Publicidad en diversos medios	7,200.00	7,416.00	7,638.48	7,867.63	8,103.66
IGV	77,820.32	85,379.59	93,349.02	101,747.32	110,593.98
TOTAL	S/.541,003.50	S/.568,268.01	S/.595,494.74	S/.623,949.67	S/.653,683.93

Tabla 20

Flujo de caja económico - financiero

INGRESOS	S/.590,931.49	S/.648,333.10	S/.708,849.27	S/.772,622.08	S/.845,766.37
Jabón de 10 Grs	S/.144,297.22	S/.158,313.90	S/.173,091.10	S/.188,663.53	S/.205,067.33
Jabón de 15 Grs	S/.309,208.34	S/.339,244.06	S/.370,909.50	S/.404,278.99	S/.439,429.99
Jabón de 20 Grs	S/.137,425.93	S/.150,775.14	S/.164,848.67	S/.179,679.55	S/.195,302.22
Valor Residual					S/.5,966.84
2. EGRESOS	S/.552,630.89	S/.588,285.84	S/.625,332.96	S/.664,206.66	S/.704,986.67
2.1 INVERSIONES	-S/.63,724.40				
IF. TANGIBLE	S/.59,668.40				
IF. INTANGIBLE	S/.4,056.00				
2.2 CAPITAL DE TRABAJO	S/.	500.00			
2.3 COSTOS DE FABRICACIÓN	S/.215,344.18	S/.227,545.96	S/.240,314.63	S/.253,674.17	S/.267,649.55
2.4. GASTOS OPERATIVO	S/.325,659.32	S/.340,722.04	S/.355,180.11	S/.370,275.49	S/.386,034.38
2.5. IMPUESTO A LA RENTA	S/.11,127.39	S/.20,017.83	S/.29,838.22	S/.40,256.99	S/.51,302.73
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/.63,724.40	S/.38,300.60	S/.60,047.26	S/.83,516.31	S/.108,415.42
FLUJO FINANCIERO	S/.50,000.00	-S/.20,046.84	-S/.20,046.84	-S/.20,046.84	-S/.20,047.48
PRÉSTAMO	S/.50,000.00				
AMORTIZACIÓN	-S/.4,940.70	-S/.6,741.24	-S/.9,139.92	-S/.12,388.63	-S/.16,789.51
INTERESES	-S/.14,800.14	-S/.12,999.60	-S/.10,600.92	-S/.7,352.21	-S/.2,951.97
SEGURO DESGRAVAMENT	-S/.306.00	-S/.306.00	-S/.306.00	-S/.306.00	-S/.306.00
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/.13,724.40	S/.18,253.76	S/.40,000.42	S/.63,469.47	S/.88,368.58

Evaluación económica – financiera

Tabla 21

Información para análisis económico financiero

Tasa de descuento en el aspecto económico	12%
TEA pasiva bastante alta del mercado	7%
Desafío	5%
Ctea del préstamo	36.07%
Inversión Total	63,724.40
Aporte del representante	22%
Financiamiento	78%
Tasa de descuento financiera	22.54%

Nota:

Con el fin de desarrollar el análisis económico se emplea la **Tasa de descuento económico de 12%** tasa que requiere como mínimo el inversionista para ejecutar la inversión:

Tasa de descuento económica = Tasa de interés de ahorro a plazo fijo más alta del mercado local + prima de riesgo

Con el fin de llevar a cabo el análisis Financiero se emplea la tasa de descuento financiero, debido a que ahora parte del capital para la empresa se dará mediante el financiamiento externo, la cual se pueda calcular de esta forma:

Tasa de descuento Financiera= (%aporte propio x tasa de rendimiento exigida económica) + (% Financiamiento externo x tasa de interés del financiamiento x (1- impuesto a la renta)

Con el fin de desarrollar un análisis económico y Financiero de la empresa se toma en cuenta lo siguiente:

Tabla 22*Indicadores de análisis*

Evaluación Económica y Financiera	
VANE	S/. 226,569.28
TIRE	89.07%
PRKE	1 año 5 meses
B/CE	1.45
VANF	S/. 110,703.50
TIRF	208.92%
PRKF	9 meses
B/CF	1.02

Valor Actual Neto Económico (VANE)

Valor Actual Neto Económico (VANE 226,569.28 > 0). Abarcan las ventajas generadas, que son superiores a los costos en los cuales se incurre, en consecuencia, es aceptable la investigación y puede recomendarse su aplicación.

