



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la creación La Casa del Químico,
ubicado en la provincia de Tungurahua en la Parroquia Salasaca
Centro”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTOR: Mayra Jazmín Sailema Chango

TUTORA: Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya

D.M. Quito, 16 de Marzo del 2022

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico en especial a Dios y a las personas que con su fe, aprecio, amor y consideración me dieron las fuerzas para seguir adelante ante la adversidad. A mi madre Rosa Chango Chiliquinga ya que sin su apoyo y amor incondicional hubiera sido imposible tener tiempo para poder dedicarle mi vida a estudiar esta linda profesión. A mi padre Domingo Sailema Hurtado quien me enseñó a formarme con buenos hábitos y valores lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles. A mi hijo Milán Orlando Masaquiza Sailema que es la fuerza de mi vida; que con su amor y cariño le da un significado a mi existencia.

A mis tías por haberme brindado su apoyo incondicional y por demostrarme la gran fe que tienen en mí, gracias por todo.

A Orlando Masaquiza, por acompañarme durante todo este camino y compartir conmigo alegría y tristezas

A mis hermanos por sus apoyos, por sus consejos, por la fortaleza que me brindaron su cariño y comprensión. A todos ellos GRACIAS. Dios los colme de bendiciones por el buen camino de la vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar una etapa importante en mi vida, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida por permitir vivir y disfrutar de cada día.

Expreso mi más sincero reconocimiento y gratitud a las Autoridades del instituto tecnológico superior internacional universitarios por la oportunidad y facilidades brindadas para cumplir nuestra meta en ser Tecnólogo superior en administración, a todo el grupo de docentes quienes colaboraron en todo momento dejando un hermoso recuerdo en mi vida; pues no solo nos permitieron realizar el trabajo investigativo, sino que nos dieron grandes lecciones de vida.

Mis más sinceros agradecimientos a mi tutora Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya Quien nos ayudó en todo momento para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

AUTORIA

Yo, Mayra Jazmín Sailema Chango autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Srta. Mayra Jazmín Sailema Chango
CI. 1805304944

D.M. Quito, Marzo del 2022

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya

Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya

Tutor de Trabajo de Titulación

D.M. Quito, Marzo del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: El **Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Mayra Jazmín Sailema Chango por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Mayra Jazmín Sailema Chango realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación La Casa Del Químico, ubicado en la provincia de Tungurahua en la Parroquia Salasaca Centro”** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Mgs. Verónica Noemí Flores Asimbaya** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Mayra Jazmín Sailema Chango, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación La Casa Del Químico, ubicado en la provincia de Tungurahua en la Parroquia Salasaca Centro”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Mgs. Veronica Noemí Flores Asimbaya

Srta. Mayra Jazmín Sailema Chango

D.M. Quito, Marzo del 2022

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN.....	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	3
2.1. Creación de la empresa	3
2.2. Descripción de la empresa	3
2.2.1. Importancia.	3
2.2.2. Características.	4
2.2.3. Actividad.	4
2.3. Tamaño de la empresa.	4
2.3.1. Necesidades que satisfacer	5
2.3.2. Necesidad Fisiológica.....	5
2.3.3. Necesidad de Seguridad.	5
2.3.4. Necesidad Social – Afiliación.....	6
2.4. Localización de la empresa	6
2.5. Filosofía empresarial	6
2.5.1. Misión.....	6
2.5.2. Visión.	7
2.5.3. Objetivos.....	7
2.5.4. Meta.....	7
2.5.5. Estrategias.....	7

2.5.5. Políticas.	8
2.5.5.1. Políticas laborales:.....	8
2.5.5.2. Políticas Organizacionales:	8
2.5.6. FODA.	8
2.6. Desarrollo organizacional	9
2.6.1. Tipo de Estructura.....	9
2.6.1.1. Nivel Gerencial.	9
2.6.1.2. Nivel Operativo.....	9
2.6.2. Formalización.	10
2.6.3. Centralización – Descentralización.....	11
2.6.4. Integración.	11
2.7. Funciones del personal.....	12
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	16
3.1. Objetivo de mercadotecnia.....	16
3.2. Investigación de mercado	16
3.2.1. Modalidad.	17
3.3. Plan de Muestreo	17
3.3.1. Definición de población	17
3.3.2. Definición de muestra	17
3.4. Análisis de las encuestas.....	18
Pregunta 1. ¿Sector de residencia?	19
Pregunta 2. Sexo	20
Pregunta 3. Identifique su rango de edad.	21
Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a consumir otros productos hechos a base de gel y alcohol antibacterial?	22
Pregunta 5. ¿Con que frecuencia utiliza el producto?.....	23
Pregunta 6. ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir el producto?	24
Pregunta 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?	25
Pregunta 8. ¿Le gustaría que los empaques sean?.....	26
Pregunta 9. ¿En qué tamaño le gustaría que nuestro producto se distribuya?	27

Pregunta 10. ¿En qué otro lugar le gustaría que se distribuya el producto?	28
Pregunta 11. ¿Qué canales de distribución o plataforma digital le gustaría que utilizáramos para la venta y entrega del producto?	29
3.4.1. Análisis General.....	30
3.5. Entorno empresarial.....	31
3.5.1. Microentorno.	31
3.5.1.1. Competencia directa.....	32
3.5.1.2. Competencia indirecta.	34
3.5.1.3. Sustitutos.....	34
3.5.1.4. Proveedores.	35
3.5.1.5. Intermediarios.	35
3.5.1.6. Clientes.....	36
3.5.2. Macroentorno.....	36
3.5.2.1. Factor Político.....	37
3.5.2.2. Factor Económico.....	38
3.5.2.3. Factor Sociocultural.	40
3.5.2.4. Factor Tecnológico.	40
3.6. Producto y servicio	42
3.6.1. Producto Esencial.....	42
3.6.2. Producto real.	43
3.6.3. Características.	43
3.6.4. Calidad.....	44
3.6.5. Estilo.....	44
3.6.6. Marca.....	45
3.6.7. Producto aumentado.....	45
3.7. Plan de introducción al mercado	46
3.7.1. Distintivos y Uniformes	46
3.7.1.1. Área ejecutiva y de comercialización.....	46
3.7.1.2. Área de producción	47
3.7.2. Materiales de identificación.....	48
3.7.2.1. Imagotipo.	48
3.7.2.2. Tarjetas de presentación.	49
3.7.3. Canal de distribución y puntos de ventas	50

3.7.3.1. Promoción.....	51
3.7.3.2. Contacto.....	51
3.7.3.3. Correspondencia.....	51
3.7.3.4. Negociación.....	51
3.7.3.5. Financiamiento.....	52
3.7.4. Riesgo y oportunidades del negocio	52
3.8. Fijación de Precios	53
3.8.1. Fijación de precios por producto.....	53
3.9. Implementación del negocio	59
3.9.1. Arriendo del local.....	59
3.9.2. Equipos industriales	59
3.9.3. Equipos de computación.....	59
3.9.4. Muebles y enseres.....	60
3.9.5. Equipos industriales de seguridad.....	60
3.9.6. Servicios básicos.....	60
3.9.7. Suministros de oficina.....	61
3.9.8. Materiales de limpieza.....	61
3.9.9. Equipos de oficina.....	62
3.10. Estudio arquitectónico	62
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	63
4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI.....	63
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	67
5.1. Análisis ambiental	68
5.2. Medidas para contrarrestar los impactos generados “La Casa del Químico” ...	70
5.3. Análisis Social.....	70
5.3.1. Igualdad de género	70
5.3.2. Generar empleo.....	70
5.3.3. Atracción de empleados	71
6. PROCESO FINANCIERO	72
6.1. Introducción	72
6.2. Activos Fijos	72

6.3. Activos diferidos	72
6.4. Capital de trabajo.....	73
6.5. Sueldos y salarios	74
6.6. Depreciación activos fijos.	76
6.7. Amortizaciones.....	76
6.8. Costos fijos y variables	77
6.9. Estructura capital.....	78
6.10. Tabla de amortización emitida por el banco Guayaquil	79
6.11. Ingresos.....	79
6.12 Punto de equilibrio.....	80
6.13 Estados financieros.....	82
6.13.1. Estado de Resultado Proyectado	82
6.13.2. Flujo de Caja.....	83
6.14 Cálculo del TIR y del VAN	84
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)	84
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	85
6.14.3. Recuperación de la inversión.....	86
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
7.1. Conclusiones	87
7.2. Recomendaciones	88
8. REFERENCIAS.....	89
9. ANEXOS.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis FODA de “La Casa del Químico”	9
Tabla 2. Descripción del puesto de Gerente.....	12
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar del Gerente	12
Tabla 4. Descripción del puesto de Asistente Contable.....	13
Tabla 5. Méritos aspectos a considerar del Asistente Contable	13
Tabla 6. Descripción del puesto de Jefe de Producción.....	13
Tabla 7. Méritos aspectos a considerar del Jefe de Producción	14
Tabla 8. Descripción del puesto de Jefe Comercial.....	14
Tabla 9. Méritos aspectos a considerar del Jefe Comercial	15
Tabla 10. Roles y funciones de los trabajadores de “La Casa del Químico”	15
Tabla 11. Estadísticas y Censo	17
Tabla 12. Sector de residencia.....	19
Tabla 13. Género al que pertenece el encuestado.....	20
Tabla 14. Edad.....	21
Tabla 15. Consumo de productos antibacteriales	22
Tabla 16. Frecuencia de consumo de productos antibacteriales.....	23
Tabla 17. Tipo de presentación del producto	24
Tabla 18. Precio a pagar por el producto	25
Tabla 19. Tipo de empaque	26
Tabla 20. Tamaño del producto.....	27
Tabla 21. Plaza de distribución	28
Tabla 22. Canales de distribución.....	29
Tabla 23. Productos de competencia directa de geles antibacteriales	33
Tabla 24. Productos de competencia directa de alcohol antibacterial	34
Tabla 25. Proveedores.....	35
Tabla 26. Productos de producción y comercialización	43
Tabla 27. Distintivos y uniformes del área ejecutiva y comercialización	46
Tabla 28. Distintivos y uniformes del área de producción.....	47

Tabla 29. Financiamiento y publicidad.....	52
Tabla 30. Ficha técnica de producción de gel antibacterial de 60 ml.....	54
Tabla 31. Ficha técnica de producción de gel antibacterial de 250 ml.....	55
Tabla 32. Ficha técnica de producción de alcohol de 120 ml	56
Tabla 33. Ficha técnica de producción de alcohol de 1000 ml	58
Tabla 34. Alquiler de arriendo.....	59
Tabla 35. Maquinarias y equipos.....	59
Tabla 36. Equipos de computación.....	59
Tabla 37. Muebles y enseres	60
Tabla 38. Equipos industriales de seguridad.....	60
Tabla 39. Servicios básicos	60
Tabla 40. Suministros de oficinas.....	61
Tabla 41. Materiales de limpieza.....	61
Tabla 42. Equipos de oficina.....	62
Tabla 43. Aspectos ambientales considerados	68
Tabla 44. Valores asignados a la recuperabilidad de los aspectos ambientales considerados	68
Tabla 45. Valores asignados a la recuperabilidad de los aspectos ambientales considerados calificados.....	69
Tabla 46. Registro de aspectos significativos	69
Tabla 47. Activos fijos	72
Tabla 48. Activos diferidos	73
Tabla 49. Capital de trabajo	74
Tabla 50. Total de inversión.....	74
Tabla 51. Sueldo y salarios	75
Tabla 52. Depreciación de activos fijos.....	76
Tabla 53. Amortización de activos diferidos.....	77
Tabla 54. Costos y gastos.....	77
Tabla 55. Estructura de capital	78
Tabla 56. Tabla de amortización	79

Tabla 57. Ingresos proyectados a cinco años	80
Tabla 58. Punto de equilibrio	81
Tabla 59. Tabla de fracción para el pago del impuesto a la renta	82
Tabla 60. Estado de resultado.....	83
Tabla 61. Flujo de caja.....	84
Tabla 62. Cálculo de VAN.....	85
Tabla 63. Cálculo de TIR.....	85
Tabla 64. Recuperación de la Inversión	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Pirámide de Maslow	5
Gráfico 2. Ubicación.	6
Gráfico 3. Mapa de procesos	10
Gráfico 4. Organigrama Empresarial.....	11
Gráfico 5. Sector de residencia.....	19
Gráfico 6. Género al que pertenece el encuestado.....	20
Gráfico 7. Edad.....	21
Gráfico 8. Consumo de productos antibacteriales	22
Gráfico 9. Frecuencia de consumo de productos antibacteriales.....	23
Gráfico 10. Tipo de presentación del producto	24
Gráfico 11. Precio a pagar por el producto	25
Gráfico 12. Tipo de empaque	26
Gráfico 13. Tamaño del producto.....	27
Gráfico 14. Plaza de distribución.....	28
Gráfico 15. Canales de distribución.....	29
Gráfico 17. Ubicación de microempresa.....	32
Gráfico 18. Esquema de macroentorno.....	36
Gráfico 19. PEA por actividad de la parroqui Salasaca	39
Gráfico 20. Imagotipo	48
Gráfico 21. Tarjeta de presentación.....	49
Gráfico 22. Tarjeta de presentación reverso.....	50
Gráfico 23. Diseño arquitectónico de estructura del establecimiento.	62
Gráfico 24. Punto de equilibrio	81

RESUMEN

El presente trabajo pretende conocer si es factible establecer una microempresa en la comunidad Salasaca que se dedique a la producción y comercialización de geles y alcoholes antibacteriales, bajo el nombre “La Casa del Químico”.

Mediante una investigación de mercado, se determina que el mercado objetivo desea productos locales, novedosos y de consumo masivo, como lo son geles y alcoholes antibacteriales en presentaciones personales y familiares.

La finalidad de la microempresa “La Casa del Químico” es ofrecer productos para el cuidado e higiene de las manos, manteniendo estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes con calidad, servicio y precio. Para conocer el mercado se aplica una encuesta a la a los hogares situados en la zona centro de la parroquia rural Salasaca, evidenciando que el 100% consume estos productos y esto se da porque es un protocolo de seguridad que deben seguir las personas para protegerse contra el COVID-19, virus y bacterias.

La frecuencia del uso de productos antibacteriales es diario y el 77% de los la población prefiere botellas plásticas biodegradables para cuidar el medio ambiente cumpliendo así la política organizacional de responsabilidad medioambiental. La venta personalizada será el valor agregado del producto pues la encuesta confirma que el 38% de los hogares prefiere la venta directa, concluyendo que “La Casa del Químico” es un negocio viable pues el mercado acepta y necesita productos antibacteriales que protejan a las familias de virus y enfermedades.

La relevancia del trabajo es llegar a la mente del consumidor con un producto de excelente calidad en un lugar con ambiente agradable. La oportunidad de este, es que no existe un lugar que brinde comodidad y satisfacción al adquirir productos antibacteriales.

La microempresa cuenta con cuatro trabajadores uno de producción y tres para el área administrativa, las unidades producidas y vendidas irán incrementando según el crecimiento poblacional y adquisitivo. También tendrá la capacidad de satisfacer las necesidades pues podrá producir hasta 21000 productos anuales. Para incentivar las

ventas se aplica un marketing estratégico que permita alcanzar la misión, la visión y los objetivos.

En los capítulos cuatro y cinco se detalla la normativa legal que debe tener presente “La Casa del Químico” para llevar a cabo su funcionamiento.

En el capítulo seis se determina la inversión inicial, los costos, los gastos, el financiamiento, el presupuesto de operación, el punto de equilibrio, los estados financieros y el TIR y VAN. Basados en el proceso financiero se necesita una gran inversión estructurado el 76% capital propio y el 24% financiado por el Banco Guayaquil con una tasa de interés 14% a cinco años, dando una rentabilidad del 16.66%, recuperando dicha inversión en 3 años 8 meses dando como conclusión que es un proyecto factible para el inversionista que desee obtener beneficios económicos.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1. Creación de la empresa

El gel y alcohol antibacterial se ha convertido en un producto muy utilizado en la actualidad, debido a la emergencia sanitaria que se está viviendo volviéndose indispensable para la higiene personal. Este producto es de consumo masivo y muy fácil de encontrar en las diferentes tiendas, farmacias y supermercados alrededor del mundo, con variedad de opciones para escoger, tanto en tamaño, olor y color.

Según el estudio Cerda et al., (2021) entre las recomendaciones sanitarias para eliminar los virus incluyendo el COVID-19 es la limpieza constante de las manos sea con jabón, gel o alcohol antibacterial, convirtiéndose en un protocolo de higiene para la población y un requisito para los establecimientos de expendio contar con estas medidas de seguridad, aumentando la demanda de estos productos, naciendo la necesidad de la creación de “La Casa del Químico” con productos antibacteriales con el propósito de proteger a la población de esta pandemia y otras enfermedades.

2.2. Descripción de la empresa

2.2.1. Importancia.

El gel y alcohol antibacterial es una forma de protección, actualmente una obligación con la finalidad de proteger del COVID-19 y otras enfermedades ahora no solo debe crearse una empresa para satisfacer una necesidad, sino también para brindar productos de calidad, atención de excelencia, ambiente y entorno cómodo cabe recalcar que “La Casa del Químico” dentro Salasaca parroquia perteneciente al cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, atraerá a un número considerado de personas.

Además de ello, es importante que los negocios vuelvan su mirada a la producción, ya que los negocios llaman a cientos de personas, quienes aparte de divertirse con familia y amigos necesitan de un producto que les protejan de su salud.

2.2.2. Características.

Responsabilidad social: “La Casa del Químico” debido a que la situación que atraviesa el mundo entero es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras y sobre todo protegidos.

Investigación e innovación: “La Casa del Químico” ha trabajado en una constante investigación acerca de cómo las personas deben cuidarse del COVID-19 y otras enfermedades con productos antibacteriales que adicionalmente cuidan y nutren la piel.

Responsabilidad ambiental: “La Casa del Químico” es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que cuenta con basureros de reciclaje en zonas estratégicas dentro del local, así como basureros industriales fuera del mismo, cuenta también con envases biodegradables y realiza campañas en contra de la contaminación y a favor del reciclaje.

Profesionales apasionados con su trabajo: La salud no es solo un acto de elaborar diferentes tipos productos sino también ofrecer un servicio de calidad con un personal de acorde ámbito laboral que hace que los clientes se sientan como en casa, brindando seguridad e innovación.

2.2.3. Actividad.

“La Casa del Químico” es una microempresa que produce, comercializa gel y alcohol antibacterial, productos que limpian las manos, espacio u objetos sin necesidad de usar agua desinfectando sin necesidad de usar toallas húmedas o jabón (Molina y Sotomayor, 2012).

2.3. Tamaño de la empresa.

“La Casa del Químico” es una microempresa que contará con 4 áreas básicas: área ejecutiva, de producción, almacenamiento y de servicio.

2.3.1. Necesidades que satisfacer

Para conocer que necesidades hay que satisfacer, se jerarquiza según la pirámide de Maslow, dando como evidencia tres de las cinco categorías las cuales son las siguientes: Necesidades fisiológicas, seguridad y afiliación.

Gráfico 1.

Pirámide de Maslow



Nota: El gráfico muestra las necesidades categorizadas. Tomado en The Modern kids (2017).

2.3.2. Necesidad Fisiológica.

El gel y alcohol antibacterial son productos higienizantes que refuerzan el lavado de las manos. Y son productos claves utilizados para la prevención de contagios por virus como el COVID 19, promoviendo la supervivencia del ser humano.

2.3.3. Necesidad de Seguridad.

La nueva normalidad es utilizar gel y alcohol antibacterial con frecuencia como medida de seguridad para evitar el contagio de virus y enfermedades, frenando la propagación de los mismos, convirtiéndose este producto de primera necesidad para proteger la integridad física de cada individuo.

2.3.4. Necesidad Social – Afiliación.

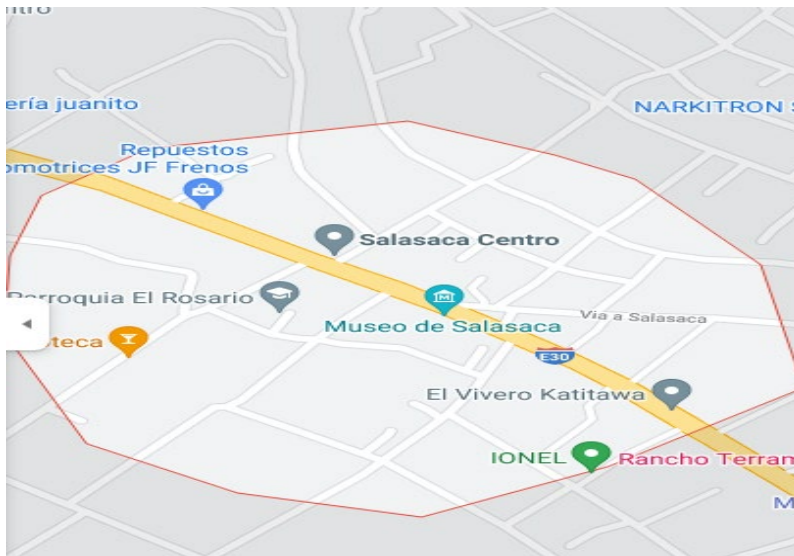
El ser humano es un ser social por naturaleza, durante la pandemia se obligó a la población a entrar en confinamiento para lograr frenar las muertes causada por el COVID-19, pero después de un tiempo autoridades de salud y políticas entendieron que a tal sometimiento fomentaban no solo el aumento de la crisis económica, sino que afectan a la salud mental, es por ello que como medida sanitaria se establece el uso de gel y alcohol antibacterial propiciando un ambiente seguro para las personas.

2.4. Localización de la empresa

“La Casa del Químico” estará ubicada en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, Ecuador, en el sur de la ciudad, Parroquia Salasaca, Barrio Centro.

Gráfico 2.

Ubicación.



Nota: El gráfico muestra la zona donde estará ubicada la microempresa. Tomado de (GoogleMaps, 2022)

2.5. Filosofía empresarial

2.5.1. Misión.

Producir, comercializar gel y alcohol antibacterial que cuide la higiene las manos de nuestros clientes con calidad, servicio y precio.

2.5.2. Visión.

Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de productos antibacteriales de alta calidad, que proteja y desinfecte las manos contra virus que amenazan los hogares de la parroquia Salasaca, brindando un servicio con calidez buscando conquistar el mercado en cinco años.

2.5.3. Objetivos.

- * Ser la empresa líder en ventas a nivel local y regional
- * Diseñar productos innovadores, llamativos y accesibles al mercado.
- * Ofrecer productos de calidad y plazas de trabajo.

2.5.4. Meta.

Ser una microempresa que expenda un producto básico de primera necesidad que satisfaga las necesidades de los clientes con productos de calidad y de precios accesibles, permitiendo contar con una liquidez en el plazo de un año a partir de la apertura, para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones.

2.5.5. Estrategias.

- * Identificar preferencias y gustos periódicamente para estar en constante innovación tanto en el producto como en el servicio
- * Establecer plan de publicidad que dé a conocer la oferta de productos, viabilizando la captación del mercado satisfecho y no satisfecho.
- * Capacitación al personal priorizando la atención del cliente.
- * Brindar una gama amplia de producto con buena presentación.
- * Ofertar productos de alta calidad, con un proceso rápido y en ambiente agradable.
- * Crear promociones a clientes fieles y otorgar facilidad de pago.

2.5.5. Políticas.

2.5.5.1. Políticas laborales:

- * Fomentar la puntualidad y la responsabilidad como valores primordiales en el desempeño laboral.
- * Priorizar la atención del cliente
- * Cuidar el aseo personal y la utilización del uniforme.
- * Cumplir con roles y funciones según el contrato estipulado.
- * Evitar fumar, beber o consumir, alcohol, cigarrillos y sustancias estupefaciente dentro de la microempresa.
- * Mantener una comunicación interna basada en un orden jerárquico
- * Conocer las necesidades de los clientes.

2.5.5.2. Políticas Organizacionales:

- * Promover y aplicar una responsabilidad social.
- * Brindar apoyo comunitario con programas sociales
- * Promover y aplicar una responsabilidad ambiental a través de la reutilización y utilización de envases biodegradables.
- * Cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas tanto con el cliente interno, externo y el estado.
- * Capacitar constantemente a todo su personal para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- * Brindar un entorno amigable, solidario y positivo para los empleados.

2.5.6. FODA.

Uno de los mecanismos más utilizados para poder detectar las necesidades dentro de una organización es el análisis FODA, el cual facilita tener una adecuada apreciación

del contexto actual de la investigación y sirve como referente para poder diagnosticar de manera adecuada los procesos de esta microempresa. De esta manera, se podrá evaluar tanto los componentes internos como externos y valorar los aspectos positivos como negativos de la microempresa

Tabla 1.

Análisis FODA de “La Casa del Químico”

	POSITIVO	NEGATIVO
ORIGEN INTERNO	<u>FORTALEZAS</u> • Producto de calidad • Capacitación constante • Ubicación de la microempresa geográfica estratégica cercanas a los lugares de captura y comercialización • Servicio al cliente personalizado	<u>DEBILIDADES</u> • Procesos de producción y comercialización no establecidos • Poco conocimiento del entorno • Falta de plan de fidelización de los clientes • Carece de posicionamiento de mercado
ORIGEN EXTERNO	<u>OPORTUNIDADES</u> • Gran demanda en productos antibacteriales • Nuevas tecnologías • Apertura a nuevos mercados • Obtención fácil de materia prima • Confinamiento y protocolos sanitarios	<u>AMENAZAS</u> • Incremento de impuestos • Incremento de la competencia • Delincuencia • Desastres naturales

Nota: La tabla muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a los que se enfrenta la microempresa.

2.6. Desarrollo organizacional

2.6.1. Tipo de Estructura.

En “La Casa del Químico” la comunicación será de tipo vertical, con tipo de mando jerarquizado donde el principal será el Gerente facilitando la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano pues solo existirán dos niveles logrando así la eficiencia en el desempeño laboral:

2.6.1.1. Nivel Gerencial.

- Gerente

2.6.1.2. Nivel Operativo.

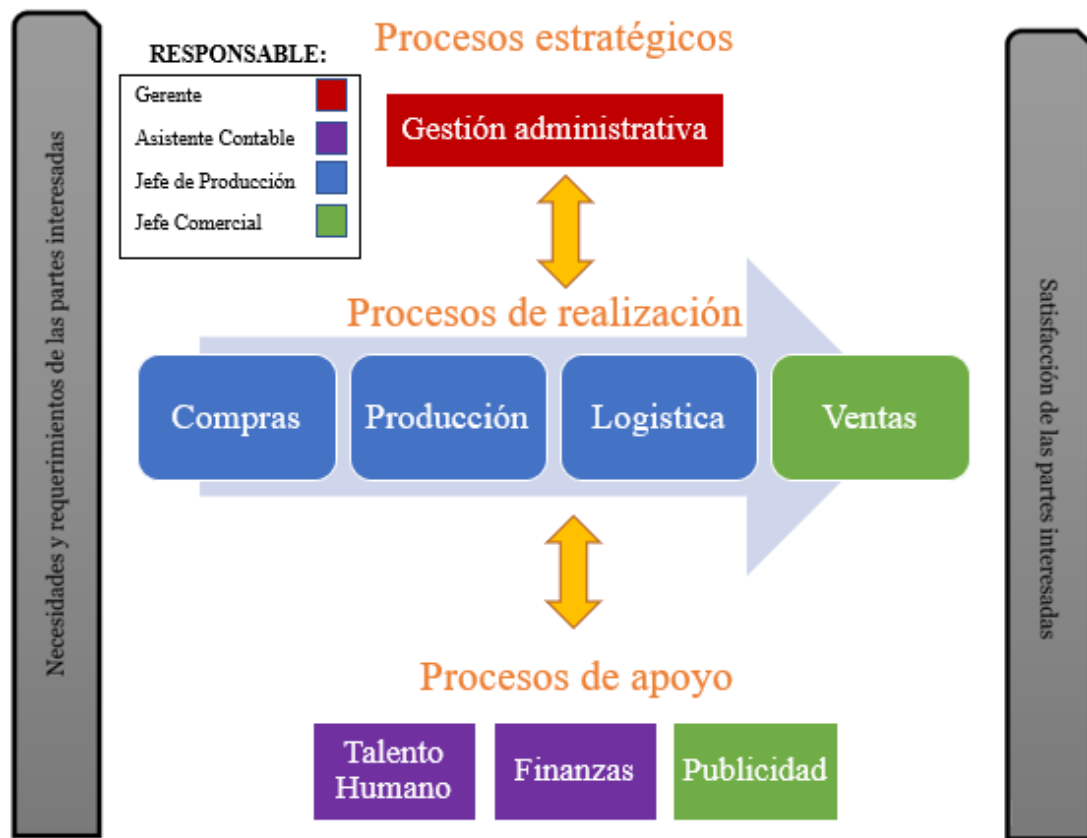
- Asistente contable
- Jefe de producción

- Jefe comercial

Mediante el mapa de procesos se puede identificar los diversos procesos mediante un orden lógico (ver gráfico 3):

Gráfico 3.

Mapa de procesos



Nota: El gráfico representa los procesos con los que cuenta la microempresa la “Casa del Químico”.

2.6.2. Formalización.

La microempresa se registrará según sus políticas, normas internas, leyes y manuales de procedimiento los cuales se fundamenta en la misión, visión y objetivos organizacionales. Adicionalmente cumplirá con las exigencias gubernamentales como son pagos de impuestos beneficios sociales y permisos sanitarios de funcionamiento.

2.6.3. Centralización – Descentralización.

“La Casa del Químico” centrará sus actividades en las áreas de producción y comercialización pues son procesos operativos de la cual depende la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa. La descentralización se dará por parte de la gerencia al momento de delegar funciones estableciendo un ambiente organizacional cómodo y sincero que da apertura para sugerencias, por parte de los empleados hacia la empresa para el beneficio de la población y crecimiento de la empresa.

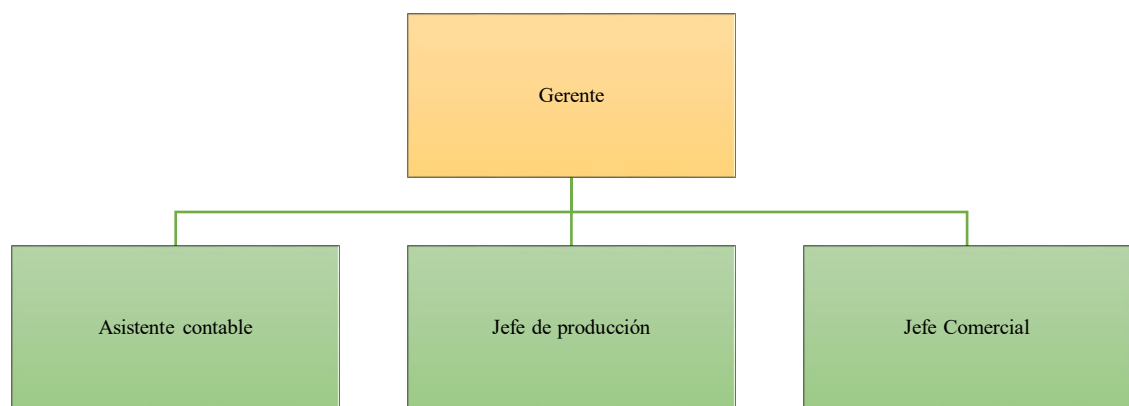
2.6.4. Integración.

La integración organizacional se fundamenta en el agrupamiento de recursos materiales y humanos los cuales son necesario para el funcionamiento de la microempresa, a través de dos procesos producción y comercialización los cuales permitirán llevar un control más exacto de las entradas de materia prima y salida de productos terminados.

2.6.4.1. Organigrama empresarial

Gráfico 4.

Organigrama Empresarial



Nota: El gráfico representa el organigrama con el que cuenta la microempresa la “Casa del Químico”.

2.7. Funciones del personal

Tabla 2.

Descripción del puesto de Gerente

PUESTO DE GERENTE	
Empresa	La Casa del Químico
Unidad administrativa	Gestión Administrativa
Denominación del puesto	Gerente
Remuneración	\$ 500,00
Misión:	Es el principal en la organización ya que de él depende que funcione la empresa, es el administrador de gastos, egresos, y es el que establece plan de captación del cliente y crea alianzas estratégicas.
Rol:	*Evaluar periódicamente cada departamento con la finalidad de conocer su nivel de rendimiento. *Proponer metas o estrategias que deben ser presentadas y socializadas. *Crear buenas relaciones con clientes, proveedores y sociedad. *Manipular todo el sistema financiero y controlar los gastos e ingresos. *Supervisión de producción y comercialización. *Firma documentos legales y tributarios de la microempresa.

Nota: La tabla muestra la descripción del puesto del Gerente.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3.

Méritos aspectos a considerar del Gerente

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Ingeniero comercial o administrador de empresas con conocimientos generales en computación, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas. Hablar inglés.	Mínima de dos años en cargos similares	Servicio al cliente Normas ISO Protocolos de prevención y riesgos laborales Conocimiento y dominio de preparación de productos químicos. Dominio de procesos contables	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Toma de decisiones Análisis financiero Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Integridad. Planificación y organización. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Nota: La tabla muestra los méritos con los que debe contar un Gerente.

Tabla 4.

Descripción del puesto de Asistente Contable

PUESTO DE ASISTENTE CONTABLE	
Empresa	La Casa del Químico
Unidad administrativa	Finanzas
Denominación del puesto	Asistente contable
Remuneración	\$ 450,00
Misión:	Su relación directa es con el gerente, ya que son aquellos que llevan a cabo a que se cumplan lo proyectado la misión y visión con el fin de aumentar su rentabilidad y utilidad de la empresa.
Rol:	*Elaboración de estados financieros *Registro de ingresos y egresos *preparación de índices financieros *Cancela los impuestos tributarios y el rol de pago *transferencias bancarias *Coordina reuniones y efectúa mensajería interna

Nota: La tabla muestra la descripción del puesto de Asistente contable.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 5.

Méritos aspectos a considerar del Asistente Contable

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Auditor contable o contador con conocimientos generales en computación, tributación, redes sociales corporativas y administración	Mínima de un año en cargos similares	Servicio al cliente Normas ISO Protocolos de prevención y riesgos laborales Dominio de procesos administrativos y tributación. Leyes jurídicas y penales	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Concentración Integridad. Trabajo en equipo. Responsabilidad. Prudencia Creatividad Proactividad Capacidad comunicativa

Nota: La tabla muestra los méritos con los que debe contar el asistente contable.

Tabla 6.

Descripción del puesto de Jefe de Producción

PUESTO DEL JEFE DE PRODUCCIÓN	
Empresa	La Casa del Químico
Unidad administrativa	Recepción de materia prima, mezclado, envasado y almacenamiento
Denominación del puesto	jefe de Producción
Remuneración	\$ 500,00
Misión:	Es garantizar la elaboración del producto terminado, el trabajador clave de la empresa pues aquí es donde se enfatiza la calidad del producto que satisface la necesidad del cliente.
Rol:	*Recepción de materia prima *Mezcla, elaboración y embotellamiento del producto *Supervisión de calidad tanto de materia prima como de producto terminado. *Control de costos, stocks e inventario de mercadería

	*Carga y almacenamiento *Limpieza de áreas
--	---

Nota: La tabla muestra la descripción del puesto del jefe de producción.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 7.

Méritos aspectos a considerar del Jefe de Producción

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Técnico en utilización de químicos, cursos o carreras afines. Conocimientos generales matemáticas, control de calidad, contabilidad, manejo y utilización de químicos.	Mínima de seis meses en cargos similares	Normas de calidad Protocolos de prevención y riesgos laborales Conocimiento y dominio de preparación de productos químicos. Dominio de procesos contables	Puntualidad Respeto Integridad. Trabajo en equipo. Responsabilidad. Liderazgo Proactividad Capacidad comunicativa Automotivación Compromiso Fidelidad Servicio al cliente

Nota: La tabla muestra los méritos con los que debe contar el jefe de Producción

Tabla 8.

Descripción del puesto de Jefe Comercial

PUESTO DEL JEFE COMERCIAL	
Empresa	La Casa del Químico
Unidad administrativa	Venta, marketing y publicidad.
Denominación del puesto	Jefe comercial
Remuneración	\$ 450,00
Misión:	Es aumentar las ventas a través de la satisfacción al cliente con la venta de un producto y una atención de calidad.
Rol:	*Ofertar y promocionar los productos * Mantener una comunicación fluida con el área de producción *Atender al cliente * Cobranza *Manejo de dinero y cartera de clientes *Identifica preferencia y gustos del mercado *Realiza reporte de ventas diarios *Fijar metas de ventas

Nota: La tabla muestra la descripción del puesto del jefe Comercial.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 9.

Méritos aspectos a considerar del Jefe Comercial

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Bachiller, cursos o carreras afines. Conocimientos generales matemáticas, Servicio al cliente, contabilidad, manejo y utilización de químicos.	Mínima de seis meses en cargos similares	Protocolo de servicio Dominio de procesos contables Conocimiento de preparación de productos químicos. Cobranzas y cartera de clientes. Investigación de mercado	Sensibilidad interpersonal Respeto Capacidad de negociación y resolución de conflictos Trabajo en equipo. Pensamiento lógico Responsabilidad. Proactividad Capacidad comunicativa Compromiso Fidelidad Servicio al cliente Proyección

Nota: La tabla muestra los méritos con los que debe contar el jefe Comercial.

La microempresa contará con cuatro trabajadores, a continuación, se presenta sus roles y funciones (Ver tabla 10):

Tabla 10.

Roles y funciones de los trabajadores de “La Casa del Químico”

ROL	RESPONSABILIDAD
GERENTE	*Es el representante legal y comercial de la microempresa. *Es aquel que establece las alianzas con proveedores y clientes. *Realiza periódicamente un análisis situacional de la microempresa comprometiendo y motivando a todo el personal. *Establece estrategias de ventas.
ASISTENTE CONTABLE	*Lleva control de todas las transacciones contable. *Paga impuestos, empleados y realiza periódicamente un análisis financiero.
JEFE DE PRODUCCIÓN	*Recepta materia prima. *Lleva un control de calidad de los productos. *Lleva un inventario del producto terminado y los costos del mismo. *Controla y almacena el producto.
JEFE COMERCIAL	*Vende los productos. *Lleva control de cartera de clientes. *Controla caja y atiende al cliente. *Brinda servicio de calidad. *Gestiona Sugerencia y reclamos.

Nota: Esta tabla muestra los roles y funciones de los colaboradores de la “Casa del Químico”

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1. Objetivo de mercadotecnia

Salasaca es una parroquia rural perteneciente al cantón Pelileo, su entorno económico y social ha sufrido de constantes cambios debido a la migración, por lo que contar con una microempresa como lo es “La Casa del Químico” permitirá fomentar el desarrollo con nuevas plazas de trabajos y crear circulante en la sociedad a través del consumo del mismo.

El objetivo de “La Casa del Químico” es captar el mercado de consumo de gel y alcohol antibacterial poniendo énfasis en la protección, cuidado e higiene personal de las manos, esta se realiza a través de diversos medios de comunicación sean físicos o digitales, atrayendo así clientes potenciales.

3.2. Investigación de mercado

El presente proyecto de plan de ventas para “La Casa del Químico” se considera dos formas de investigación: la primera es de campo a través de la aplicación de una encuesta a la población de Salasaca y la segunda a través de un análisis bibliográfico documental para conocer el mercado que consume el gel y alcohol antibacterial. Adicionalmente procesos de producción y elaboración para así ofrecer productos de calidad que satisfacen la necesidad de los clientes.

Para la recolección de datos se plantea aplicar la encuesta que, de acuerdo a Anguita et al., (2003) es una técnica ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz, adicional a ello se utilizará la lectura científica y el análisis bibliográfico que según López F. (2002) es una técnica objetiva y sistemática, que tiene una serie de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como discursos extremadamente diversificados (p.4).

3.2.1. Modalidad.

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma virtual, a través de zoom a un total de 104 familias de forma aleatoria que accedieron a ser encuestadas, el cuestionario constó de 11 preguntas cerradas.

3.3. Plan de Muestreo

3.3.1. Definición de población

El mercado al cual se dirigirá el estudio serán los hogares de Salasaca específicamente los que se encuentran en la cabecera cantonal cuya cantidad según (*Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*) 2010 sería:

Tabla 11.
Estadísticas y censo

NOMBRE DE PARROQUIA	TOTAL, DE PERSONAS	TOTAL, DE HOGARES	PROMEDIO DE PERSONAS POR HOGAR	HOGARES EN CABECERA CANTONAL
Salasaca	5886	1573	3.74	=1573*9% 142

Nota: La tabla muestra la población a la cual se dirigirá "La Casa del Químico". Tomado de INEC 2010.

Según el estudio de Arturo Jerez (2014) el 9% del total de la población de Salasaca habita en la cabecera cantonal. Convirtiéndose en un mercado potencial para la venta de gel y alcohol antibacterial, un producto que sirve para la limpieza diaria de las manos tanto en niños, jóvenes, adultos, y adultos mayores, que aporta salud y protección, por tanto, se define esta población como mercado potencial.

3.3.2. Definición de muestra

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{142 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (142 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{136}{1,3129}$$
$$n = 104$$

3.4. Análisis de las encuestas

A continuación, se presenta el resultado de aplicar las encuestas al mercado objetivo, satisfaciendo los requerimientos del mismo, se realizaron 104 encuestas dirigidas a los hogares de la parroquia Salasaca perteneciente al cantón de Pelileo, Provincia de Tungurahua, específicamente los que se encuentra ubicados en la cabecera parroquial pues tienen la capacidad de adquirir el producto.

Para realizar el análisis se procedió a realizar las encuestas y concluir las observando el mercado que consume productos antibacteriales como lo son el gel y alcohol antibacterial, dándole una perspectiva como producto esencial para el ser humano dando paso a creación de la microempresa “La Casa del Químico” como forma de satisfacer las necesidades del cliente.