Valor Actual Neto Financiero (VANF)

Valor Actual Neto Financiero (VANF 110,703.50 > 0). Ventajas generadas, que son superiores a los costos en que se incurre, en consecuencia, es aceptable la investigación y puede recomendarse su aplicación, consiguiendo parte de la inversión mediante terceros.

Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)

La tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de interés mínima factible (89.07 % > 12%). El panorama precisa que la rentabilidad que llega a generar el plan es superior al desempeño mínimo que se acepta, en esta situación el plan se acepta, en base a ello se sugiere su aplicación.

Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)

La tasa Interna de Retorno es superior a la tasa de interés mínima factible (208.92 % > 22.54%). El panorama precisa que la rentabilidad que logra generarse en el plan es mayor al desempeño mínimo factible, en este contexto el plan se acepta, por dicha razón, se sugiere su aplicación.

Relación Beneficio – Costo Económico (B/CE)

Relación Beneficio / costo Económica = 1.45 > 1; Las ventajas que se originan en la inversión el 100% de capital en la empresa son superiores a los costos, en base a ello, se puede decir que el plan se acepta, por dicha razón se sugiere su aplicación.

Relación Beneficio – Costo Financiero (B/CF)

Relación Beneficio / costo Financiera = 1.02 > 1; Las ventajas que se originan al realizar el financiamiento de parte del capital con aportes de terceros son superiores a los costos, en base a ello se concluye que el plan se acepta, en tanto se sugiere su aplicación.

Periodo de Recuperación de Capital Económica (PRKE)

El plan tendría un lapso de recuperación del capital de 1 año y 5 meses si es que se financia al 100% por los accionistas.

Periodo de Recuperación de Capital Financiero (PRKE)

El proyecto tendría un lapso de recuperación del capital de 9 meses si fuese financiado en parte por el banco.

V. DISCUSIÓN

Referente a la factibilidad de mercado, Morales (2009), precisa que dicha investigación de mercado, permitirá definir si el servicio o producto que se ofrecerá al mercado será aceptado por los que demandan los mismos, de otra parte Foppiano (2013), afirma que para la investigación de mercado se define a través de la actividad de recolectar información para que posteriormente se pueda procesar y poder analizar respectivamente, es la primera etapa en la cual se define la factibilidad de un plan, y en el caso de no existir necesidad poco satisfecha, no existiría razón para seguir con la investigación. De acuerdo a la teoría de expertos, se llegó a recoger datos para definir si hay o no factibilidad de mercado, poniendo en práctica un cuestionario para definir el grado de aceptación de los productos que se ofertarán, donde el porcentaje de 90.8% de las personas encuestadas, se encuentran con la disposición al consumo del producto si es que llegara a existir una organización en Piura que pueda producir y distribuir jabones ecológicos, logrando el 9.2% que se encuentran satisfechos con los productos que son abastecidos por los proveedores; se concluye que es factible la empresa a partir de la percepción del mercado.

En aras de definir la demanda, Sapag (2014), menciona que abarca el número de unidades de servicio o producto, ya que los clientes se encuentran con la disposición a conseguir en un tiempo definido y con los requisitos siguientes: precio, preferencias y gustos, disponibilidad de los productos o servicios. Por lo previamente mencionado, se consigue corroborar con el porcentaje logrado referente a la aceptación del producto nuevo a promover. En esta investigación, se logró obtener datos mediante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), donde se puede apreciar en la tabla N°3 la demanda de los hospedajes no categorizados en Piura, se llegó a proyectar a 5 años con un elemento de incremento de 5.28% en promedio acorde a la información.