La muestra determinada son 104 hogares, los cuales también son considerados como clientes potenciales para el consumo de gel y alcohol antibacterial. La investigación de campo se realizó vía online, por videollamada pues las restricciones y cuidados no permiten realizar una recolección de datos presencial las preguntas fueron realizadas con el objetivo de analizar gustos y hábitos de higiene donde los compradores permiten conocer la necesidad que hay que satisfacer. Los resultados son los siguientes:

Pregunta 1. ¿Sector de residencia?

Tabla 12.

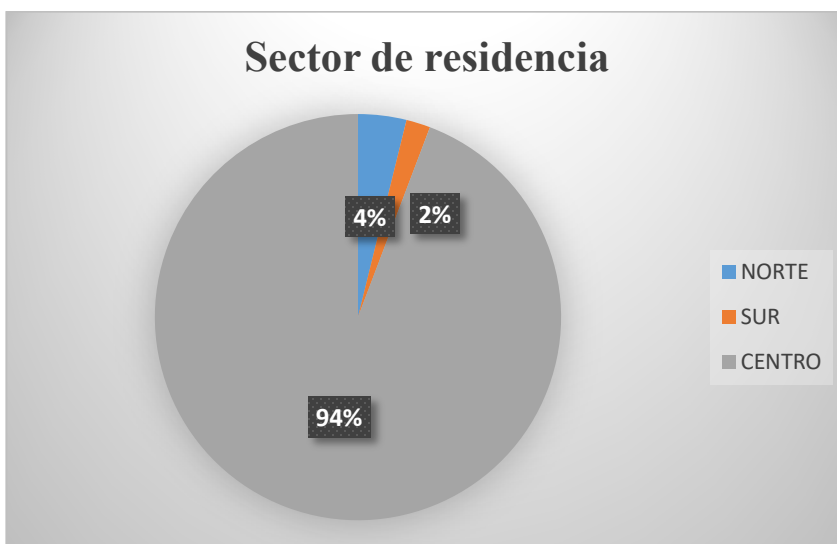
Sector de residencia

¿Sector de residencia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
NORTE	4	4%
SUR	2	2%
CENTRO	98	94%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el sector de residencia a la que pertenecen. Tomado Encuesta

Gráfico 5.

Sector de residencia



Nota: El gráfico representa el sector de residencia de la muestra encuestada, en porcentajes. Tomado Encuesta

Análisis: La encuesta fue realizada a la población de la cabecera cantonal, es decir a los hogares del centro, pero muchos de estos tienen su residencia en otro punto pues es aquí donde el sector económico de compra y venta y solo están de paso por esta zona dando un resultado de 4% viven en la zona norte, el 2% zona sur y el 94% viven en el centro.

Pregunta 2. Sexo

Tabla 13.

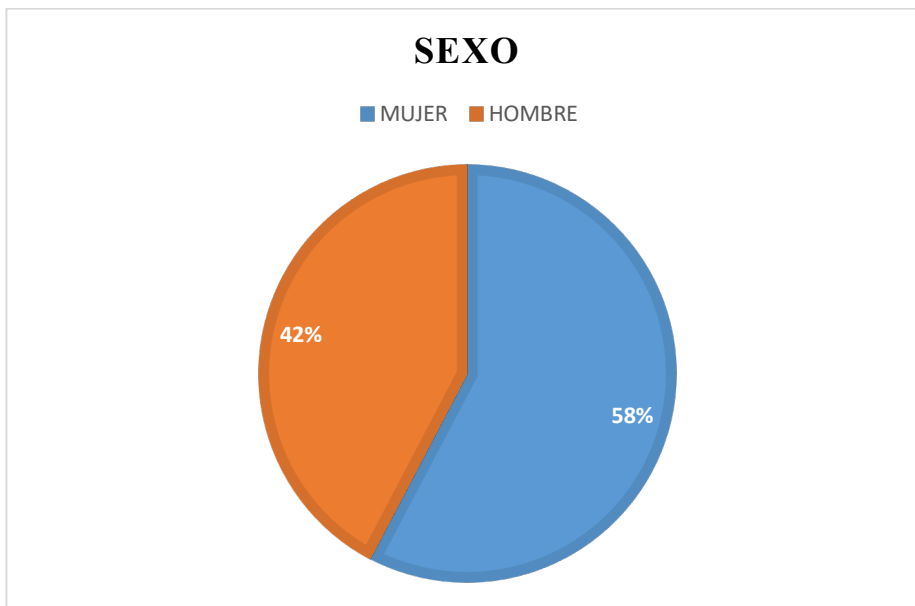
Género al que pertenece el encuestado

Sexo		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
MUJER	60	58%
HOMBRE	44	42%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra al género que pertenece el encuestado. Tomado Encuesta

Gráfico 6.

Género al que pertenece el encuestado



Nota: El gráfico representa el tipo de género al que pertenece. Tomado Encuesta

Análisis: De acuerdo a los resultados el 58% de los encuestado son mujeres y el 42% son hombres, validando así los datos del INEC donde define que la población mayor es de las mujeres.

Pregunta 3. Identifique su rango de edad.

Tabla 14.

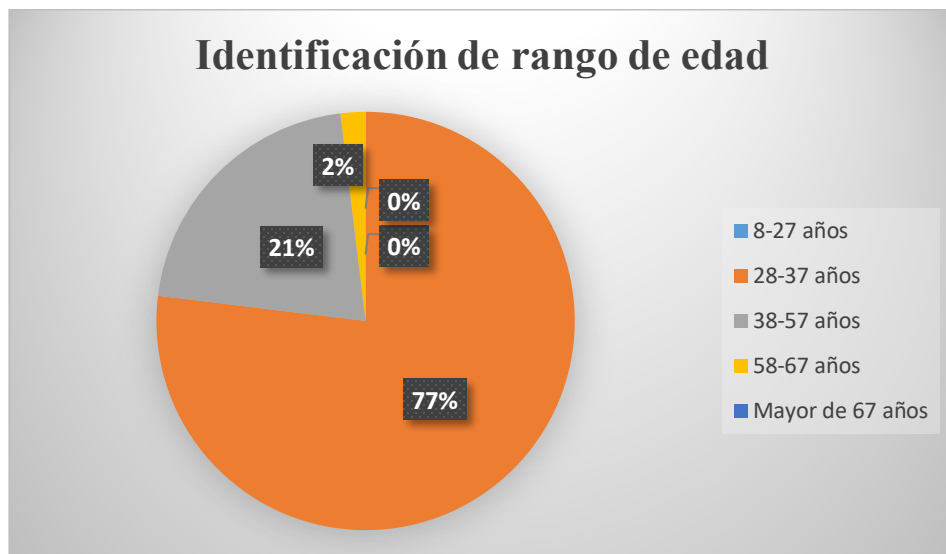
Edad

Identifique su rango de edad		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
8-27 AÑOS	0	0%
28-37 AÑOS	80	77%
38-57 AÑOS	22	21%
58-67 AÑOS	2	2%
MAYOR DE 67 AÑOS	0	0%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra la edad que tiene el encuestado. Tomado Encuesta

Gráfico 7.

Edad



Nota: El gráfico representa la edad que tiene el encuestado. Tomado Encuesta

Análisis: De acuerdo a los resultados el 77% de las personas encuestadas tienen una edad aproximada entre 28 y 37 años, seguido de los adultos con 21% cuyas edades oscilan entre 38 y 57 años, luego con el 2% personas que tiene una edad entre los 58 a 67 años.

Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a consumir otros productos hechos a base de gel y alcohol antibacterial?

Tabla 15.

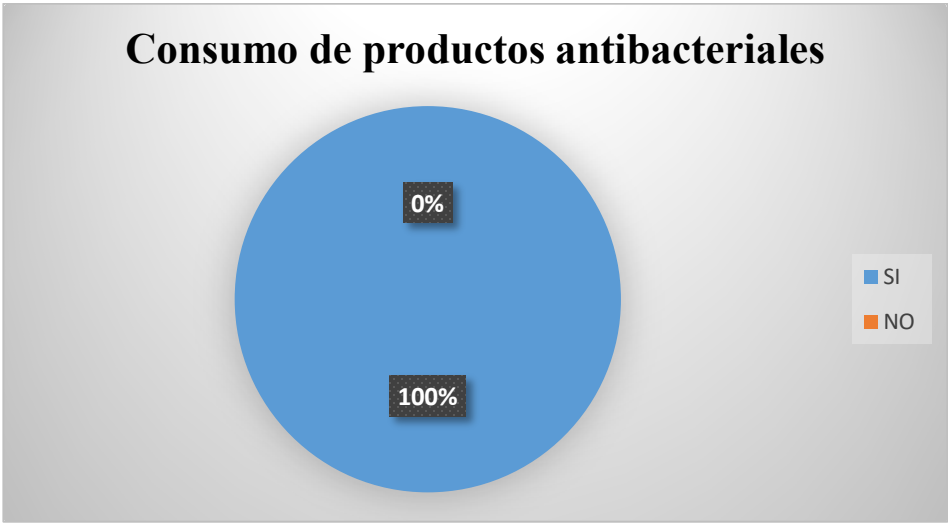
Consumo de productos antibacteriales

¿Estaría dispuesto a consumir otros productos hechos a base de gel y alcohol antibacterial?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	104	100%
NO	0	0%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el consumo de productos antibacteriales. Tomado Encuesta

Gráfico 8.

Consumo de productos antibacteriales



Nota: El gráfico representa el consumo de productos antibacteriales. Tomado Encuesta

Análisis: De acuerdo a la encuesta el 100% de los hogares consume productos antibacteriales, por ser un producto esencial en el cuidado y protección contra virus y enfermedades. Actualmente no es una opción es una necesidad. El resultado muestra que todo el mercado puede ser un futuro cliente, siempre y cuando se los fidelice cumpliendo sus expectativas.

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia utiliza el producto?

Tabla 16.

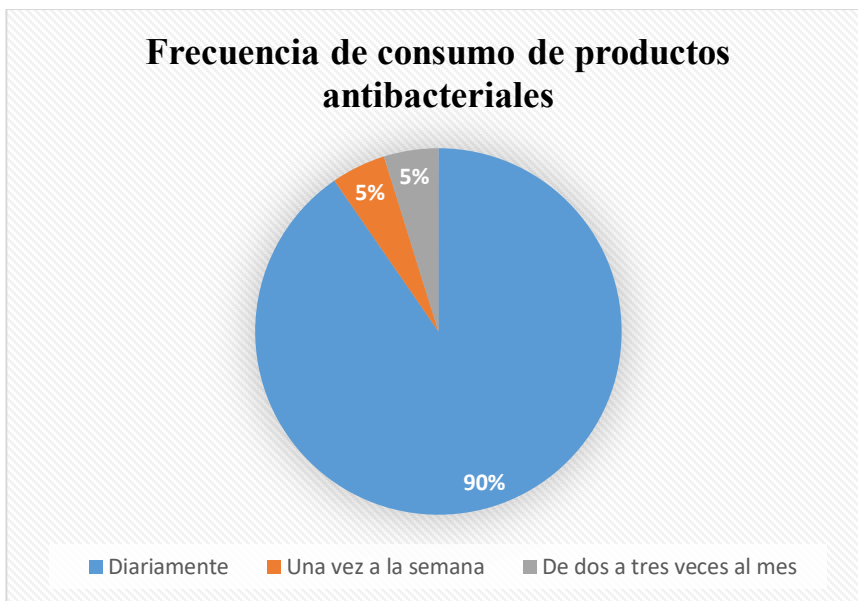
Frecuencia de consumo de productos antibacteriales

¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
DIARIAMENTE	94	90%
UNA VEZ A LA SEMANA	5	5%
DE DOS A TRES VECES AL MES	5	5%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra la frecuencia de consumo de productos antibacteriales. Tomado Encuesta

Gráfico 9.

Frecuencia de consumo de productos antibacteriales



Nota: El gráfico representa la frecuencia de consumo de productos antibacteriales. Tomado Encuesta

Análisis: El 90% de los encuestados consume productos antibacteriales diariamente un porcentaje aceptable pues como se refiere inicialmente es una obligación hacer uso de los mismos, el 5% los consume una vez a la semana y el 5% restante lo utiliza dos a tres veces al mes.

Pregunta 6. ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir el producto?

Tabla 17.

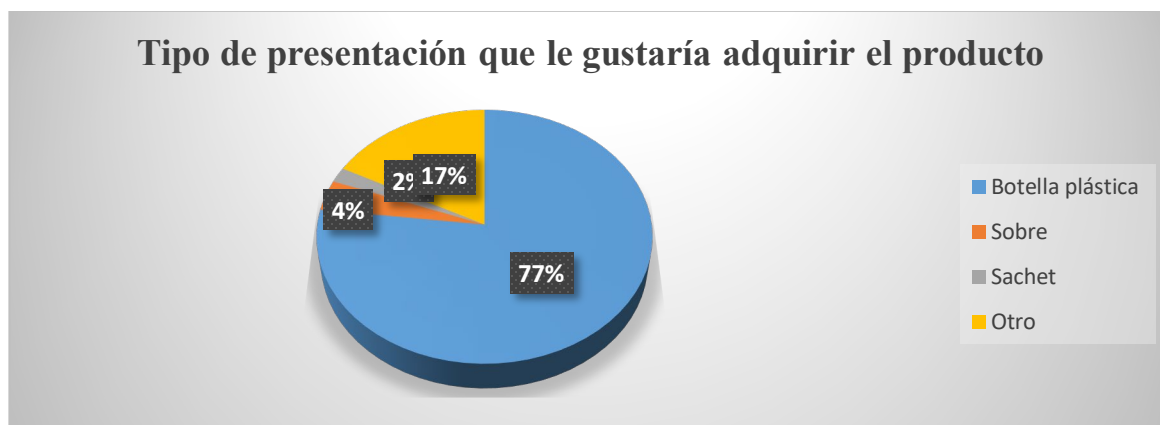
Tipo de presentación del producto

¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir el producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
BOTELLA PLÁSTICA	80	77%
SOBRE	4	4%
SACHET	2	2%
OTRO	18	17%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de presentación que prefiere el consumidor. Tomado Encuesta

Gráfico 10.

Tipo de presentación del producto



Nota: El gráfico representa el tipo de presentación que prefiere el consumidor. Tomado Encuesta

Análisis: De acuerdo a la encuesta el 77% de los hogares de Salasaca prefieren las botellas plásticas y realmente es lógicos pues es un producto semilíquido el cual sin el empaque idóneo no se puede consumir de forma cómoda, las otras alternativas como sobre 4% y Sachet 2% son presentaciones económicas de cantidades pequeñas como para el uso en viajes. La diferencia del 17% son aquellos que prefieren envases más ecológicos como vidrio entre otros.

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

Tabla 18.

Precio a pagar por el producto

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
DE 2 \$ A 5 \$	92	88%
DE 4 \$ A 7 \$	6	6%
DE 10 \$ A 15 \$	5	5%
DE 16 \$ O MÁS	1	1%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el precio a pagar por los consumidores. Tomado Encuesta

Gráfico 11.

Precio a pagar por el producto



Nota: El gráfico representa el precio a pagar por los consumidores. Tomado Encuesta

Análisis: Salasaca es una parroquia rural cuya economía está basada en la agricultura y los niveles de ingresos son bajos por lo que es entendible los resultados dispuestos por los encuestadores los cuales fueron que el 88% pagaría de 2 a 5 dólares por un producto antibacterial, el 6% costaría de 4 a 7 dólares, el 5% podría pagar de 10 a 15 dólares y el 1% podría pagar un poquito más.

Pregunta 8. ¿Le gustaría que los empaques sean?

Tabla 19.

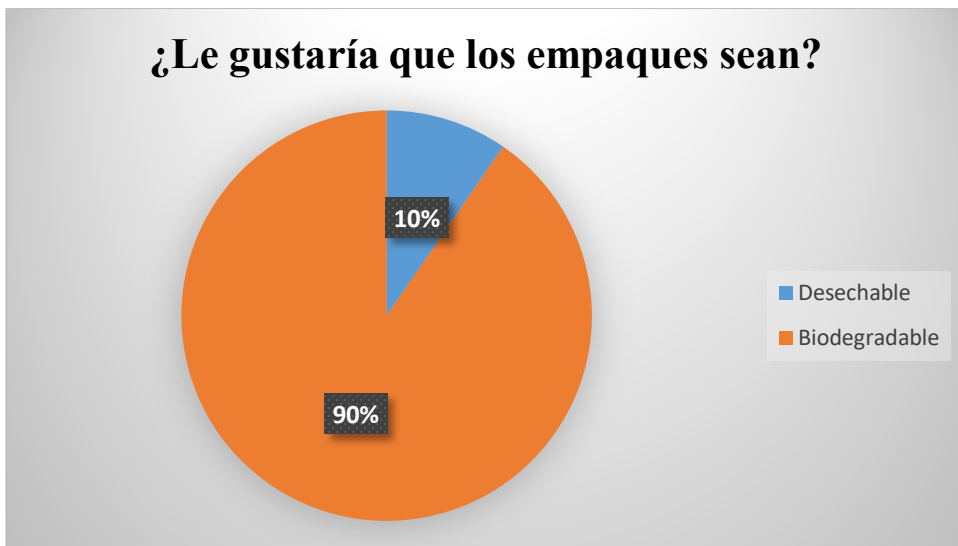
Tipo de empaque

¿Le gustaría que los empaques sean?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
DESECHABLE	10	10%
BIODEGRADABLE	94	90%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de empaque que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Gráfico 12.

Tipo de empaque



Nota: El gráfico representa tipo de empaque que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Análisis: La tendencia ambiental está llegando a todo el mundo incluso aquellos que están alejados de la ciudad con la finalidad de proteger el medio ambiente evidenciándose en la encuesta realizada donde el 90% de la población prefiere empaques biodegradables mientras que el 10% prefiere desechable.

Pregunta 9. ¿En qué tamaño le gustaría que nuestro producto se distribuya?

Tabla 20.

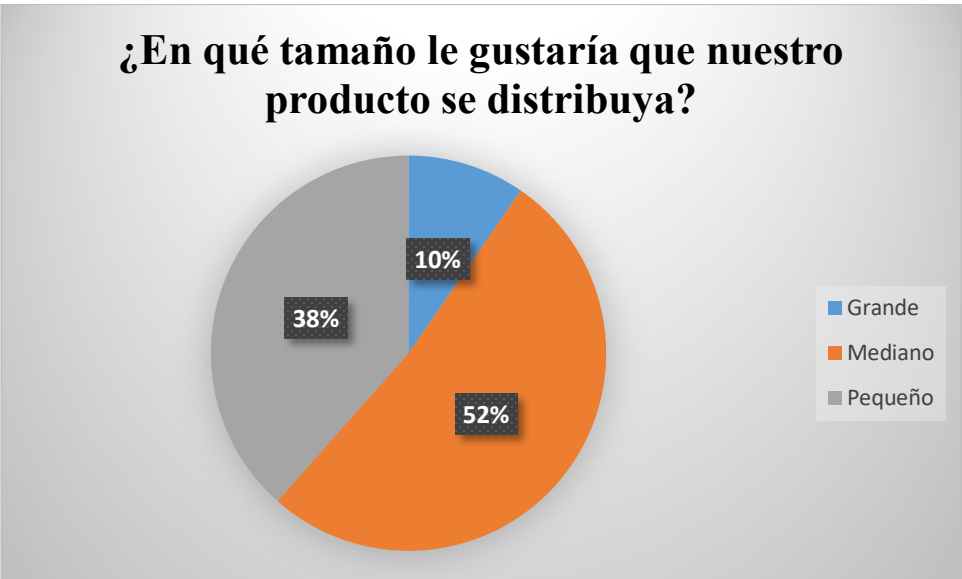
Tamaño del producto

¿En qué tamaño le gustaría que nuestro producto se distribuya?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
GRANDE	10	10%
MEDIANO	54	52%
PEQUEÑO	40	38%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra el tamaño que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Gráfico 13.

Tamaño del producto



Nota: El gráfico representa el tamaño que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Análisis: De acuerdo a la encuesta los hogares prefieren envases medianos en porcentaje del 52%, mientras que el 38% prefieren envases pequeños y solo el 10% envases grandes dando una perspectiva del stock con el que debe contar la empresa “La Casa del Químico”.

Pregunta 10. ¿En qué otro lugar le gustaría que se distribuya el producto?

Tabla 21.

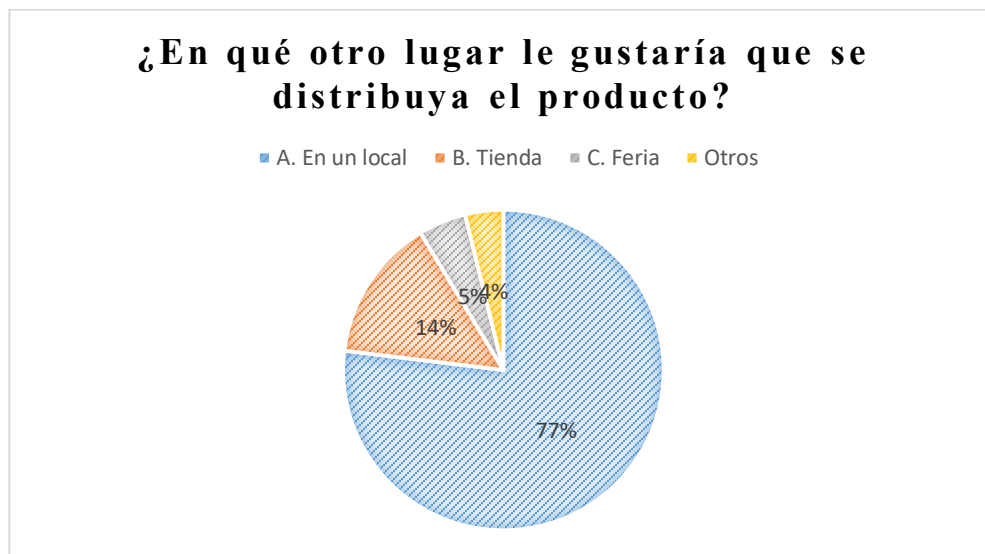
Plaza de distribución

¿En qué otro lugar le gustaría que se distribuya nuestro producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
En un local	80	77%
Tienda	15	14%
Feria	5	5%
Otros	4	4%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra la plaza de distribución que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Gráfico 14.

Plaza de distribución



Nota: El gráfico representa la plaza de distribución que debería tener un producto antibacterial. Tomado Encuesta

Análisis: Según los resultados de la encuesta demuestra que el 77% prefiere un local propio para adquirir el producto, el 14% prefiere las tiendas cercanas a su hogar, mientras que el 5% opta por ferias y el 4% por otros como por ejemplo supermercados.

Pregunta 11. ¿Qué canales de distribución o plataforma digital le gustaría que utilizáramos para la venta y entrega del producto?

Tabla 22.

Canales de distribución

¿Qué canales de distribución o plataforma digital le gustaría que utilizáramos para la venta y entrega del producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Venta directa	39	38%
Tienda on line	24	23%
Facebook	18	17%
WhatsApp	23	22%
TOTAL	104	100%

Nota: La tabla muestra los canales de distribución con los que debería contar producto antibacterial. Tomado Encuesta

Gráfico 15.

Canales de distribución



Nota: El gráfico representa los canales de distribución con los que debería contar producto antibacterial. Tomado Encuesta

Análisis: La respuesta concuerda al igual a la anterior donde la mayoría prefiere la venta personalizada donde la atención al cliente sea el énfasis y el valor agregado en el producto el 38% de los encuestados prefiere la venta directa, mientras que el 23% las tiendas online, el 17% Facebook y el 22% por WhatsApp como se refleja en la

pregunta 3 el 77% son jóvenes los cuales manejan las tecnologías de la información de forma precisa.

3.4.1. Análisis General.

La encuesta permite reafirmar datos de los cuales mediante un análisis bibliográfico documental ya se habían definido, como primer punto es la ubicación geográfica planteada pues dentro de la definición poblacional se estableció que el mercado potencial son los hogares situados en la zona centro de la parroquia rural Salasaca, evidenciándose en la pregunta 1. Que el 94% de la población se ubica en la cabecera cantonal. Como segundo punto se ubica el género, según el estudio de Arturo Jerez (2014) existen más mujeres que hombres y así lo confirma la encuesta donde el 58% son de sexo femenino y 42% masculino.

Por otro lado, se puede definir el rango de edad donde el 77% son jóvenes de 28-38 años una población a la cual se debe enfocar estrategias de ventas, pero dejando de lado características demográficas entramos a lo esencial del informe conocer el porcentaje de hogares que utiliza los geles y alcoholes antibacteriales según la encuesta el 100% consume estos productos y esto se da porque es un protocolo de seguridad que deben seguir las personas para proteger su seguridad física contra virus y enfermedades.

La frecuencia del uso de productos antibacteriales es diario con un porcentaje del 90% pues como se refiere en el párrafo anterior es una obligación hacer uso de los mismos. En lo que respecta a envases el 77% de los encuestados prefieren botellas plásticas y de estas el 90% prefieren que sean biodegradables para cuidar el medio ambiente cumpliendo así la política organizacional de responsabilidad medioambiental.

Salasaca es una parroquia rural cuya economía se basa en la agricultura y los niveles de ingresos son bajos por lo que el 88% prefiere pagar de 2 a 5 dólares por un producto antibacterial. Los envases de preferencias son los medianos con el porcentaje del 52%, mientras que el 38% prefieren envases pequeños y solo el 10% envases grandes dando una perspectiva del stock con el que debe contar la empresa “La Casa

del Químico”. La plaza de distribución escogida por los encuestadores es local propio con un 77% dando apertura a implementar infraestructura de producción, venta y distribución.

La venta personalizada será el valor agregado del producto pues la encuesta confirma que el 38% de los hogares prefiere la venta directa, concluyendo que “La Casa del Químico” es un negocio viable pues el mercado acepta y necesita productos antibacteriales que protejan a las familias de virus y enfermedades.

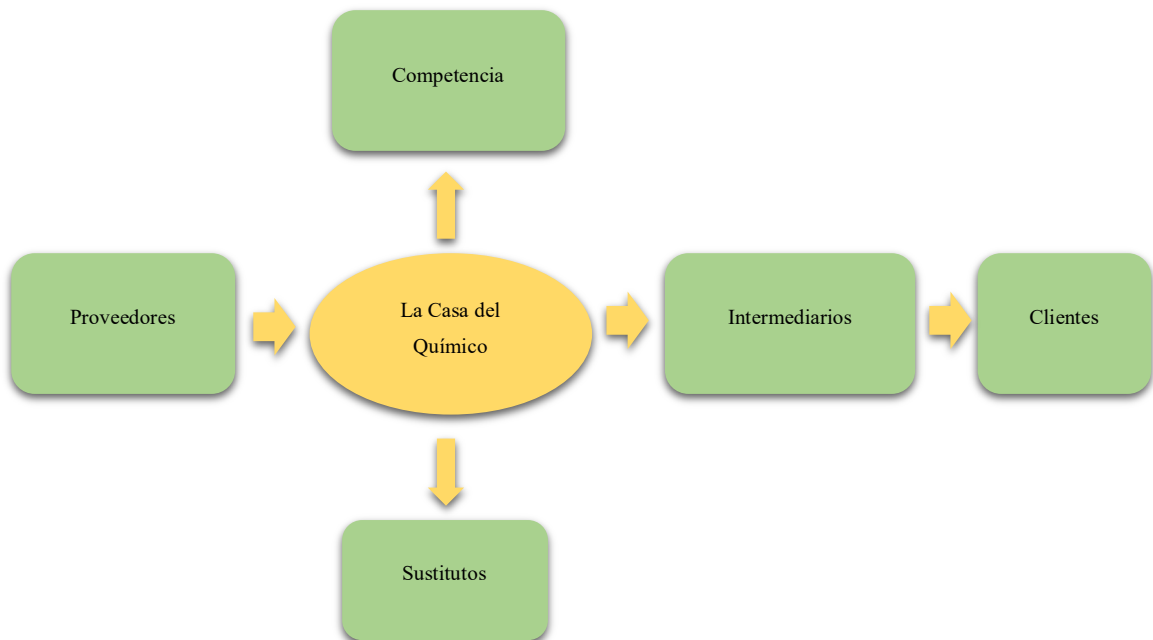
3.5. Entorno empresarial

3.5.1. Microentorno.

“La Casa del Químico” para estudiar el microentorno que lo rodea, aplica el siguiente esquema:

Gráfico 16.

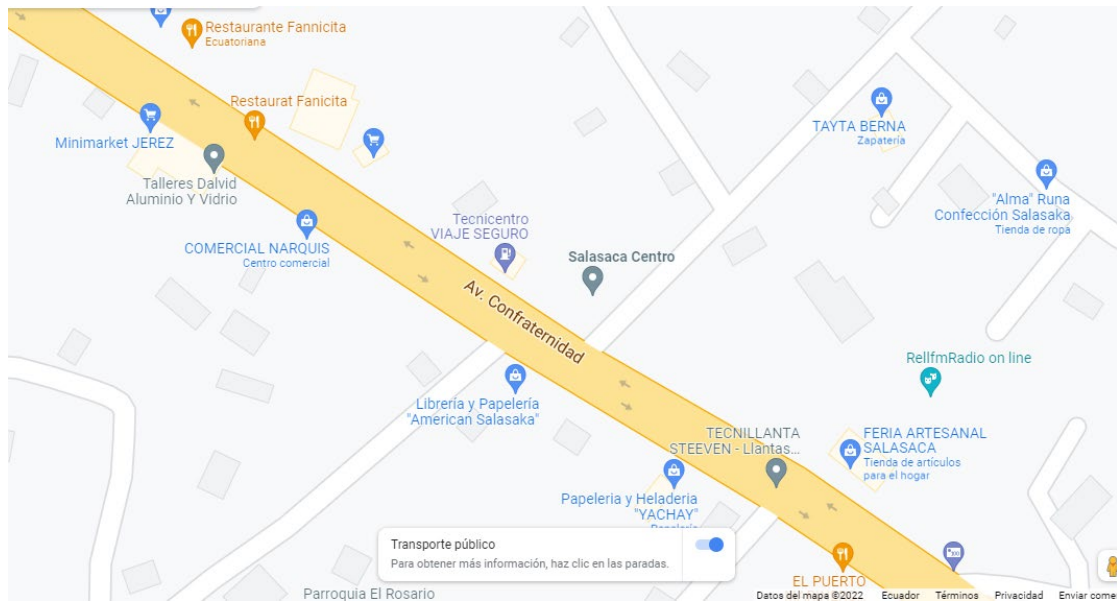
Esquema de microentono



Nota: El gráfico muestra el microentorno que rodea a la microempresa “La Casa Químico”.

Gráfico 17.

Ubicación de microempresa



Nota: El gráfico muestra el microentorno que rodea a la microempresa. Tomado (Google, 2022)

3.5.1.1. Competencia directa.

Al analizar el entorno donde se ubicará “La Casa del Químico” no se visualizó ninguna tienda que expanda o que elabore productos antibacteriales, pero si cadenas de supermercados, tiendas, farmacias o minimarket donde distribuyen productos antibacteriales sin ningún valor agregado.

Para evaluar esta competencia directa se tomaron en cuenta los siguientes parámetros: Los tipos, características, lugar de distribución y los de mayor consumo por la población Salasaca.

Tabla 23.

Productos de competencia directa de Geles antibacteriales

MARCA	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
SANI	Composición: Ethyl alcohol 62%, Water, Propylene seed extract, Acrylates/C10-30 alkyl acrylate crosspolymer, Triethanolamine Tipos de presentaciones: *Sani Gel Antibacterial Extracto de Algodón 250 ml. *Sani Gel Antibacterial Extracto de Algodón 75 ml. *Sani Gel Antibacterial Aloe 250 ml. *Sani Gel Antibacterial Aloe 75 ml. *Sani Gel Original 250 ml. *Sani Gel Original 75 ml.	
CLEAN	Gel Antibacterial Dr. Clean Es un desinfectante y bactericida de fácil y rápida aplicación. Su fórmula bactericida elimina un amplio espectro de bacterias, hongos y levaduras. Composición de alcohol etílico al 70%, aroma neutro.	
NEXT	Alcohol en gel para manos gel antibacterial. Su fórmula con 70% de alcohol etílico y aloe vera, elimina el 99.9% de las bacterias, mientras cuida tu piel. Gel Antibacterial NEXT AB 250ML	
VAPORAL	Es un gel antibacterial antiséptico que elimina virus y bacterias hasta un 99.9%. Contiene micro esferas de vitamina E que humectan la piel. Variantes: Original- Eucalipto- Aloe Vera Envase de 250ml- 60ml - Galón 3,78 lt.	
GOLDERY	Gel Antibacterial Goldery, limpia, humecta, elimina los gérmenes y bacterias, 70% Alcohol Tipos de presentación: *Gel Antibacterial 500 ml. *Gel Antibacterial Extracto 250 ml. *Gel Antibacterial Doypack 500ml	
JOLY	Gracias a su formulación con glicerina, mantiene las manos humectadas. Elimina el 99,9% de Bacterias al instante. Fórmula con sensación agradable luego de su aplicación. Características: Contiene mínimo 65,28% de alcohol puro, fragancia a Aloe Vera. Tiene dos presentaciones, Botella 60ml y Botella 250ml	

Nota: La tabla muestra la competencia directa que tiene “La Casa del Químico” en geles antibacteriales.

Tabla 24.

Productos de competencia directa de Alcohol antibacterial

MARCA	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
LINUS	Este fabricado por el laboratorio PRIMIS, tiene una composición de Alcohol etílico 70°, es de uso externo para la piel en limpieza y desinfección de heridas e instrumental quirúrgico, es excelente limpiador y desinfectante de vidrios y cristalería en general (copas, etc.) Desinfecta artículos de cocina, baño, dormitorio, etc. Es un producto inflamable Presentaciones: 60 ml, 125 ml, 250 ml, 250 ml S, 500 ml, 500ml S, 1000 ml, Galón y Canecas.	
VAPORAL	Alcohol Etilico BIO natural, se puede usar para muchos fines de desinfección El uso de alcohol común en manos puede causar dermatitis e irritaciones Vaporal Alcohol natural gracias a su fórmula con Glicerina y Aloe Vera actúa de manera ideal sobre la piel y sus cuidados. Presentaciones: 120 ml, 500 ml y galón	
ECUAQUIMICA	Alcohol Antiséptico Miosana 70° Ecuquímica, Cada 100cc contiene: 71% de alcohol etílico y tiene tres presentaciones 100 ml, 1 litro, 1 galón	

Nota: La tabla muestra la competencia directa que tiene “La Casa del Químico” en alcohol antibacterial.

3.5.1.2. Competencia indirecta.

Dentro de la competencia directa se puede incluir los jabones antibacteriales de diferentes tipos y presentaciones, este producto es esencial para el ser humano pues permite la limpieza agregando el valor de eliminación de bacterias, según Cachay A. (2016), en el mercado se comercializan diversas marcas en su mayoría importadas por Procter & Gamble, Colgate – Palmolive, entre otros. La adquisición se realiza principalmente en bodegas, puestos de mercado, y evidentemente en estos últimos años ha aumentado su uso (p. 32).

3.5.1.3. Sustitutos.

Después de observar el área y analizar los productos que pueden afectar a la venta del producto propuesto es las toallas húmedas cuya distribución se realiza en todas las cadenas de supermercados, tiendas, minimarket, farmacias, entre otras. Este producto tiene fuerte presencia en el mercado, y amplia posibilidad de crear nuevas presentaciones con valores agregados.

3.5.1.4. Proveedores.

Para la elaboración de productos antibacteriales se requiere de varios insumos entre los que se destacan: el alcohol etílico, carbopol, glicerina, fragancias y envases. Para la obtención de los mismos se deben importar y establecer alianzas internacionales sobre todo para aquellos insumos que no existen en el país a continuación, se muestra una tabla de tentativa de proveedores.

Tabla 25.

Proveedores

TABLA DE PROVEEDORES		
MATERIA PRIMA:		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
SYNERPLUS	Es una empresa mexicana con amplia experiencia en el abastecimiento de materias primas químicas, está comprometida con el cliente, ofreciendo productos de alta calidad y un excelente servicio. Cuenta con una pestaña en su página web exclusiva para adquirir materias primas para la elaboración de gel antibacterial.	TRIETANOLAMINA GLICERINA USP CARBOPOL CLORURO DE BENZALCONIO 80%
CODANA S.A.	Es una empresa ecuatoriana con más de 30 años de experiencia en el mercado, siendo parte de la Unidad Agroindustrial del Consorcio NOBIS cuya capacidad de producción diaria es de 110,000 litros de alcohol etílico	ALCOHOL ETÍLICO GLICERINA USP
MATERIALES INDIRECTOS:		
DISPLAST	Es una empresa líder en la comercialización, importación y distribución de productos plásticos, actualmente cuenta con productos biodegradables	ENVASES DE PLASTICOS BIODEGRADABLES EN TRES PRESENTACIONES TANTO PARA ALCOHOL COMO PARA GEL ANTIBACTERIAL.

Nota: La tabla muestra los posibles proveedores que tiene “La Casa del Químico”.

3.5.1.5. Intermediarios.

“La Casa del Químico” prevé comercializar sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad, pero da la apertura que en el futuro este producto pueda ser distribuido en supermercados, tiendas, farmacias y minimarket.

3.5.1.6. Clientes.

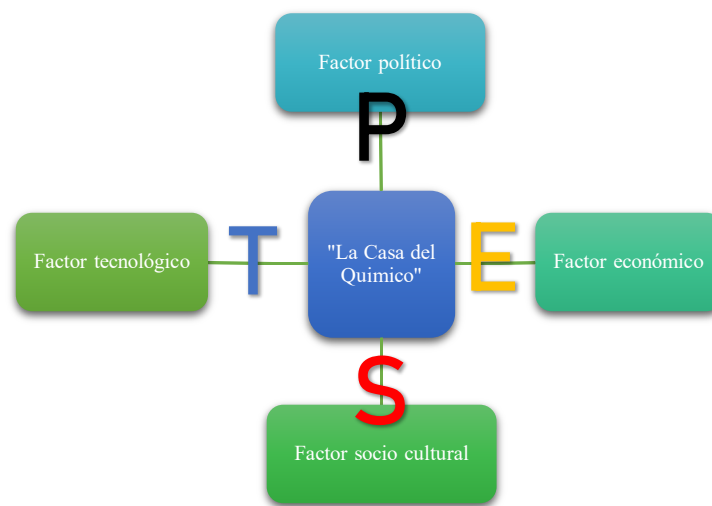
“La Casa del Químico” es una empresa dirigida a la población en general, familias, personas con discapacidad, niños, adultos, hombres, mujeres, entre otras, que requieren y necesitan comprar productos antibacteriales para el bienestar propio, colectivo pues brinda protección.

El consumo de estos productos ha sido fuerte en número se puede decir que la demanda aumentó cinco veces más de la que había antes de la pandemia y unas doce empresas ecuatorianas están dedicadas 100% a la fabricación de gel y alcohol antibacterial, necesarios para combatir al COVID-19, pero a pesar de trabajar las 24 horas del día no se puede satisfacer la solicitud que hace el mercado (El Universo, 2020).

3.5.2. Macroentorno

De acuerdo a Ranís (2016) son aquellas fuerzas externas que tienen un impacto directo sobre la empresa y que esta no tiene ningún control o influencia sobre ella. Este punto se compone con dos dimensiones: marketing y macroeconomía. Para identificar los factores que afectan a la microempresa “La Casa del Químico” se aplica el análisis PEST. Gráfico 18.

Esquema de macroentorno



Nota: La tabla muestra el esquema de macroentorno de “La Casa del Químico”.

3.5.2.1. Factor Político.

El gobierno actual ecuatoriano fomenta la creación de empresas e incentiva el emprendimiento a través de acciones como: la disminución de impuestos, facilidad de préstamos, entre otras, con la finalidad de fortalecer el ecosistema con un marco normativo ágil y eficiente que genere confianza; infraestructura y acompañamiento (SECOM, 2021).

El mercado de productos antibacteriales aumentó con la pandemia mientras esta afectó a unos sectores a otros les brindó la oportunidad de lograr un mayor crecimiento, tal como sucedió con el mercado de gel antibacterial y el alcohol cuya sobredemanda influyó que las empresas ecuatorianas aumentaran su producción entre un 35% a 40%, de estas el 70% es para consumo interno y la diferencia es para exportación, la forma de controlar los procesos es bajo la vigilancia y el control de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y para verificar que estos cumplan con la normativa se tiene que buscar la Notificación Sanitaria emitida por el organismo (El Universo, 2020).

“La Casa del Químico” realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para el funcionamiento del local, y el registro sanitario del producto.

Entre las instituciones que influyen en el funcionamiento de la empresa se tiene el Servicio de rentas internas (SRI) el cual obliga a las personas que realizan alguna actividad económica a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta por todas sus transacciones, presentar declaraciones de impuestos y pagarlos de acuerdo a su actividad económica (SRI, 2022). También se tiene al municipio el cual exige obtener una patente, el cuerpo de bomberos el cual verifica si la microempresa cuenta con todas las medidas preventivas y de emergencia.

El permiso sanitario es otorgado por el Ministerio de Salud a través del ARCSA, Agencia de Regulación y Control Sanitario, se lo hace mediante del sistema automatizado enviando la solicitud que consta en el mismo sistema y los requisitos

escaneados y avalados por el solicitante. Finalmente, el registro de la marca el cual debe estar debidamente legalizado pues protege la capacidad intelectual evitando el plagio concediendo al emprendedor titular, una serie de derechos y beneficios.