Los elementos vinculados a la oferta, Baca (2013), indica que abarca el número de servicios o bienes que ciertos productores se encuentran dispuestos a ofertar al

mercado a un precio implantado. Acorde a los resultados conseguidos, La tabla N° 5, contribuyó a tener conocimiento de los proveedores principales de jabones para hospedajes, ya que, los resultados precisan que el proveedor principal es CIDASA, con participación del 24.2% en el mercado de jabones, le sigue la marca Aro, con participación del 19.2%, por otra parte el 14.2% de las personas encuestadas consiguen comprar a ABDK Group y el 8.2% en Azemar; cabe mencionar que el 34.2% de los encuestados manifiesta que no compra sus productos con proveedores de lima pues no le gustan las marcas que ofrecen y compran generalmente cuando viajan para abastecerse de diversos productos, por lo tanto la oferta cubierta se determinará tomando en cuenta que 65.8% de los hospedajes que compran el producto con sus proveedores en Piura

En la actualidad hay 11 distribuidoras que se encargan de distribuir jabones a los hospedajes, de igual manera existe oportunidad para una empresa nueva que puedan cumplir con los requerimientos del consumidor; referente a los precios que los que demandan se encuentran con la disposición de efectuar el pago, hace viable la producción y garantizan un razonable margen de ganancia, debido a que, el 70% de las personas encuestadas se encontrarían dispuestas a efectuar el pago entre S/. 250 y S/. 350 soles para la adquisición de jabones ecológicos, en presentación de 1 millar, de otra parte, el 30% de la comunidad se sienten animados a efectuar el pago de S/. 351 y S/. 450 soles

De acuerdo con el análisis de la demanda, se concluye que hay una demanda no satisfecha constituida por la diferencia entre la demanda del producto y la oferta cubierta por los proveedores de la localidad, por ello el presente proyecto pretende cobertura en promedio al 85% de dicha demanda insatisfecha.

De esta forma la H1: Es factible la actividad de fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es aceptable.

Otro aspecto para definir la factibilidad de un plan es la factibilidad técnica, en ella se considera el tamaño de la organización y su correspondiente ubicación. Acorde a Baca (2013), determina la investigación técnica, conocida de igual manera como ingeniería del plan, a la totalidad de la estructura ya sea física como administrativa. Sapag (2014), precisa que la ingeniería de proyecto puede englobar la totalidad de aquello que se vincula con la ejecución y el funcionamiento del plan, donde se puede verificar la posibilidad técnica de elaboración del producto u otorgar el servicio, y se determina la localización y el tamaño, actividad de adquirir los equipos, las instalaciones y la organización de la institución que se requiere para ejecutar la producción.

Referente al tamaño, Baca (2013), abarca la capacidad implantada de un plan, y se manifiesta en unidades de producción anuales. Se puede concluir, que se efectuó una investigación de mercado para definir el tamaño adecuado que se necesita en un plan de inversión. Se logró definir dicho tamaño a través de las existencias y en base a los que demandan. Así mismo, a partir de la percepción técnica es factible el plan, a través de la actividad de adquirir equipos que se llegan a comercializar en el mercado nacional; de igual manera, los insumos que se necesitan para producir jabones ecológicos se logran en el mercado local y nacional.

De otra parte, la ubicación, abarca definir la zona en la cual se implantará la planta, Baca (2013), menciona que es un plan que brinda en proporción mayor a que se cumpla una tasa mayor rentable referente al capital invertido, por ello se tuvo que emplear la técnica de elementos ponderados, donde se obtuvo una ponderación a los diversos elementos sobresalientes y al mismo tiempo establecer una calificación.

Asimismo, Chero (2015), en su estudio, decidió ubicar la planta en talara alta – cono sur, debido a que es de carácter industrial y sobre todo que existe cercanía a la demanda y a la actividad de adquirir la materia prima a comercializar.

En lo que respecta a la investigación, al poner en práctica la técnica, se llegaron a proponer tres alternativas de ubicación de la planta, entre ellas en Castilla, la Urb. Santa Ana y la Zona Industrial en Piura, las dos opciones primeras se les brindó una menor ponderación en donde se desestimaron las dos, ubicándose como lugar adecuado para la parte operativa en la Zona Industrial consiguiendo un puntaje de 6.5.

En la investigación de localización, evidencia que, hay condiciones de localización de la planta y referente al tamaño no existen limitaciones, por dicha razón, desde la percepción técnica lo hace factible y se puede confirmar la H2: Hay factibilidad de mercado para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2017.