3.5.2.2. Factor Económico.

Debido a la emergencia sanitaria y al confinamiento obligatorio muchas empresas se vieron obligadas a cerrar o declararse en bancarrota, provocando una crisis generalizada, a pesar de ello las industrias de producción en especial las de productos antibacteriales aumentaron su oferta llegando a exportar a siete países. Según El Universo (2020):

“Amalia Álava, jefa de marketing de Drocara, que compite con geles de la marca Sani, asegura que la categoría de geles era relativamente pequeña en comparación con otras como jabones líquidos o jabones en barra. Antes de la emergencia sanitaria, en el mercado había unas 15 marcas y en la actualidad hay más de 35 en los puntos de ventas” (p.1).

Para la marca Vaporal su porcentaje de producción aumento en un 500%, mientras que Operfel, confirma que el crecimiento fue acelerado, pues “las ventas del producto gel antibacterial significó el 93 % de la facturación del primer semestre 2020 versus 2019” (El Universo, 2020 p.1).

Es por ello que “La Casa del Químico” se adentra a este sector con la finalidad de estar sujeto al desarrollo económico que presente actualmente el país y la fijación de precios en sus productos dependerá de la competencia y demanda.

La comunidad Salasaca es un pueblo cuya economía está en transición, su forma de reproducción económica se caracteriza por su tradición agraria y artesanal actividades ligadas a su entorno natural. La población económicamente activa (PEA) de 15 años y más representa el 45.44 % y entre las principales fuentes de ocupación son: la agricultura con un 60% de la PEA, la actividad artesanal con el 10%, y el 30% se dedica a la construcción, servicios domésticos, el comercio y oficios administrativos (Jerez, 2014).

Para poder diferenciar de forma más detallada cual es la población económicamente activa de la parroquia Salasaca, así como sus actividades principales se muestra el gráfico 19. De acuerdo a (GAD Salasaca, 2015) “la actividad económica principal es la agricultura-ganadería que involucra a un 45.53 % de su población; seguido por la construcción donde participan un 12.94 %; la industria manufacturera con un 10.55 % y el comercio al por mayor y menor 5.78 %.

Gráfico 19.

PEA por actividad de la parroquia Salasaca

Sector	Rama de actividad (Primer nivel)	Sexo		Total	%	PEA POR SECTOR	% PEA POR SECTOR
		Hombre	Mujer				
PRIMARIO	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	556	665	1221	45.53	1224	45.64
	Explotación de minas y canteras	2	1	3	0.11		
SECUNDARIO	Industrias manufactureras	189	94	283	10.55	630	23.49
	Construcción	343	4	347	12.94		
TERCIARIO	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	5	0	5	0.19	828	30.87
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	2	3	0.11		
	Comercio al por mayor y menor	77	78	155	5.78		
	Transporte y almacenamiento	29	1	30	1.12		
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	11	34	45	1.68		
	Información y comunicación	6	2	8	0.30		
	Actividades financieras y de seguros	34	13	47	1.75		
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	10	6	16	0.60		
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9	1	10	0.37		
	Administración pública y defensa	23	4	27	1.01		
	Enseñanza	32	37	69	2.57		
	Actividades de la atención de la salud humana	4	25	29	1.08		
	Artes, entretenimiento y recreación	3	2	5	0.19		
	Otras actividades de servicios	6	18	24	0.89		
	Actividades de los hogares como empleadores	2	103	105	3.91		
	No declarado	77	100	177	6.60		
	Trabajador nuevo	42	31	73	2.72		
	Total	1461	1221	2682	100.00	2682.00	100.00

Nota: La grafica muestra la población económicamente activa por rama de actividad, variable sexo y sectores económicos.

Tomado de (GAD Salasaca, 2015).

“En la parroquia Salasaca, los negocios y comercios están concentrados a lo largo de la vía estatal 30 (E30), con actividades económicas diversas tales como: restaurantes, ferreterías, cooperativas de ahorro y crédito, internet, tiendas de abarrotes, Minimarket, estaciones de servicio o gasolineras, lavadoras y lubricadores de vehículos, bazares, carpinterías, farmacias, mecánicas de automóviles y motos, electromecánicas, fruterías y legumbres,

locales de venta de balanceados, etc., esto permite cubrir la demanda de bienes y servicios de la población” (GAD Salasaca, 2015, p.127).

Adicionalmente se encontrará “La Casa del químico” el cual permitirá dinamizar la económica, ayudar al progreso, desarrollo y crecimiento de la misma.

3.5.2.3. Factor Sociocultural.

La parroquia Salasaca es mayoritariamente habitada por la población indígena, cuyo origen se remonta a la venida de los Incas, reconociéndose, así como un Pueblo de la Nacionalidad Kichwa Andino. Los conceptos de su cultura son integrales donde existe una relación entre la naturaleza y el hombre. “Se evidencian una serie de ritos, valores y costumbres en las labores agrícolas, en los eventos culturales y sociales, en la organización y en su cotidianidad diaria” (Jerez, 2014, p.23)

El factor sociocultural permite entender la realidad de la parroquia Salasaca, pues permite conocer el poder adquisitivo y la necesidad de adquirir productos antibacteriales, como estas forman parte de su cultura y comportamiento. Según estudios el COVID-19 y otras enfermedades se transmiten por varios factores incluyendo por medio del contacto de las manos por lo que la población se vio en la necesidad de utilizar productos antibacteriales para prevenir el contagio.

Toda persona en cualquier actividad que realice según el nivel de compromiso al cumplimiento del protocolo de seguridad y protección debe llevar consigo en todo momento gel y alcohol antibacterial para utilizarlo de manera frecuente, convirtiéndose en una práctica que hoy forma parte de la cultura mundial y local situación relacionada con la higiene y lavado de las manos.

3.5.2.4. Factor Tecnológico.

La tecnología dentro de una empresa es importante ya que de esto depende la competitividad de la misma ante un mundo globalizado empresarial. Si no se cuenta con una tecnología actualizada, que garantice una producción continua efectiva y de calidad, se correría el riesgo que el ciclo de vida del producto sea muy reducido y no se tendría la posibilidad de innovar, de ahí la importancia estratégica de realizar una

eficaz gestión de la tecnología en la microempresa para transformar ideas en procesos, productos o servicios. Para la elaboración de gel antibacterial se necesitan cuatro maquinarias: una mezcladora, dispensadora, embotelladora y una tapadora.

Actualmente en el mercado existe gran variedad de maquinarias industriales particulares entre las cuales se pueden destacar capacidad y velocidad, no obstante, entre mejores características se requiere una inversión de capital mucho mayor.

Para la elaboración de gel y alcohol antibacterial no se requiere de muchos procesos, ni de grandes maquinarias, ni producción automatizada, es por ello que “La Casa del Químico” opta por comenzar con maquinaria manuales de menor precio, en buen estado y con la capacidad suficiente para satisfacer la demanda. De acuerdo a Aray y Quimí (2017) “La maquinaria y equipos que se van a requerir para la elaboración del Gel Antibacterial de mano son semiindustriales debido que se maneja una producción artesanal que no se requiere de grandes maquinarias” (p. 49).

Basados en el análisis PEST y de forma resumida se tienen los siguientes factores:

Factores políticos:

- Cambio constante sobre regulaciones del consumidor y de las estrategias publicitarias.
- Inestabilidad política internacional.
- Incertidumbre sobre la política del país.

Factores económicos:

- Aumento de tasas de desempleo.
- Economía del país en transición.
- Poder adquisitivo de la población bajo.

Factores sociales:

- Consumo diario de gel y alcohol antibacterial.
- Protocolos de prevención obligatorias contra el COVID-19.
- Tendencia cultural sobre protección de manos.

Factores tecnológicos:

- Adopción frecuente de tecnología automatizada por la competencia.
- La tecnología se ha convertido una estrategia de competencia.

- Innovación tecnológica es igual a inversión y endeudamiento.

3.6. Producto y servicio

“La Casa del Químico” es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de gel y alcohol antibacterial, con la finalidad de proteger las manos de las familias que viven en la parroquia Salasaca los cuales no cuentan con una fábrica, ni distribuidor exclusivo de productos antibacteriales.

Los productos cumplirán con las siguientes características básicas:

- *Desinfección eficaz
- *Uso práctico.
- *Larga duración
- *Suavidad y aroma
- *Novedad en sus fragancias
- *Beneficios para la piel
- *Fácil absorción
- *Ergonomía en el envase
- *Satisfacción personal y familiar
- *Buen precio

Adicional a estas características se agrega valor mediante la atención al cliente, el local ubicado en la zona centro de Salasaca tendrá una Vendedora dispuesta a atender a los clientes ofreciéndoles alternativas de productos y promociones.

3.6.1. Producto Esencial.

Actualmente existen muchos geles antibacteriales y tipos de alcohol que se distribuyen en tiendas, supermercados, minimarket y farmacias, pero estos no cuentan con la calidad ofrecida, perjudican la piel, sus precios son muy elevados y no tienen a alguien que ofrezca la distinción entre ellos. Es por ello que “La Casa del Químico” ofrece satisfacer la sobredemanda que tiene el país, la, necesidad de proteger a través de un producto que cumpla con los gustos y preferencias del mercado y adicionalmente brindar un lugar cómodo, tranquilo, donde el cliente pueda escoger y comprar

disfrutando en un ambiente divertido con una temática llamativa, decoración acorde a la protección contra el COVID-19, videos los cuales serán televisados mientras se atiende al cliente sobre medidas de prevención y sobre los beneficios del producto.

3.6.2. *Producto real.*

“La Casa del Químico” elaborará y comercializará dos productos: Un gel antibacterial en presentación de 60 ml y en 250 ml; y un alcohol antibacterial de 120 ml y de 1000 ml. Cada uno de estos con tres fragancias original, hierba buena y vainilla, a continuación, se presenta mediante imagen los productos:

Tabla 26.

Productos de producción y comercialización

GEL ANTIBACTERIAL		ALCOHOL	
Envase 60 ml	Envase 250 ml	Envase 120 ml	Envase 1000 ml
			

Nota: La tabla muestra las dos presentaciones de productos con la que cuenta “La Casa del Químico”.

3.6.3. *Características.*

El producto cuenta con un diseño ergonómico de uso personal y familiar obteniendo así la comodidad de poder llevar los envases más pequeños a las actividades diarias o rellenarlos en caso de que se esté quedando vacío. El gel antibacterial contiene al menos 70% de alcohol cumpliendo las normativas de salud y de control sanitario ARCSA, protege contra virus, bacterias y el COVID-19, adicionalmente cuenta con ingredientes que ofrecen frescura, limpieza, humectación, fragancia novedosa y suavidad.

El alcohol antibacterial contiene 96° de alcohol etílico, contiene también propiedades suavizantes, fragancias novedosas y desinfección eficaz.

Los productos a elaborar y comercializar por “La Casa del Químico” ayudan a detener la propagación del COVID-19, pues muchas veces la población al realizar actividades fuera de casa no puede lavarse las manos con frecuencia como debería con agua y jabón, por lo que se requiere de contar con productos como el gel y alcohol antibacterial que contengan al menos un 60% de alcohol para ayudarle a evitar enfermarse y transmitir gérmenes a otras personas (FDA, 2021).

3.6.4. Calidad.

Para la elaboración de los productos se aplican los Manuales de buenas prácticas de manufactura y los sistemas de gestión en seguridad, salud en el trabajo, los cuales deben ser adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Almacenamiento de materia prima
- Sistemas de emergencias
- Limpieza y desinfección de áreas y de maquinarias
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Mantenimiento de maquinarias
- Seguridad y protección individualizada

3.6.5. Estilo.

“La Casa del Químico” maneja un espacio físico formal, agradable que refleja paz y seguridad, con una temática llamativa, decoración acorde a la protección contra el COVID-19, videos los cuales serán televisados mientras se atiende al cliente sobre medidas de prevención y sobre los beneficios del producto.

El producto contiene un estilo personal que refleja paz con sus colores destacando el azul el cual refleja armonía y protección en cuanto al producto en sí, la

presentación será llamativa, ergonómica que llame la atención del cliente, mostrando una forma diferente de adquirir productos antibacteriales.

3.6.6. Marca.

“La Casa del Químico”, es un nombre derivado del proceso que conlleva la elaboración de productos antibacteriales haciendo referencia a la utilización de químicos y lugar donde se distribuye el mismo.

En este caso “Casa” hace referencia a un lugar muy parecido al hogar donde existe comodidad, un ambiente fraternal que satisface la necesidad de adquirir productos antibacteriales que cumplan con las expectativas deseadas como son prevenir enfermedades incluyendo el COVI-19, aportar suavidad, fragancia y frescura a las manos.

Y el término “Químicos” que hace referencia a la relación composición, investigación e innovación. “La Casa del Químico” es una microempresa que brinda atención personalizada y un producto de calidad hecho a medida del cliente.

3.6.7. Producto aumentado.

El valor agregado que ofrece el gel y alcohol antibacterial elaborado por “La Casa del Químico” es el centro de distribución, la atención al cliente y un producto de calidad factores innovadores y a continuación se describe cada uno de ellos:

- El lugar donde se distribuye el producto cuenta con una temática llamativa donde se hacer conocer cómo se debe proteger contra el COVID-19, con videos televisados.
- La atención al cliente es personalizada se brinda una muestra de los productos y se ofrecen promociones.
- El producto es de calidad cuenta con tres tipos de fragancias como original, hierba buena y vainilla, adicionalmente ingredientes suavizantes que mejoran y cuidan la piel del consumidor.

3.7. Plan de introducción al mercado

3.7.1. Distintivos y Uniformes

3.7.1.1. Área ejecutiva y de comercialización.

En esta área se encuentra tres trabajadores el Gerente; la Asistente Contable y el Jefe Comercial, para ellos lo más ideal es un atuendo formal que permita cuidar la presentación visual.

Tabla 27.

Distintivos y uniformes del área ejecutiva y comercialización

CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
PANTALÓN: *Tela tipo Casimir *Tipo de tejido plano *Color de pantalón azul marino *Bolsillos en ambos lados *Modelo clásico *Pretina prefabricada interna *Parte delantera con botón *Pasadores en la cintura para hombres *Por su interior será confeccionado estilo sastre	
CAMISA: *Tela popelina *Color celeste *Tipo de hilado peinado *Pie de cuello color azul en el interior *Botones color transparentes * Interior de puños azul. * Incluye botón media manga para ajustar a manga corta mediante una tira con ojal. *Mangas largas *Tejido plano.	
CALZADO: *Color negro *Cerrados *Tacón discreto estilo Kitten en caso de las mujeres *Estilo Derby para los hombres	

Nota: La tabla muestra los uniformes con los que cuenta “La Casa del Químico”. Tomado de <https://uniformesgdp.com.mx/>

Adicionalmente utilizarán mascarillas como protocolo de seguridad y normas de protección contra el COVID-19.

3.7.1.2. Área de producción

En esta área se encuentra un Jefe de Producción es el encargado de elaborar el producto y para mantener su seguridad física se provee de un atuendo especial con la finalidad de mantener la comodidad y protección que requiere.

Tabla 28.

Distintivos y uniformes del área de producción

CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
CAMISA: *Chaqueta con cremallera *Cuello Italiano botón en el mismo *Cuenta con bolsillos en ambos lados *Botón en base *Mangas cortas *Tela algodón *Color azul marino *Filos de solapas amarillos	
PANTALÓN: *Tipo calentador *Sin cierres *Textura: Semi corrugada *Tipo de Cierre: Con Cordón *Tecnología: Water Repellent *Tipo Tiro: Alto *Terminaciones: Doblado * Tipo Bota: Recta	

Nota: La tabla muestra los uniformes con los que cuenta “La Casa del Químico”. Tomado <https://spanish.alibaba.com/product-detail/decoration-design-logistics-workers-navy-blue-security-uniform-shirts-short-sleeved-male-female-zipper-jacket-62564162952.html>

Adicionalmente, utilizaran equipos de protección para el manejo de químicos contando con los siguientes accesorios gorro, guantes, botas, mascarillas y lentes protectores:

- * **Botas industriales:** Para el área de producción contar con este implemento permite evitar pinchazos, cortadas, salpicaduras de productos químicos, quemaduras, descargas eléctricas, golpes, entre otras (Prevencionar.com, 2017).
- * **Gorro desechable:** Es un objeto muy utilizado en cadenas manufactura pues evita contaminar los productos o alimentos que se elaboren (Prevencionar.com, 2017).

- * **Guantes:** Existen una gran cantidad de guantes dependiendo el tipo de trabajo, pero aquí se utilizará aquellos que repelen el fuego y evite contaminar el producto (Prevencionar.com, 2017).
- * **Lentes protectores:** Existen de varios tipos y utilizados según la actividad a realizar, en este caso deben utilizarse aquellos que repelen gases (Prevencionar.com, 2017).

3.7.2. *Materiales de identificación.*

3.7.2.1. Imagotipo.

Gráfico 20.

Imagotipo



Nota: El gráfico muestra la Imagotipo de la microempresa “La Casa del Químico”

Los colores utilizados son:

- * Color rojo, es atractivo para el cliente, llama la atención, tiene poder de atracción. “Es el color de lo excitante y estimulante por antonomasia.

Se puede usar con diferente intensidad dependiendo del nivel de energía que se desea transmitir” (Ruiz, 2019)

- * Color verde, es ecológico, refiere a lo natural, y se refiere a las buenas acciones “se asocia mentalmente con sensaciones refrescantes o de tranquilidad, ya que suelen identificarse con la ecología, la naturaleza o incluso la paz” (Ruiz, 2019).
- * El color celeste transmite paz, confianza, para el sector de higiene personal es el color perfecto “Es un color que refleja independencia y confianza, es un tono que aparece de forma constante en nuestras vidas debido al color de cielo y océanos. Se asocia al espíritu y tiene en efecto calmante sobre los individuos” (Ruiz, 2019).
- * El color blanco significa pureza y es muy utilizado en campañas minimalista, donde el protagonista será el color celeste y verde. “es el color de la pureza, neutralidad, simpleza y claridad” (Ruiz, 2019).

Elementos a destacar:

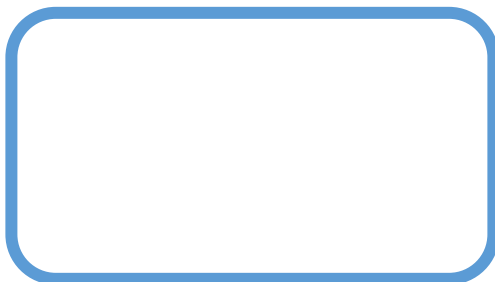
- * El recipiente de laboratorio representa, las mezclas e innovaciones que se realizan dentro del local.
- * La casa representa el local donde se expenderá el producto.
- * El nombre del local escrito en rojo con tipo de letra Forte.
- * El Isotipo resalta la relación entre el cuidado de manos y la protección de la salud a través del uso del producto.

3.7.2.2. Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.

Gráfico 21.

Tarjeta de presentación





Nota: El gráfico muestra la tarjeta de presentación de la microempresa “La Casa del Químico”

En el reverso hay datos de contacto, en este caso el del Gerente se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Gráfico 22.

Tarjeta de presentación reverso



Nota: El gráfico muestra el reverso de la tarjeta de presentación de la microempresa “La Casa del Químico”.

3.7.3. Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de “La Casa del Químico” es su establecimiento ubicado en la zona centro de Salasaca parroquia rural del cantón Pelileo provincia Tungurahua, la finalidad de este punto es determinar las formas de como el cliente adquiera los productos a través de un atractivo adicional al de la compra normal logrando la captación del mercado.

3.7.3.1. Promoción.

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales como página de Facebook, Instagram, patrocinio publicitario y WhatsApp.
- * Otro canal de promoción serán afiches y volantes entregadas a transeúntes, adicionalmente se colocarán flayers pegados en establecimientos como tiendas, minimarket entre otros.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como son vallas publicitarias.

3.7.3.2. Contacto.

- * Tarjetas de presentación.
- * Instagram
- * WhatsApp.
- * Facebook.

3.7.3.3. Correspondencia.

La empresa cuenta con un canal de comunicación interno el cual se desarrolla a través de un email corporativo, este se define como una cuenta de correo electrónico que contiene el nombre comercial de la empresa, se diferencian de los correos personales por los distintos proveedores web (Outlook, Gmail, Yahoo, entre otros). Por lo general, una compañía asigna un correo corporativo a cada empleado haciéndolo participe de la empresa y proyectando una imagen sólida de la marca frente a los clientes. Para “La Casa del Químico” el email interno será micasaquimico.com (Gutiérrez, 2022).

3.7.3.4. Negociación.

La negociación es la forma de cómo se lleva a cabo la relación comprador y vendedor en este caso “La Casa del Químico” se preocupa más por resolver la necesidad del

cliente, es fidelizarla es por ellos que evita los envíos y más bien trata de llevar una venta directa.

- * Directa en el local
- * Vía telefónica.

3.7.3.5. Financiamiento.

El presupuesto estimado para publicidad de “La Casa del Químico” es de \$744,00 dólares en el primer año de funcionamiento, este se mantendrá hasta el sexto año donde se disminuirá un 20%. Como principal medio de publicidad se tendrá a las redes sociales y las tarjetas de presentación donde se buscará la mayor interacción y mediante promociones se fidelizará al cliente.

Tabla 29.

Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	25 unidades mensuales	\$2,00
Publicidad Facebook	1 vez por mes	\$20,00
Volantes y flyers	Una vez por mes	\$30,00
Patrocinio publicitario	una vez por mes	\$10.00
TOTAL		\$62.00
TOTAL, ANUAL		\$744.00

Nota: La tabla muestra el financiamiento que requiere “La Casa del Químico” para la publicidad.

3.7.4. Riesgo y oportunidades del negocio

El único riesgo que presenta “La Casa del Químico” es que los gobiernos obliguen a la población entrar en confinamiento por el COVI-19, pero en este caso la microempresa tomara alternativas de distribución como es la venta online y cambiaría la a través de redes sociales.

Otro riesgo que tiene la microempresa, es la adquisición de materia prima pues en el país durante la falta de Carbopol, se utilizaron otros espesantes para obtener la consistencia deseada en el gel antibacterial. Según el Universo “2020” a falta de materia prima como carbopol, alcohol y el catalizador, muchas empresas debieron

paralizar su producción y adicionalmente hubo acaparamiento de productos, tanto de gel como de mascarillas, y los precios han subido. Es por ello que debe existir canales de distribución constantes y compra de materiales con previa anticipación manteniendo stock suficiente.

La oportunidad que tiene “La Casa del Químico” es la sobredemanda que existe en el mercado, la facilidad de ingreso de nuevos emprendimientos que a raíz de la emergencia sanitaria han aumentado en el sector salud y protección.

De acuerdo al Universo (2020), el comportamiento de consumo ha sido muy intenso, la población compra en grandes cantidades productos antibacteriales para no quedarse desabastecidos, la necesidad de protegerse es un comportamiento que está siendo parte de la cultura y costumbre de la sociedad otra de las oportunidades es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.8. Fijación de Precios

3.8.1. Fijación de precios por producto

La microempresa “La Casa del Químico” cuenta con dos productos y cada uno de estos en dos presentaciones. Los precios han sido calculados por unidad y se toma el costo de la materia prima medidos por kilogramos y litros. A este valor se le va a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el proceso de producción hasta la entrega final del mismo los cuales son los siguientes:

- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

Para entender cuales son los materiales que intervienen en un producto se describe el proceso de elaboración y según Oviedo y Escobar (2020) es el siguiente:

Gel Antibacterial: El primer paso es tamizar el Carbopol 940® mediante el uso de un colador de malla fina, la finalidad de estos es evitar aglomeraciones del polímero, una vez tamizado se vierte en un recipiente y se deja con agua desionizada para hidratarlo por tres horas, con agitación constante, una vez hidratado se adiciona el volumen de alcohol calculado con agitación constante y se agrega en forma paulatina para el control de la viscosidad. Como antepenúltimo paso se coloca glicerina para darle propiedades humectantes al gel con agitación suave y para la regulación del pH se agregan trietanolamina gota a gota a cada formulación, hasta pH neutro. Finalmente, se le coloca fragancia o extracto de aroma, unos cuantos quedaran neutrales para brindar un servicio personalizado al momento de entregar el producto es decir aquellas personas que deseen algún tipo especial de aroma y no los básicos El gel se trasvasa en envases de vidrio o plástico con tapa hermética y se almacena.

Alcohol: Para la elaboración de este producto solo se requiere mezclar dos productos, alcohol etílico y agua purificada, pero se le adiciona una fragancia similar al proceso anterior uno en la fábrica de producción y la otra en el área de venta ofreciendo un servicio de calidad con la finalidad de ofrecer un producto diferente.

Tabla 30.

Ficha técnica de producción de gel antibacterial de 60 ml

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		GEL ANTIBACTERIAL		
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Gel antibacterial de 60 ml		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Jefe de producción: Jorge Rojas	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG) o (L)	CANTIDAD	TOTAL
Carbopol 940	g	\$24,35	1	\$0,02
Alcohol etílico 90%	ml	\$5,03	50	\$0,25
Agua purificada o desionizada	ml	\$0.60	10	\$0,006
Glicerina	ml	\$28,14	0.1	\$0,002814
trietanolamina	ml	\$97,38	0.1	\$0.009738
Fragancia	ml	\$3.0	0.02	\$0,00006
Envase	Unid	\$0,05	1	\$0,05
Tapa de envase	Unid	\$0,02	1	\$0,02

Rotulo	Unid	\$0,08	1	\$0,08
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$0,44
			Gasto de fab. 15%	\$0.06
			M.O. 40%	\$0.17
			G. Admin 12%	\$0.05
			45% utilidad	\$0.19
			Subtotal	\$0,91
			12% IVA	\$0.10
			10% servicio	\$0.09
			Total	\$1,10

Nota: La tabla muestra la ficha técnica de producción con el detalle de precio de venta al público del gel antibacterial de 60 ml.

Tabla 31.

Ficha técnica de producción de gel antibacterial de 250 ml

 Tecnológico Internacional			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
			GEL ANTIBACTERIAL	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Gel antibacterial de 250 ml		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Jefe de producción: Jorge Rojas	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG) o (L)	CANTIDAD	TOTAL
Carbopol 940	g	\$24,35	3	\$0,07
Alcohol etílico 90%	ml	\$5,03	200	\$1,00
Agua purificada o desionizada	ml	\$0.60	30	\$0,02
Glicerina	ml	\$28,14	0.3	\$0,01
trietanolamina	ml	\$97,38	0.3	\$0,03
Fragancia	ml	\$3.0	0.05	\$0.00015
Envase	Unid	\$0,20	1	\$0,20
Tapa de envase	Unid	\$0,06	1	\$0,06
Rotulo	Unid	\$0,15	1	\$0,15
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$1.53
			Gasto de fab. 15%	\$0.22
			M.O. 40%	\$0.61
			G. Admin 12%	\$0.18
			45% utilidad	\$0.68
			Subtotal	\$2,54
			12% IVA	\$0.30
			10% servicio	\$0.25

	Total	\$3,10
---	--------------	---------------

Nota: La tabla muestra la ficha técnica de producción con el detalle de precio de venta al público del gel antibacterial de 250 ml.

Tabla 32.

Ficha técnica de producción de alcohol de 120 ml

Tecnológico Internacional			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
			ALCOHOL	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Alcohol de 120 ml		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Jefe de producción: Jorge Rojas	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (L)	CANTIDAD	TOTAL
Alcohol etílico 90%	ml	\$5,03	85	\$0,42
Agua Purificada	ml	\$0.60	35	\$0.02
Fragancia	ml	\$3	0.03	\$0,00009
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$0.44
			Gasto de fab. 15%	\$0.06
			M.O. 40%	\$0.17
			G. Admin 12%	\$0.05
			45% utilidad	\$0.20
			Subtotal	\$0,92

	12% IVA	\$0.11
	10% servicio	\$0.09
	Total	\$1,12

Nota: La tabla muestra la ficha técnica de producción con el detalle de precio de venta al público del alcohol antibacterial de 120 ml.

Tabla 33.

Ficha técnica de producción de alcohol de 1000 ML

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
			ALCOHOL	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Alcohol de 1000 ML		Código: 004	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Jefe de producción: Jorge Rojas	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (L)	CANTIDAD	TOTAL
Alcohol etílico 90%	ml	\$5,03	700	\$3,52
Agua Purificada	ml	\$0.60	300	\$0.18
Fragancia	ml	\$3	0.10	\$0,0003
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$3.70
			Gasto de fab. 15%	\$0.55
			M.O. 40%	\$1,48
			G. Admin 12%	\$0.44
			45% utilidad	\$1.66
			Subtotal	\$7.83
			12% IVA	\$0.93
			10% servicio	\$0.78
			Total	\$9,54

Nota: La tabla muestra la ficha técnica de producción con el detalle de precio de venta al público del alcohol antibacterial de 1000 ml.

3.9. Implementación del negocio

Para observar las imágenes del local donde se ubicará “La Casa del Químicos”, así como también las maquinarias y equipos de la microempresa se deberá ver Anexos.

3.9.1. Arriendo del local

Tabla 34.

Alquiler de arriendo

ARRIENDO DEL LOCAL		
PAGO MENSUAL	PAGO SEMESTRAL	PAGO ANUAL
\$250,00	\$1.500,00	\$3.000,00

Nota: La tabla muestra el valor con el que se arrienda el local comercial.

3.9.2. Equipos industriales

Tabla 35.

Maquinarias y equipos

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Balanza	1	\$300,000	\$300,000
Mezcladora	1	\$3.000,00	\$3.000,00
Tanque hermético	1	\$400,00	\$400,00
Tamizador	1	\$250,00	\$250,00
Mesas de acero	3	\$150,00	\$450,00
Envasadora	1	\$10.000,00	\$10.000,00
Etiquetadora	1	\$500,00	\$500,00
TOTAL			\$14.900,00

Nota: La tabla muestra el detalle de compra de maquinarias y equipos.

3.9.3. Equipos de computación.

Tabla 36.

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$950,00	\$950,00
Impresora EPSON Stylus	1	\$541,00	\$541,00
TOTAL			\$1.491,00

Nota: La tabla muestra el detalle de compra de equipos de computación para el funcionamiento de la microempresa “La casa del Químico”

3.9.4. Muebles y enseres.

Tabla 37.

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas	8	\$20,00	\$160,00
Juego de muebles	1	\$400,00	\$400,00
Escritorio	3	\$150,00	\$450,00
Estantería metálica	3	\$200,00	\$600,00
Organizador	2	\$150,00	\$300,00
TOTAL			\$1.910,00

Nota: La tabla muestra el detalle de compra de equipos de computación para el funcionamiento de la microempresa “La casa del Químico”

3.9.5. Equipos industriales de seguridad.

Tabla 38.

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$20,00	\$20,00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7,00	\$14,00
Detector de gas GLP	1	\$24,64	\$24,64
Rótulos de señalética	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$68,64

Nota: La tabla muestra el detalle de compra de equipos industriales.

3.9.6. Servicios básicos.

Tabla 39.

Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL
Agua	\$30,00
Luz	\$40,00
Teléfono	\$20,00
Internet	\$25,00
TOTAL	\$115,00
TOTAL, ANUAL	\$1.380,00

Nota: La tabla muestra el detalle de adquisición de servicios básicos.

3.9.7. Suministros de oficina.

Tabla 40.

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma de hoja bond	1	\$3,00	\$3,00
Grapadora	1	\$4,50	\$4,50
Caja de Grapas	1	\$1,00	\$1,00
Caja de 3 resaltadores	1	\$1,80	\$1,80
Esferos	1	\$0,40	\$0,40
Perforadora	1	\$3,00	\$3,00
Libreta	1	\$5,00	\$5,00
Carpeta de cartón	2	\$0,11	\$0,22
Goma	1	\$0,45	\$0,45
Tijera	1	\$0,45	\$0,45
TOTAL, MENSUAL			\$19,82
TOTAL, ANUAL			\$237,84

Nota: La tabla muestra el detalle de suministros de oficina.

3.9.8. Materiales de limpieza.

Tabla 41.

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	2	\$2.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
TOTAL			\$37,74
TOTAL, ANUAL			\$452,88

Nota: La tabla muestra el detalle de los materiales de limpieza a utilizar.

3.9.9. Equipos de oficina.

Tabla 42.

Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Aire acondicionado	2	\$600,00	\$1.200,00
Cafetera	1	\$80,00	\$80,00
Caja registradora	1	\$150,00	\$150,00
Cámaras de seguridad	3	\$25,00	\$75,00
TOTAL			\$1.910,00

Nota: La tabla muestra el detalle de los equipos de oficina a utilizar.

3.10. Estudio arquitectónico

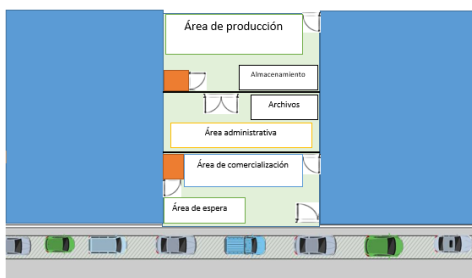
El local ya tiene su propio diseño externo, pues es alquilado. Está protegido con una puerta arrollable en la entrada principal y en la de emergencia solo es una puerta que da hacia la calle. Ahora para la parte interna se deben realizar las respectivas divisiones pues cuento solo con dos baños y un cuarto.

Actualmente y con el problema que se vive de la pandemia se debe establecer un local amplio que cuente con ventilación y si la capacidad de personas es para 20 personas de estas y el aforo es de 75% solo se podrá recibir 15.

Entonces para el diseño del local se toman las dimensiones del mismo y en base a ello se realizan las separaciones entre local, área de producción y oficinas. Como se puede observar, en el siguiente gráfico las dimensiones se delimitan de la siguiente manera:

Gráfico 23.

Diseño arquitectónico de estructura del establecimiento.



Nota: El grafico muestra el detalle arquitectónico de la instalación de la microempresa “La Casa del Químico”.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

“La Casa del Químico” se constituirá como empresa unipersonal, pues es una forma sencilla de formalizar ya que, no requiere de mucha documentación, ni inversión, y la responsabilidad-administración recae en la misma persona (Cyte, 2019).

El número de promotores también es un condicionamiento para la formación de los negocios, pues existe la obligación legal de que haya un número mínimo de socios y como se refiere inicialmente “La Casa del Químico” solo cuenta con un socio el cual aporta el capital total y tiene la capacidad legal para realizar actos de comercio los cuales estén aprobados por la ley a continuación, se muestran los tramites y permisos pertinentes:

4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI

Este trámite se lo realiza en el SRI, no tiene ningún costo y previamente se debe contar con los siguientes documentos:

- * Cédula de identidad: original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente.
- * Certificado de votación: Original y copia del certificado de votación.
- * Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente:
Contrato de arrendamiento conjuntamente con el comprobante de venta.
- * Escritura pública de constitución
- * Nombramiento del representante legal
- * Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.

4.2. Permiso de funcionamiento

Este trámite se paga una vez por año calculado a partir de su emisión, su valor está calculado por categorías y como fabricadora no paga ningún valor, pero como distribuidora se cancela un valor de: \$144,00 (no grava IVA), regulado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) debe contar con los siguientes documentos:

- * Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- * Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento, seleccionando la actividad de Laboratorios de Productos Cosméticos en el sistema de permiso de funcionamiento (ARCSA, 2022).

4.3. Permiso cuerpo de bomberos

Este trámite se paga una vez por año calculado a partir de su emisión, su valor está calculado según el tamaño y el tipo de establecimiento, y se calcula la entidad emisora del permiso, el valor inicial es de \$3,00. A continuación, se presentan los documentos con los que deben contar (Cuerpo de Bomberos de Manta, 2020):

- * Solicitud de inspección y que la ficha sea favorable.
- * Copia del certificado de uso de suelo
- * Cédula de identidad y Votación: original, copia a color estos documentos deben estar vigentes.
- * Copia de RUC
- * Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², con la respectiva señalética de uso y manejo.
- * Lámparas de emergencias instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias.
- * Letrero del ECU 911.
- * Se debe presentar un plan de emergencias y evacuación, para el área de fabricación administrativas y comercialización.
- * Copia del contrato de arrendamiento.

4.4. Patente Municipal

Este trámite se paga una vez por año calculado a partir de su emisión, su valor está calculado según la entidad emisora del permiso. A continuación, se presentan los documentos con los que deben contar (Gad Manta, 2020):

- * Formulario de solicitud para registro de patente

- * Cédula de identidad y Votación: original, copia a color estos documentos deben estar vigentes.
- * Copia de RUC
- * Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- * Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente).

4.5. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal es uno de los pasos más importantes de la microempresa pues otorga formalidad en los procesos y este se realiza de forma gratuita virtual de la siguiente manera (IESS, 2021).:

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

4.6. Modalidad contractual

Contrato individual de trabajo es un convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada en el convenio, la ley. Esta gestión no tiene ningún costo. La forma de legalizar un contrato de trabajo es la siguiente (Gob.ec, 2021):

- * Ingresar a la página web: www.relacioneslaborales.gob.ec
- * Llenar datos empleador y trabajador
- * Cargar el contrato previamente escaneado

- * Imprimir el extracto, esperar a la revisión
- * Una vez aprobado imprimir el turno.
- * Acudir a la Delegación, el día y la hora señalada en el turno adjuntando todos los requisitos para ser atendido por el inspector de trabajo.

4.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros

Como tendrá un nombre y logo la microempresa “La Casa del Químico” debe hacer un trámite en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). La propiedad intelectual tiene como objeto proteger los bienes inmateriales. El valor es de \$208,00 y debe ser depositado en una cuenta corriente del banco del pacifico y posteriormente realizar los siguientes pasos:

- * Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, y descargar y llenar formulario. En esta debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- * Adjuntar a la solicitud dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- * Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- * Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana a la organización.
El proceso de registro de marca toma aproximadamente seis meses.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

La microempresa “La Casa del Químico” productora y comercializadora de productos antibacteriales no forma parte de entidades que crean residuos, ni emite efluentes, no contamina el suelo pues es un producto que se evapora. Se exceptúa el agua y las plantas pues cuando se arrojan directamente si afectan a estos recursos naturales.

En lo que respecta a en el envase, estos son biodegradables, pero también se adiciona la reutilización del mismos con la finalidad de mitigar el impacto ambiental que estos provocan. En el uso los productos antibacteriales no son tóxicos para las personas, pero si es ingerido existe una intoxicación poniendo en riesgo la salud, la forma de evitar este inconveniente es el buen uso del producto y almacenarlos fuera del alcance de los niños.

Actualmente la gestión del medio ambiente es un tema crucial para el éxito de cualquier negocio o proyecto social (García et al., 2015), esto se debe a la creciente conciencia social sobre la importancia de la protección de los recursos naturales, la presión de consumidores e instituciones hacen que ninguna empresa pueda permanecer ajena a la incorporación del factor medioambiental (Campoo, 2017).

Es por eso que se debe cumplir aquellas disposiciones ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los requisitos que la organización suscriba, las cuales son de carácter voluntario, pero de vital importancia ya que permite demostrar el compromiso que tiene la organización con el entorno en el marco del desarrollo sostenible con las autoridades y la población cercana (EcuRed, 2018).

El mundo está atravesando una crisis ambiental, y aunque parezca inverosímil el humano prefiere dañar el medio ambiente con la finalidad de obtener un beneficio económico, y es aquí cuando se debe evolucionar tener ideas novedosas sostenibles como la reutilización o la desintegración protegiendo no solo al personal, sino también a la naturaleza y comunidad.

5.1. Análisis ambiental

Para la identificación de los impactos ambientales que genera la microempresa “La casa del Químicos” se determinan inicialmente los tipos y a partir de estos los aspectos ambientales que se generan, para mayor comprensión ver la tabla:

Tabla 43.

Aspectos ambientales considerados

IMPACTO AMBIENTAL	ASPECTOS AMBIENTALES	ÁREA
Contaminación del Agua	Vertidos, alteración de PH de ríos, agua de alcantarillado.	Producción; Administración y Comercialización
Contaminación del Suelo por residuos	Cartón, envases, envoltorios, papel, etc.	Producción; Administración y Comercialización
Reducción de Recursos Naturales	Consumo	Producción; Administración y Comercialización

Nota: La tabla muestra El impacto ambiental que ocasiona la producción y comercialización de gel y alcohol antibacterial.

Este punto será más dinámico pues mediante categorías y colores se determina los aspectos ambientales significativos, los cuales se escogen según su nivel de significancia y los métodos utilizados para la evaluación de los mismo se tendrá en cuenta cinco parámetros para la valoración, duración, alcance, magnitud, frecuencia y recuperabilidad, a cada uno de estos se les asignará una ponderación que determinara cuál de ellos tiene mayor peso al calificar. Después de haber determinado cualitativamente un aspecto ambiental, en base a los parámetros descritos se procede a calcular cuantitativamente la Importancia del efecto aplicando la siguiente fórmula y matriz.

Tabla 44.

Valores asignados a la recuperabilidad de los aspectos ambientales considerados

VALOR OBTENIDO	CALIFICACIÓN	DESCRIPCION DE LA ACCIÓN
De 1-15	BAJO	No significativo
De 16 a 20	MEDIO	Significativo
Igual o superior a 21	ALTO	

Nota: La tabla muestra los parámetros de calificación

Tabla 45.

Valores asignados a la recuperabilidad de los aspectos ambientales considerados calificados

Alto= 5-4 Medio= 3-2 Bajo= 1		Evaluación de los aspectos ambientales y su significancia					
Impacto Ambiental	Aspecto ambiental	Criterios					Total
		Duración	Alcance	Magnitud	Frecuencia	Recuperabilidad	
Contaminación del agua	Derrame de desechos	5	5	5	1	5	21
Contaminación del agua	Aguas residuales	3	5	5	3	3	19
Contaminación del agua	Vertidos	5	5	5	3	5	23
Contaminación del suelo por residuos	Generación de residuos como papel, cartón, envoltorios, entre otros	5	5	5	3	5	23
Reducción de recursos	Consumo de agua, papel y electricidad,	3	1	1	1	3	9

Nota: La tabla muestra el nivel de impacto de cada una de las actividades que contaminan el medio ambiente.

Tabla 46.