Otro elemento que contribuye de igual manera a definir la factibilidad de un plan es mediante la investigación legal Sapag (2014), abarca toda labor empresarial y las metas que se deriven de la misma, se encuentran sometidas en base a un ordenamiento jurídico que se regula en el panorama legal; de otra parte, Baca (2013), precisa que la investigación legal abarcan códigos y normativas reguladas por elementos del gobierno que generan repercusión sobre un plan.

Por tal razón, actualmente montar una organización requiere una diversidad de requerimientos en aras de conseguir su formalidad y poder realizar sus actividades sin inconveniente alguno, la estructura legal contiene factores como tipo de organización, requerimientos que se exigen por las diversas entidades que se encargan de regular. De igual manera, en toda empresa hay una estructura donde se plantea una división de labores.

De acuerdo a Chiavenato (2009), las empresas son muchas cuyos atributos, dimensión, objetivos y estructuras son diferentes. En definitiva, la empresa a partir de la percepción empresarial es determinar la totalidad de labores y responsabilidades que se desarrollan en una organización.

Chero (2015), en su investigación, señaló que el tipo de organización según su estructura es organizacional por ser el organigrama empleado con mayor frecuencia, acorde a las características que brinda.

En consecuencia, de acuerdo a la investigación, la organización se intenta constituir de forma legal como una Sociedad Comercial de responsabilidad limitada. Acorde a lo manifestado en este tipo de investigación, la H3: Si tiene factibilidad legal administrativa para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es aceptable.

El último factor para poder definir la factibilidad o no de un plan, es principal, es la factibilidad económica – financiera, se define en base a la rentabilidad de la organización, consigue facilitar el tiempo, al tomar decisiones en la inversión de un plan, tal como lo precisa Baca (2013), la investigación del análisis económico es la fase última de un plan. En esta investigación, abarca la totalidad del monto de las herramientas económicas implicadas para el desarrollo del proyecto de forma anticipada a su ejecución, así como definir la totalidad del costo requerido en su lapso de operación. En este contexto, se llegó a elaborar datos financieros, sobre el financiamiento del plan, egresos e ingresos, actividad de calcular sueldos, capital de trabajo, maquinaria requerida, depreciaciones, amortizaciones, flujo de caja, balance general, utilidad de la operación, estado de resultados, entre otros.

Para la toma de decisiones en invertir en un negocio, se tiene que considerar el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), debido a que son dos indicadores de tipo financiero vitales, así lo precisa Baca (2013), consigue explicar que “el valor actual neto (VAN) es el valor monetario que es la resultante de realizar una resta de la suma de los flujos que se descontaron en la inversión que se dio al principio. Esto significa, el VAN abarca una ganancia extra, una ventaja o un excedente de dinero posterior al lapso de desarrollo del plan. El mismo experto, indica que la TIR tiene que ver con la tasa que consigue igualar la sumatoria de los flujos que se descontaron en la inversión a inicios del plan.

De igual manera se empleó el método, para analizar el plan, la relación Beneficio / coste (B/C), Sapag (2014), precisa que, el vínculo entre la totalidad de los ingresos que se llevan al valor actual sobre el valor actual de la totalidad de los egresos de un plan para definir cuáles son las ventajas por cada moneda que se invierte en un plan.

Como último punto, se llegó a analizar el lapso de la actividad de recuperar la inversión (PRI), esto lo precisa Sapag (2013), el lapso para recuperar capital es la cantidad esperada de tiempo, donde la organización consigue recuperar la inversión que realizó al principio del plan.

Chero (2015), concluyó que, para la ejecución del proyecto se estimó financiar un 40% por propio capital y el 60% financiado por la entidad financiera, demostró también, que el proyecto es factible económica – financiera, puesto que los índices de rentabilidad fueron positivos.