Registro de aspectos significativos

Nº	ASPECTO AMBIENTAL SIGNIFICATIVO
BAJO	
1	Reducción de recursos (Consumo de agua, papel y electricidad)
MEDIO	
2	Contaminación del agua (Aguas residuales)
ALTO	
3	Contaminación del agua (Derrame de desechos)
4	Contaminación del agua (Vertidos)
5	Contaminación del suelo por residuos (Generación de residuos como papel, cartón, envoltorios, entre otros)

Nota: La tabla muestra cuales son los impactos ambientales a trabajar por categorías.

5.2. Medidas para contrarrestar los impactos generados “La Casa del Químico”

- * Se debe implementar un sistema de reciclaje para todos los niveles de la organización.
- * Se debe capacitar al personal con frecuencia para cuidar el medio ambiente a través de la reducción del agua, papel y electricidad en todos los niveles de la organización.
- * Utilizar sustancias químicas con menos toxicidad.
- * Plan de prevención de riesgo laboral.
- * Reciclar el aceite usado.
- * Utilizar bandejas antiderrames
- * Proveedores con certificación ambiental
- * Integrar materiales reutilizados
- * Plan de manejo de residuos
- * Promover la ambientación natural.

5.3. Análisis Social

5.3.1. Igualdad de género

“La Casa del Químico” mantendrá una igualdad de género tanto en funciones, sueldos y responsabilidades, pues permite a la microempresa generar ganancias, aumentar la productividad, el rendimiento y una buena imagen corporativa hacia la comunidad.

5.3.2. Generar empleo

Al ingresar al mercado la microempresa “La casa del Químico” permite el desarrollo de la parroquia rural Salasaca al generar plaza de empleo, cuyos méritos a considerar son perfiles profesionales y no profesionales. Brindando las oportunidades equitativas para todos los géneros, seguridad, y beneficios dispuestos por la ley.

La parte ejecutiva plantea constantemente estrategias que mejoren el clima laboral y motiven al trabajador a estar motivados y comprometidos con la misión y visión de la microempresa. Una forma de retribuir a la sociedad y comunidad el

consumo de productos locales es a través del apoyo de obras sociales como charlas en escuelas, colegios, entrega de muestras a personas vulnerables en medida del crecimiento de la microempresa.

5.3.3. Atracción de empleados

En la actualidad las organizaciones son reconocidas por la conexión que tiene con los colaboradores internos y externos. Tener una marca empleadora garantizará el éxito de la empresa y permitirá atraer talentos potenciales y fidelización del cliente laboral. La competencia es cada vez más fuerte y contar brindar valor agregado a su talento humano promoverá una ventaja competitiva, posicionando y captando mercado. El employer branding se ha convertido en una herramienta que influye en todo momento en todas las partes de la empresa, así como en todo su público. Por lo tanto, es un recurso coordinar y brindar coherencia a todas las actividades de la organización, permitiendo que la estrategia de la misma sea visible y palpable por todos (Quirola, 2013).

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En este capítulo se detallará de manera objetiva el monto de las inversiones y capital de operación a su vez también se analizan proyecciones de los estados financieros formas de financiamiento, balances y métodos de evaluación financiera, con el objetivo de determinar si el plan de ventas para la creación de la microempresa “La Casa del Químico” es factible y rentable.

6.2. Activos Fijos

El activo fijo son los bienes que posee una empresa pueden ser estos tangibles o intangibles, entre sus características principales es que pueden convertirse en liquidez en un plazo no menor a un año, también se entienden que, aunque sean duraderos no son eternos contando con una fecha de vida útil (Sevilla, 2016). Estos activos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta maquinarias, muebles, equipos de oficina, industriales de computación, entre otros (Kueski, 2020), dando un total para “La Casa del Químico” \$20,279.64 (Ver tabla 47).

Tabla 47.

Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Maquinarias y equipos	\$ 14,900.00
Equipos de computación	\$ 1,491.00
Muebles y enseres	\$ 1,910.00
Equipos Ind./ seguridad	\$ 68.64
Equipos de oficina	\$ 1,910.00
TOTAL	\$ 20,279.64

Nota: La tabla muestra los activos fijos que tiene “La Casa del Químico”.

6.3. Activos diferidos

Es la adquisición de bienes intangibles, estos se recuperan con los gastos de amortización y estos corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la

empresa. Son considerados también como aquellos que se abonan por adelantado para un uso posterior (Sánchez, 2019). “La Casa del Químico” es una microempresa lo que representa que la inscripción es gratuita, el total de activos diferidos es de \$962.00 (Ver tabla 48).

Tabla 48.

Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Registro de la microempresa	\$ 80.00
Permiso de cuerpo de bomberos	\$ 30.00
Permiso de Funcionamiento	\$ 144.00
Trámites de permisos, patentes, registros, publicación prensa	\$ 208.00
Proyecto	\$ 500.00
Total	\$ 962.00

Nota: La tabla muestra los activos diferidos que tiene “La Casa del Químico”.

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo son los recursos que tiene una empresa para iniciar sus actividades, es decir es la capacidad económica que tendrá para enfrentar sus compromisos a corto plazo (Westreicher & Sánchez, 2020). El capital de trabajo implica valores respecto a los sueldos, alquiler, servicios básicos, entre otros (Peñaloza, 2008).

“La casa de Químico” ha decidido tomar en cuenta un capital de trabajo de un año y se tiene los siguientes valores: El costo de la materia prima es de \$12,000.00; de los sueldos y salarios \$ 26,787.60; el de los servicios básicos es de \$1,380.00 que incluye agua, luz, teléfono, internet; el valor de suministro de oficina \$237.84; material de limpieza \$452.88, alquiler local \$3,000.00 y publicidad \$744.00. Dando un total de gasto anual de \$47,652.70 (Ver tabla 49).

Tabla 49.*Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	1 mes	12 meses
Sueldos	\$ 2,232.30	\$ 26,787.60
Servicios Básicos	\$ 115.00	\$ 1,380.00
Suministro de oficina	\$ 19.82	\$ 237.84
Material limpieza	\$ 37.74	\$ 452.88
Alquiler local	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Publicidad	\$ 62.00	\$ 744.00
Adquisición de materia prima	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 3,716.86	\$ 44,602.32

Nota: La tabla muestra el capital de trabajo con el que debe de contar “La Casa del Químico”, está estipulado a un año.

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses, la microempresa “La Casa del Químico” asciende a \$ 68,894.34 (Ver tabla 50).

Tabla 50.*Total, de Inversión*

TOTAL, DE INVERSIÓN	
Total, Activos Fijos	\$ 20,279.64
Total, Activos Diferidos	\$ 962.00
Total, Capital de Trabajo	\$ 44,602.32
Total	\$ 65,843.96

Nota: La tabla muestra la inversión total que tiene que realizar “La Casa del Químico”.

6.5. Sueldos y salarios

El total del personal son 4, de estas una es mano de obra directa y a continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales. El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios es de \$ 26,937.60 anual (Ver tabla 51).

Tabla 51.

Sueldos y salarios

CARGOS	Nro.	Sueldo Total, Mensual	Sueldo Total, Anual	Décimo Tercero Anual	Décimo Cuarto Anual	Aporte IESS Patronal (11,15%) Anual	Aporte IESS Personal (9,45%) Anual	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Gerente	1	\$500.00	\$6,000.00	\$500.00	\$425.00	\$669.00	\$567.00	\$585.58	\$7,027.00
Asistente contable	1	\$450.00	\$5,400.00	\$450.00	\$425.00	\$602.10	\$510.30	\$530.57	\$6,366.80
Jefe de producción	1	\$500.00	\$6,000.00	\$500.00	\$425.00	\$669.00	\$567.00	\$585.58	\$7,027.00
Jefe de comercialización	1	\$450.00	\$5,400.00	\$450.00	\$425.00	\$602.10	\$510.30	\$530.57	\$6,366.80
TOTAL	4	\$1,900.00	\$2,050.00	\$2,050.00	\$1,700.00	\$2,542.20	\$2,154.60	\$2,232.30	\$26,787.60

Nota: La tabla muestra los sueldo y salarios que debe cancelar “La Casa del Químico” a sus trabajadores incluyendo los beneficios sociales.

6.6. Depreciación activos fijos.

La depreciación no es más que el desgaste de los activos fijos debido a su uso provocando deterioro en el mismo, la vida útil es el lapso que se espera para que los activos contribuyan la generación de ingresos. La depreciación se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil no superando los porcentajes establecidos (Castro, 2011). En la tabla 52, se verá a detalle el desgaste de los bienes, según los porcentajes definidos. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: Maquinarias y equipos 10%, equipos de computación con un 33.33 %, muebles y enseres con el 10 %, Equipos Indus/seguridad 10%, Equipos de oficina 10% dando así un total de \$2,3756.81.

Tabla 52.

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	VALOR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Maquinarias y equipos	\$14,900.00	10%	\$ 1,490.00
Equipos de computación	\$ 1,491.00	33.33%	\$ 496.95
Muebles y enseres	\$ 1,910.00	10%	\$ 191.00
Equipos Ind./ seguridad	\$ 68.64	10%	\$ 6.86
Equipos de oficina	\$ 1,910.00	10%	\$ 191.00
TOTAL, DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$ 2,375.81

Nota: La tabla muestra la depreciación de los activos fijos de “La Casa del Químico”.

6.7. Amortizaciones

La amortización de activos diferidos es la recuperación del valor invertido en la realización del proyecto. Según la norma vigente estos activos deben diferirse a cinco años, esto para ayudar a la empresa a que todo no valla a gasto. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$192.40, ya que el monto por constitución equivale a \$962.00 (Ver tabla 53.).

Tabla 53.

Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	\$962.00	20%	\$192.40

Nota: La tabla muestra la amortización de activos diferidos de “La Casa del Químico”.

6.8. Costos fijos y variables

En este cuadro se presenta todos los costos y gastos resumidos detallando los costos fijos y variables siendo el valor total de \$ 31,043.91.

Tabla 54.

Costos y Gastos

COSTOS Y GASTOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS OPERACIONALES:		
Materia prima	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Remuneración personal Operativo	\$ 585.58	\$ 7,027.00
Costo Operativo Total	\$ 1,585.58	\$ 19,027.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS:		
REPRESENTAN DESEMBOLSOS DE DINERO		
Sueldo Administrativos	\$ 1,646.72	\$ 19,760.60
Servicios básicos	\$ 115.00	\$ 1,380.00
Material de limpieza	\$ 37.74	\$ 452.88
Suministros de oficina	\$ 19.82	\$ 237.84
Alquiler local	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Subtotal	\$ 2,069.28	\$ 24,831.32
NO REPRESENTAN DESEMBOLSOS DE DINERO		
Depreciación activos fijos	\$ 197.98	\$ 2,375.81
Amortización de activos intangibles	\$ 16.03	\$ 192.40
Subtotal	\$ 214.02	\$ 2,568.21
Total, Gastos Administrativos	\$ 2,283.29	\$ 27,399.53
GASTOS DE MARKETING Y VENTAS		
Publicidad	\$ 62.00	\$ 744.00
Total, Gastos Marketing y Ventas	\$ 62.00	\$ 744.00
C. GASTOS FINANCIEROS	\$ 241.70	2,900.38
TOTAL, GASTOS OPERACIONALES	\$ 2,586.99	\$ 31,043.91

RESUMEN COSTOS:		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS VARIABLES:		
Costos Operacionales	\$ 1,585.58	\$ 19,027.00
Total, Costos Variables	\$ 1,585.58	\$ 19,027.00
COSTOS FIJOS:		
Gastos Administrativos	\$ 2,283.29	\$ 27,399.53
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 62.00	\$ 744.00
Gastos Financieros	\$ 241.70	\$ 2,900.38
Total, Costos Fijos	\$ 2,586.99	\$ 31,043.91

Nota: La tabla muestra el detalle y resumen de los costos y gastos que tiene “La Casa del Químico” para iniciar sus actividades

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$50,000.00 que equivale a una estructura del 76%; costo 13% con una tasa de descuento de 9,9 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$15,843.96 con una estructura del 24% , el costo es del 14 % que otorga el 3.4 % de tasa de descuento; con un total de inversión de \$68,843.96 que en la suma total nos da una estructura del 100% y un TMAR (tasa mínima de rendimiento) del 13.2% (Ver tabla 55.)

Tabla 55.

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$50,000.00	76%	13%	9.9%	
Capital Financiero	\$15,843.96	24%	14%	3.4%	
Total	\$65,843.96	100%		13.2%	TMAR

Nota: La tabla muestra el detalle de la estructura del capital que tiene “La Casa del Químico”.

6.10. Tabla de amortización emitida por el banco Guayaquil

El financiamiento corresponde a un préstamo otorgado por el Banco de Guayaquil a una tasa de interés del 14% a un plazo de 5 años, a continuación, se presenta la tabla de amortización (Ver tabla 56).

Tabla 56.

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	\$20,717.00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$20,717.00
1	\$ 6,034.52	\$2,900.38	\$ 3,134.14	\$17,582.86
2	\$ 6,034.52	\$2,461.60	\$ 3,572.92	\$14,009.94
3	\$ 6,034.52	\$1,961.39	\$ 4,073.13	\$ 9,936.81
4	\$ 6,034.52	\$1,391.15	\$ 4,643.37	\$ 5,293.44
5	\$ 6,034.52	\$ 741.08	\$ 5,293.44	\$ 0.00

Nota: La tabla muestra la amortización del préstamo financiado por el Banco de Guayaquil a beneficio de “La Casa del Químico”.

6.11. Ingresos

La microempresa tiene cuatro categorías de productos y cada una de esta se producen en capacidad de 21,000 unidades el primer año de esto se toma el 25% para cada uno de los productos adicionalmente, se muestra la proyección de ventas en cinco años con un crecimiento del 5% para cada año:

Tabla 57.

Ingresos proyectados a cinco años

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
PRODUCCIÓN REAL	21,000	22,050	23,152	24,310	25,525
PRODUCTOS					
Gel antibacterial de 60 ml	\$5,250.00	\$5,512.50	\$5,788.13	\$6,077.53	\$6,381.41
PRECIO	\$1.10	\$1.10	\$1.10	\$1.10	\$1.10
TOTAL	\$5,775.00	\$6,063.75	\$6,366.94	\$6,685.28	\$7,019.55
Gel antibacterial de 250 ml	\$5,250.00	\$5,512.50	\$5,788.13	\$6,077.53	\$6,381.41
PRECIO	\$3.09	\$3.09	\$3.09	\$3.09	\$3.09
TOTAL	\$16,222.50	\$17,033.63	\$17,885.31	\$18,779.57	\$19,718.55
PRODUCTOS					
Alcohol antibacterial de 120 ml	\$5,250.00	\$5,512.50	\$5,788.13	\$6,077.53	\$6,381.41
PRECIO	\$1.12	\$1.12	\$1.12	\$1.12	\$1.12
TOTAL	\$5,880.00	\$6,174.00	\$6,482.70	\$6,806.84	\$7,147.18
PRODUCTOS					
Alcohol antibacterial de 1000 ml	\$5,250.00	\$5,512.50	\$5,788.13	\$6,077.53	\$6,381.41
PRECIO	\$9.54	\$9.54	\$9.54	\$9.54	\$9.54
TOTAL	\$50,085.00	\$52,589.25	\$55,218.71	\$57,979.65	\$60,878.63
RESUMEN					
Gel antibacterial de 60 ml	\$5,775.00	\$6,063.75	\$6,366.94	\$6,685.28	\$7,019.55
Gel antibacterial de 250 ml	\$16,222.50	\$17,033.63	\$17,885.31	\$18,779.57	\$19,718.55
Alcohol antibacterial de 120 ml	\$5,880.00	\$6,174.00	\$6,482.70	\$6,806.84	\$7,147.18
Alcohol antibacterial de 1000 ml	\$50,085.00	\$52,589.25	\$55,218.71	\$57,979.65	\$60,878.63
TOTAL	\$77,962.50	\$81,860.63	\$85,953.66	\$90,251.34	\$94,763.91

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados a cinco años para “La Casa del Químico”.

6.12 Punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio hay que conocer los costos fijos y variables de la microempresa (Moreno, 2021); siendo costos variables \$19,027.00 costos fijos \$31,043.91, además hay que conocer el total de ingreso \$77,962.50 el

precio de venta el cual se aproximó pues se conoce que la empresa tiene cuatro productos dando como precio ponderado \$3.71 y así como el número de unidades vendidas 21,000 unidades.

Tabla 58.

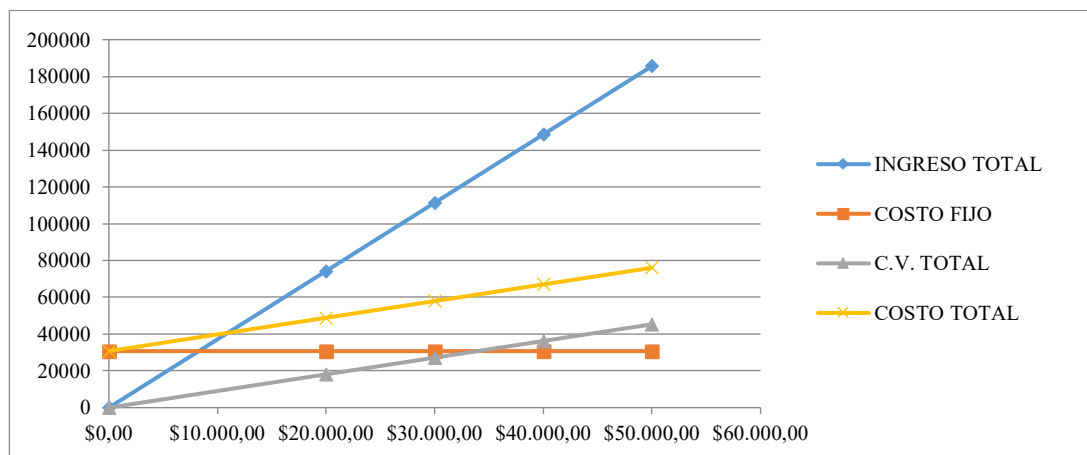
Punto de equilibrio

Precio Vta Unit	\$ 3.71
Unidades Vendidas	21,000
Ingreso Total	\$77,962.50
Costo Fijo total	\$31,043.91
Costo Variable total	\$19,027.00
Costo V unit = CVT / # unid vendidas	\$ 0.91
Cantidad de equilibrio = CFT / (P-Cvunt)	11062
valor monetario de equilibrio	\$ 41,066.27

Nota: La tabla muestra el punto de equilibrio que tiene “La Casa del Químico”.

Gráfico 24.

Punto de equilibrio



Nota: El gráfico muestra donde está el punto de equilibrio para “La Casa del Químico”.

El punto de equilibrio se encuentra cuando se vende \$ 41,066.27, en unidades es 11.062.

6.13 Estados financieros

Aquí se presentan toda la información de la empresa, presentada de una manera estructurada y en una forma fácil de entender. Con la finalidad de evaluar la factibilidad del proyecto y poder tomar las decisiones acertadas en cuanto a la inversión, se realizó tres estados financieros proyectados a cinco años:

6.13.1. Estado de Resultado Proyectado

En el estado de resultado se refleja el ingreso y egreso de la empresa, tomado en cuenta las proyecciones de ventas del 5% y el aumento de los costos del 3 %. Para el impuesto a la renta se calcula según imposiciones de la ley, dirigido a microempresas, cuyo valor se da según la siguiente tabla:

Tabla 59.

Tabla de fracción para el pago del impuesto a la renta

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO SOBRE LA FRACCIÓN BÁSICA	% IMPUESTO ASOBRE LA FRACCIÓN EXCEDENTE
0	\$ 11,212.00	0	0%
\$ 11,212.00	\$ 14,285.00	0	5%
\$ 14,285.00	\$17,854.00	\$154.00	10%
\$17,854.00	\$21,442.00	\$511.00	12%
\$21,442.00	\$42,874.00	\$941.00	15%
\$42,874.00	\$64,297.00	\$4,156.00	20%
\$64,297.00	\$85,729.00	\$8440.00	25%
\$85,729.00	\$114,288.00	\$13,798.00	30%
\$114,288.00	En adelante	\$22,366.00	35%

Nota: La tabla muestra las fracciones del impuesto a la renta para “La Casa del Químico”. Tomado (Jezl Contadores Auditores , 2022).