La investigación económica – financiera, permitió determinar que la inversión para la ejecución del plan llega a ascender a S/.96,963.04, de los cuales S/. 50,000 fueron financiados por el BBVA continental a 5 años, obteniéndose resultados en la evaluación económica tales como VANE de S/.226,569.28, TIRE de 89.07%, PRKE de 1 Año 5 Meses y un B/CE de 1.45, lo cual nos muestra la viabilidad y rentabilidad económico del proyecto, referente al análisis Financiero se consiguió un VANF de S/.110,703.50, una TIRF de 208.92%, un PRKF de 9 Meses y una relación B/CF de 1.02, lo cual nos muestra la factibilidad y rentabilidad Financiera del plan.

En este aspecto, la H4: Hay factibilidad económica – financiera para fabricar y comercializar jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura, año 2020, es factible y hay rentabilidad a la luz de la totalidad de los indicadores conseguidos al momento de evaluar, y en consecuencia, se acepta en la totalidad de sus extremos.

VI. CONCLUSIONES

1. Acorde, a la investigación de mercado, hay factibilidad, ya que existe potencial demanda no satisfecha por prestar atención, la investigación logró revelar que el 90.8% podría comprar los jabones ecológicos si existiera una fábrica en Piura, muy aparte de la constancia de compra de los productos es mensualmente y los precios que tendrían la disposición a pagar resultan viable la producción, garantizando un margen de rentabilidad.
2. Referente a la investigación técnica, hay factibilidad para el desarrollo y parte operativa de la fábrica de jabones ecológicos, logrando un área de 300 m², concerniente a la ubicación, se logró determinar a través de una técnica de puntajes ponderados, y la zona para implantar la fábrica en la Zona Industrial en Piura.
3. Concerniente a la investigación legal – administrativa, es factible, y la organización tiene que efectuar la totalidad de tramites, estos se pueden atender en un lapso razonable, en aras de desarrollarse de forma formal acorde a Ley. El tipo de organización de la institución se enfocará en una SCRL.
4. En lo que respecta a la investigación económica – financiera, se definió que la inversión para ejecutar el plan llega a ascender a S/.96,963.04, de los cuales S/. 50,000 fueron financiados por el BBVA Continental a 5 años, obteniéndose resultados en la evaluación económica tales como VANE de S/.226,569.28, TIRE de 89.07%, PRKE de 1 año 5 meses y un B/CE de 1.45, lo cual nos muestra la viabilidad y rentabilidad económico del proyecto, referente al análisis financiero se consiguió obtener un VANF de S/.110,703.50, una TIRF de 208.92%, un PRKF de 9 meses y una relación B/CF de 1.02, lo cual nos muestra la factibilidad y rentabilidad financiera del proyecto.

5. La investigación de factibilidad económica – financiera, en base a los indicadores decididos, se puede concluir que la apertura de una fábrica de jabones ecológicos para el rubro de hospedajes no categorizados en Piura es factible.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere realizar una evaluación de mercado de forma periódica, para saber si existen demandantes y ofertantes nuevos, mantenerse a la vanguardia de materias prima nuevas con el fin de producir jabones, logrado reducir de esta forma los costos que abarcan producir.
2. La organización tiene que ubicarse en una zona estratégica que pueda tener acogida de demandantes, de igual manera poder acceder a la materia prima, en este tipo de organización, es recomendable que los responsables de invertir en la compra de maquinaria puedan sistematizar los sistemas de producción tratando de ahorrar dinero y tiempo.
3. Hacer un correcto empleo de las herramientas económicas, no emplearlos en gastos bastante particulares en la organización, para que posteriormente no haya falencias de liquidez, de esta forma se contará con solvencia en el campo económico ante situaciones de urgencia, cumplir de manera puntual con los pagos del préstamo.
4. Se sugiere la puesta en práctica del proyecto, debido a que es factible en la totalidad de los extremos expresados.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, Freddy William Castillo Palacios, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo (Sede Piura), asesor del Trabajo de Investigación titulado: “Viabilidad para la fabricación y comercialización de jabones ecológicos para el sector de hospedajes no categorizados en la ciudad de Piura, 2020”, de la autora Mosqueira Veliz, Daiby Jean, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender, el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Piura, 13 de febrero del 2020.

Freddy William Castillo Palacios	
DNI: 02842237	 Dr. Freddy W. Castillo Palacios FAC. UNIC DE CUELG. IN-543
ORCID: 0000-0001-5815-6559	