Tabla 60.*Estado de resultados*

ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$77,962.50	\$81,860.63	\$85,953.66	\$90,251.34	\$94,763.91
Costo de Ventas	\$19,027.00	\$19,599.71	\$20,189.66	\$20,797.37	\$21,423.37
UTILIDAD BRUTA	\$ 58,935.50	\$ 62,260.91	\$ 65,763.99	\$ 69,453.97	\$ 73,340.53
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$27,399.53	\$28,054.47	\$28,729.06	\$28,926.94	\$29,642.61
Sueldo Administrativo	\$19,760.60	\$ 20,353.42	\$ 20,964.02	\$ 21,592.94	\$ 22,240.73
Servicios Básicos	\$1,380.00	\$ 1,421.40	\$ 1,464.04	\$ 1,507.96	\$ 1,553.20
Útiles de Oficina	\$237.84	\$ 244.98	\$ 252.32	\$ 259.89	\$ 267.69
Material de limpieza	\$452.88	\$ 466.47	\$ 480.46	\$ 494.87	\$ 509.72
Alquiler de local	\$3,000.00	\$ 3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Depreciación	\$2,375.81	\$ 2,375.81	\$ 2,375.81	\$ 1,878.86	\$ 1,878.86
Amortización	\$192.40	\$ 192.40	\$ 192.40	\$ 192.40	\$ 192.40
GASTO DE FINANCIAMIENTO	\$2,900.38	\$2,461.60	\$1,961.39	\$1,391.15	\$741.08
GASTOS VENTAS	\$744.00	\$766.39	\$789.46	\$813.23	\$837.70
Publicidad	\$744.00	\$766.39	\$789.46	\$813.23	\$837.70
TOTAL, DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$31,043.91	\$31,282.47	\$31,479.92	\$31,131.32	\$31,221.39
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 27,891.59	\$ 30,978.44	\$ 34,284.08	\$ 38,322.65	\$ 42,119.14
(-) 15% Utilidad a empleados y trabajadores	\$ 4,183.74	\$ 4,646.77	\$ 5,142.61	\$ 5,748.40	\$ 6,317.87
(=) UTILIDAD ANTE EL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 23,707.85	\$ 26,331.68	\$ 29,141.46	\$ 32,574.25	\$ 35,801.27
(-) 15% Impuesto a la renta	\$ 3,556.18	\$ 3,949.75	\$ 4,371.22	\$ 4,886.14	\$ 5,370.19
(=) UTILIDAD LIQUIDA	\$ 20,151.67	\$ 22,381.93	\$ 24,770.25	\$ 27,688.11	\$ 30,431.08
(30%) DIVIDENDOS	\$ 6,045.50	\$ 6,714.58	\$ 7,431.07	\$ 8,306.43	\$ 9,129.32
10% RESERVA LEGAL	\$ 2,015.17	\$ 2,238.19	\$2,477.02	\$ 2,768.81	\$3,043.11
UTILIDAD RETENIDA	<u>\$12,091.00</u>	<u>\$13,429.16</u>	<u>\$14,862.15</u>	<u>\$16,612.87</u>	<u>\$18,258.65</u>

Nota: La tabla muestra el estado de resultados para “La Casa del Químico”.

6.13.2. Flujo de Caja

Este permite conocer sobre los ingresos y gastos que genera la microempresa “La Casa del Químico” durante los cinco primeros años, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa (Esparza, s.f.). Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$ 17,214.96 mientras que para el 5 año esta aumentará a \$23,889.80 (Ver

tabla 61). En este se muestra las inversiones temporales a través de la entrada y salida de dinero.

Tabla 61.

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa		\$30,791.97	\$34,036.65	\$36,690.18	\$39,505.03	\$42,490.14
Depreciación		\$2,375.81	\$2,375.81	\$2,375.81	\$2,375.81	\$2,375.81
Amortización		\$192.40	\$192.40	\$192.40	\$192.40	\$192.40
- Base Impositiva		\$10,110.70	\$11,445.96	\$12,589.19	\$13,816.28	\$15,134.03
- Gastos Financieros		\$2,900.38	\$2,461.60	\$1,961.39	\$1,391.15	\$741.08
- Pago Capital		\$3,134.14	\$3,572.92	\$4,073.13	\$4,643.37	\$5,293.44
+ Valor De Salvamento						
+ Capital De Trabajo						
- Reposición De Activos						
= Flujo Neto De Caja	-\$65,843.96	\$17,214.96	\$19,124.39	\$20,634.69	\$22,222.45	\$23,889.80

Nota: La tabla muestra el flujo de caja para “La Casa del Químico”.

6.14 Cálculo del TIR y del VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN permite determinar la viabilidad del proyecto, este se calcula con los últimos valores del flujo de caja y para “La Casa del Químico” el valor es mayor a cero, lo que significa que el negocio es factible el resultado dado es de \$ 5,448.41 para mayor comprensión se establece la siguiente tabla:

Tabla 62.*Cálculo de VAN*

VAN			
PERIODO	FLUJO NETO	FLUJO DE CONVERSIÓN	13.24%
0	\$ -65,843.96	1	\$ -65,843.96
1	\$ 17,214.96	0.883080184	\$ 15,202.19
2	\$ 19,124.39	0.779830611	\$ 14,913.78
3	\$ 20,634.69	0.688652959	\$ 14,210.14
4	\$ 22,222.45	0.608135782	\$ 13,514.26
5	\$ 23,889.80	0.537032658	\$ 12,829.60
		VAN	\$ 5,448.41

Nota: La tabla muestra el resultado de VAN para “La Casa del Químico”.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Este porcentaje refleja si la inversión genera un beneficio o pérdida, el TIR valor porcentual del flujo de caja la cual debe ser mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 16.05% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 2.81% con el TMAR cuyo valor es de 13,24%.

Tabla 63.*Cálculo de TIR*

TIR	
AÑO	FLUJO NETO
0	\$ -65,843.96
1	\$ 17,214.96
2	\$ 19,124.39
3	\$ 20,634.69
4	\$ 22,222.45
5	\$ 23,889.80
TIR	16.05%
TMAR	13,24%

Nota: La tabla muestra el resultado de TIR para “La Casa del Químico”.

6.14.3. Recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses incluyendo días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial (Conexion Esan, 2017). La inversión realizada se recuperará en un lapso de 3. 8 años.

Tabla 64.

Recuperación de la inversión

CALCULO DE LA RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN		
AÑO	SE RECUPERA	ACUMULADO
1	\$17,214.96	\$17,214.96
2	\$19,124.39	\$36,339.35
3	\$20,634.69	\$56,974.04
4	\$22,222.45	\$79,196.48
5	\$23,889.80	\$103,086.28
VALOR RESTANTE		\$37,242.32
INVERSION	TIEMPO DE RECUPERACION INVERSION	
65,844	3.8	AÑOS

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- El presente trabajo busca satisfacer la necesidad de las familias de la Parroquia Rural Salasaca, en adquirir productos de cuidado y protección tales como geles y alcoholes antibacteriales, para efecto debe enfrentarse a la competencia directa como los es Sani, Clean, Next, Vaporal, entre otras, las cuales tienen variedad de productos, pero no cuenta con comercialización directa con servicios al cliente y no tienen comodidad del lugar.
- Mediante la investigación de campo a través de la encuesta se determinó que el 100% de las familias consume productos antibacteriales debido a que es una exigencia emitida por el COE nacional y el ministerio de salud con la finalidad de proteger la salud y la seguridad física contra el COVID-19, los virus, bacteria y enfermedades.
- La inversión total requerida es de \$65,843.96, de esta el 76% (\$50,000.00) es financiada por los accionistas y el 24% (\$15,843.96) por el Banco de Guayaquil cuya tasa de interés es de 14% con plazo de 5 años.
- Los resultados en los estados financieros y de inversión reflejaron que el proyecto tiene una factibilidad del 16.66%, recuperando el valor invertido en tres años y ocho meses, obteniendo un gran activo y patrimonio. La utilidad neta para el primer año restando pago de impuestos es de \$12.091,00 con proyecciones de ventas del 5% y de costos del 3% anual.

7.2. Recomendaciones

- Se sugiere poner en práctica el proyecto de factibilidad para la creación “La Casa del Químico”, ubicado en la provincia de Tungurahua en la parroquia Salasaca centro, siguiendo los pasos plasmados en cada una de las etapas del presente estudio, pues será la clave del éxito empresarial.
- La priorización no solo debe ser para la atención del cliente, sino también el producto el cual debe ser de calidad, distribuido en un lugar que brinda comodidad y un buen ambiente del lugar con el fin de enfrentarse a la competencia con servicios únicos y productos con alto estándar de calidad.
- Al haber variedades de productos en el mercado, se trata de ser únicos a través de la comercialización personalizada, fomentando una publicidad de consumo de geles y alcoholes antibacteriales que protegen y cuidan a las familias de la parroquia Salasaca y en futuro al Cantón Pelileo pues queda abierta la opción de aumentar las ventas.
- Sostener durante la vida útil del proyecto parámetros de calidad, precios óptimos y fidelización necesaria para satisfacer al cliente y tener posicionamiento de mercado.

8. REFERENCIAS

- Anguita, C., Labrador, R., & Campos, D. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Aten Primaria*, 31(8), 527-538.
- Aray, E. E., & Quimí, J. A. (2017). “*Plan de negocio y estudio de factibilidad para la producción y comercialización de gel antibacterial para manos en la ciudad de Guayaquil*”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- ARCSA. (2022). Obtenido de <https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Cachay, A. M. (2016). *Tema: Plan de Ventas de la nueva marca de alcohol en gel SÁNITE para el canal retail*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Campoos, M. A. (28 de Agosto de 2017). *Scribd*. Obtenido de El sistema de gestión ambiental: <https://es.scribd.com/document/357379951/64822-RESUMEN-CURSO-SGA-ISO-14001-AENOR-pdf>
- Castro, I. (2011). *Depreciación de Activos Fijos*. Recuperado el 24 de Agosto de 2021, de <https://todoconta.com/depreciacion-activos-fijos/>
- Cerda, V., González, E., Guardado, E., Cerda, G., & Pérez, A. (2021). Producción de gel hidroalcohólico en tiempos de covid-19, oportunidad para diseñar el proceso que garantice la calidad. *Centro Azúcar*, 48(3), 88-97.
- Conexion Esan. (24 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas>
- Cuerpo de Bomberos de Manta. (2020). Obtenido de <https://bomberosmanta.gob.ec/>
- Cyte. (13 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.cyte.com.ec/diferencias-persona-natural-juridica/>
- EcuRed. (11 de Enero de 2018). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Sistema_de_Gesti%C3%B3n_Ambiental_\(SGA\)](https://www.ecured.cu/Sistema_de_Gesti%C3%B3n_Ambiental_(SGA))
- El Universo. (23 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/23/nota/7791528/empresas-alcohol-ecuador-coronavirus-gel-antibacterial/>
- El Universo. (6 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/06/>
- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpefl40/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>

- FDA. (5 de Mayo de 2021). Obtenido de <https://www.fda.gov/consumers/articulos-en-espanol/uso-seguro-de-desinfectantes-para-las-manos#:~:text=Si%20no%20hay%20agua%20y,transmitir%20g%C3%A9rmenes%20a%20otras%20personas>.
- Gad Manta. (2020). Obtenido de <https://manta.gob.ec/requisitos-tramites/>
- GAD Salasaca. (2015). *PDOT*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1865014460001_PDOT%20SALASAKA%20IMPRESI%C3%93N%20JUEVES%2029%20OCTUBRE%20ENTREGA%20CESAR_19-05-2016_06-59-10.pdf
- García, L. A., González, L. A., Pérez, L. F., & Hernández, M. B. (2015). Método para la implementación de un sistema de gestión ambiental aprovechando un sistema de gestión de la calidad previamente implantado. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 9(2), 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1939/193948444002.pdf>
- Gob.ec. (2021). Obtenido de <https://www.gob.ec/mt/tramites/registro-datos-trabajador-vinculacion-laboral>
- Google. (4 de Febrero de 2022). Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-1.3202525,-78.5783749,18.62z/data=!5m1!1e2>
- GoogleMaps. (2022). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Salasaca/@-1.3216651,-78.5815319,16z/data=!4m5!3m4!1s0x91d38342cad8e803:0xd42cd71ffe8bde8!8m2!3d-1.3214443!4d-78.5788601>
- Gutiérrez, P. (16 de Enero de 2022). *Comparapps*. Obtenido de <https://www.comparapps.com/como-crear-correos-corporativos/>
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iesgob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Jerez, A. M. (2014). *Plan Estratégico De Desarrollo Del Pueblo Salasaca*. Obtenido de <http://gobiernoparroquialsalasaca.gob.ec/archivos/PLAN-PARROQ%20SALASAKA-%202009-2014.pdf>
- Jezl Contadores Auditores . (2022). Obtenido de <https://www.jezl-auditores.com/index.php/tributario/101-tabla-de-impuesto-a-la-renta-ir-2018-2017-2016-personas-naturales-ecuador>
- Kids, T. M. (15 de Junio de 2017). Obtenido de <https://themodernkids.com/la-piramide-de-maslow-version-kids-2-0/>
- Kueski, S. (2020). *Qué es un activo fijo: definición*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/emprender/que-es-un-activo-fijo/>

- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, XXI(4), 167-179. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Molina, J. E., & Sotomayor, C. P. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de gel antibacterial para manos a base de sábila en la ciudad de Loja y su comercialización en la provincia de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Prevencionar.com. (5 de Julio de 2017). Obtenido de <http://prevencionar.com.mx/2017/03/05/equipo-proteccion-personal-prioridad-las-empresas/>
- Quirola, M. P. (2013). *Análisis De La Implementación De Estrategias De Employer Branding En Empresas De Consumo Masivo, Versus Su Identidad De Marca Y Elaboración De Una Propuesta De Implementación*. Quito: Universidad de los Hemisferios .
- Ranís, A. (20 de Diciembre de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html#:~:text=El%20macroentorno%20se%20emplea%20para,ninguna%20influencia%20sobre%20el%20macroentorno.>
- Ruiz, F. (29 de Agosto de 2019). *Educadictos*. Obtenido de <https://www.educadictos.com/significado-de-los-colores-en-el-marketing/>
- Sánchez, J. (2 de Agosto de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>
- SECOM. (4 de Agosto de 2021). Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/mi-gobierno-sera-el-gobierno-de-los-emprendedores-guillermo-lasso/>
- Sevilla, A. (11 de Mayo de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>
- SRI. (2022). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/voy-a-iniciar-mi-negocio>
- Westreicher, G., & Sánchez, J. (17 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>

9. ANEXOS

Anexo 1. Cotización de Alquiler de local



Inmobiliaria Demo Luz sl
Avenida Felipe II, nº12, 4ªH,
Madrid
Tlfno: 954563444
aperez@inmodemo.es
www.inmodemo.es
CIF: B91252525

“La Casa del Químico”
RUC:13060145130001
Barrio la Victoria calle 110 ave. 111

FECHA	REFERENCIA	N.I.F / C.I.F.	FACTURA NÚMERO	
10/02/202022	Oferta 2019	A.51.486.568	A17000002	
CONCEPTO			PRECIO	TOTAL
Oferta 2019. Local comercial ubicado en calle 110 ave. 111				
Barrio la Victoria			\$250,00	\$3.000,00
Intermediación Inmobiliaria			Mensual	Anual
Alquiler de inmueble				

Anexo 2. Nota de venta de equipo industriales

FIXMASTER				FACTURA DE VENTA	
CIUDAD Y FECHA: Salasaka 10/02/2022				# 023	
VENDIDO A: La Casa del Químico"				NIT.: 98051155327	
DIRECCION: Barrio la Victoria calle 110 ave. 111					
TELEFONO: 0923487898					
REF.	ARTICULO	CANT.	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	
2505	Balanza	1	\$300,00	\$300,00	
1235	Mezcladora	1	\$3.000,00	\$3.000,00	
3565	Tanque hermetico	1	\$400,00	\$400,00	
1235	Tamizador	1	\$250,00	\$250,00	
3585	Mesas de acero	3	\$150,00	\$450,00	
1235	Envasadora	1	\$10.000,00	\$10.000,00	
3565	Etiquetadora	1	\$500,00	\$500,00	
FORMA DE PAGO		VENCE		TOTAL \$	
Efectivo		10/05/2022		\$14.900,00	
ESTA FACTURA SE ASIMILA EN TODOS SUS EFECTOS A UNA LETRA DE CAMBIO (ARTICULO 774 DEL CODIGO DE COMERCIO)					
VENDEDOR:			ACEPTADA Y RECIBIDA		
EDGAR URIZA					

Anexo 3. Nota de venta de equipo de computación


Compusistemas
Asesoría, Mantenimiento y Venta de Computadores
Análisis, Diseño y Programación de Sistemas

REPRESENTANTE: Humberto Reyes DIRECCIÓN: Calle 126 ave. 108 TELÉFONO: 0995043019 CIUDAD: Manta	RUC.: 010228818001 NOTA DE VENTA 001 - 001 - 000000041 AUT. SRI: 090520190101002219
---	--

FECHA: 10 de febrero 2022	
CLIENTE: La Casa del Químico	
RUC / C.I.: 13060145130001	TELÉFONO: 0923467898
DIRECCIÓN: Barrio la victoria calle 110 ave. 111	

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Laptop HP Core 15	\$950,00	\$950,00
1	Impresora EPSON Stylus	\$541,00	\$541,00

SON: Mil cuatrocientos noventa y uno con
 00/100

TOTAL: \$1.491,00


 FIRMA AUTORIZADA


 FIRMA CLIENTE

NOTA DE VENTA

NOMBRE	La Casa del Químico"	No.		FECHA	10/02/2022
DIRECCION	Barrio la Victoria calle 110 ave. 111				
CIUDAD	Salasaka			CONDICIONES DE PAGO	
C.P.		TELEFONO	0923467898		A crédito

95

Anexo 5. Nota de venta de equipos industriales de seguridad

REPRESENTANTE: <i>Sn. Jaime E.</i>	RUC: <i>130674321001</i>
DIRECCIÓN: <i>Solaraka</i>	NOTA DE VENTA
TELÉFONO: <i>01073228023</i>	001 - 001 - <i>397249</i>
CIUDAD: <i>Solaraka</i>	AUT. SRI: <i>0923435956</i>
FECHA: <i>10/02/2022</i>	
CLIENTE: <i>Lg. Casa del Químico</i>	
RUC / C.I.: <i>1306014513001</i>	TELÉFONO: <i>0923467898</i>
DIRECCIÓN: <i>Barrio La Victoria calle 110 ave 111</i>	

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>1</i>	<i>Extintor (polvo seco 10Lb)</i>	<i>\$ 20,00</i>	<i>\$ 20,00</i>
<i>2</i>	<i>Bomba de mano deriv.</i>	<i>\$ 7,00</i>	<i>\$ 14,00</i>
<i>1</i>	<i>Detector de gas GLP</i>	<i>\$ 24,64</i>	<i>\$ 24,64</i>
<i>5</i>	<i>Botuleros señalética</i>	<i>\$ 2,00</i>	<i>\$ 10,00</i>

SON: *Setenta y ocho con 64/100* TOTAL: *\$ 68,64*

[Firma] FIRMA AUTORIZADA *[Firma]* FIRMA CLIENTE

Anexo 6. Nota de venta de suministros de oficina



Centro de Salasaka

FACTURA DE VENTA		
Nº 06245		
FECHA		
Día 10	Mes 02	Año 2022
MESA		

NOMBRE La Casa del Químico"

DIRECCIÓN Barrio la Victoria calle 110 ave. 111

CANT.	DESCRIPCIÓN	P/ UNIT.	IMPORTE
1	Resma de hoja bond	\$3,00	\$3,00
1	Grapadora	\$4,50	\$4,50
1	Caja de Grapas	\$1,00	\$1,00
1	Caja de 3 resaltadores	\$1,80	\$1,80
1	Esferos	\$0,40	\$0,40
1	Perforadora	\$3,00	\$3,00
1	Libreta	\$5,00	\$5,00
2	Carpeta de cartón	\$0,11	\$0,22
1	Goma	\$0,45	\$0,45
1	Tijera	\$0,45	\$0,45

TOTAL EN LETRA

Diecinueve con ochenta y dos centavos

SUBTOTAL

TOTAL

\$19,82

Anexo 7. Nota de venta de materiales de limpieza

CANT.		DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
1		Escoba de cerda pequeña	\$3.50	\$3.50
1		Trapeador	\$7.00	\$7.00
1		Cloro 1 Gal	\$4.95	\$4.95
2		Esponja lavaplatos	\$1.40	\$2.80
1		Pala	\$2.50	\$2.50
1		Jabón líquido manos 1 Gal	\$5.99	\$5.99
2		Papel higiénico jumbo 200 metros	\$2.00	\$4.00
2		Toalla de papel	\$3.50	\$7.00
CANTIDAD CON LETRA Treinta y siete con 64 centavos			TOTAL \$	\$37.74

Anexo 8. Nota de venta de equipos de oficina



REPRESENTANTE: Jesús Vergara Sánchez
DIRECCIÓN: Olivo Miranda
TELÉFONO: 03240155521
CIUDAD: Salasaka

RUC.: 0671920334910001

NOTA DE VENTA

001 - 001 - 04351555001101

AUT. SRI.: 1234567887902332202219

FECHA: 10/02/2022

CLIENTE: La Casa del Químico

RUC / C.I.: 13060145130001

TELÉFONO: 0923467898

DIRECCIÓN: Barrio la victoria calle 110 ave. 111

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
2	Aire acondicionado	\$600,00	\$1.200,00
1	Cafetera	\$80,00	\$80,00
1	Caja registradora	\$150,00	\$150,00
3	Cámaras de seguridad	\$25,00	\$75,00

SON: Mil novecientos 10 con 00/100

TOTAL: \$1.910,00


FIRMA AUTORIZADA


FIRMA CLIENTE