



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de desinfectantes ubicada en el DM Quito en el barrio de San Salvador**

**Proyecto de Modelo de Negocio previo a la obtención del título de  
Tecnóloga Superior en Administración**

**AUTOR: Lupe Gabriela Madrid Coronel**

**TUTOR:**

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**

**D.M. Quito, 05 de marzo de 2022**

## **DEDICATORIA**

Él presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios, ya que él me inspiró y me dio fuerzas para concluir este proyecto.

A mi madre y padre, porque siempre me brindaron su apoyo tanto económico como emocional.

A mis hijos Stefany y Jonathan por estar conmigo en las buenas y en las malas, por el apoyo moral, psicológico y en el apoyo de mis tareas brindándome sus conocimientos a lo largo de esta gran etapa de mi vida.

Finalmente quiero dedicar mi tesis a mis hermanos por estar siempre conmigo apoyándome incondicionalmente cuando más necesitaba de alguien que me diera la mano en los momentos difíciles.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecirme todos los días mi vida, por guiarme a lo largo de este camino, el cual ha sido un poco complicado

Gracias a mis padres: Luis y Susana por ser los pilares fundamentales de este reto, por creer en mí, por los consejos y principios que siempre me han enseñado.

Agradezco a los docentes de la Carrera de Administración, por haberme brindado todos sus conocimientos en este largo proceso de mi profesión, de manera especial, a la profesora: Noemy Sandoval Ortiz quien fue mi tutora de este proyecto de investigación, me ha guiado con su paciencia y su excelente labor como docente.

## **AUTORÍA**

Yo, Lupe Gabriela Madrid Coronel autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Lupe Gabriela Madrid Coronel**

D.M. Quito 05 de Marzo de 2022

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**  
**Tutora de Trabajo de Titulación**

## **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.

MSc. Noemy Sandoval Ortiz

D.M. Quito 05 de marzo de 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 cláusulas:

PRIMERA: La **MSc. Noemy Sandoval Ortiz** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Sra. Lupe Gabriela Madrid Coronel por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Sra. Lupe Gabriela Madrid Coronel realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de desinfectantes ubicada en el DM Quito en el barrio de San Salvador.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **MSc. Noemy Sandoval**.

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, **MSc. Noemy Sandoval**, en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Sra. Lupe Gabriela Madrid Coronel 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 de una empresa dedicada a la producción y comercialización de desinfectantes ubicada en el DM Quito en el barrio de San Salvador.”**, 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 derechos.

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**

**Lupe Madrid**

D.M. Quito 05 de marzo de 2022

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
AUTORÍA .....	4
CERTIFICACIÓN .....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	11
RESUMEN .....	12
2. CAPÍTULO 2: ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	13
2.1 Creación de la empresa .....	13
2.2 Descripción de la empresa .....	13
2.3 Tamaño de la empresa .....	15
2.4 Necesidades a satisfacer .....	15
2.5 Localización de la empresa .....	17
2.6 Filosofía empresarial .....	18
2.7 Desarrollo organizacional .....	21
2.8 Organigrama empresarial .....	23
2.9 Funciones del Personal .....	24
3. CAPÍTULO 3: PROCESO DE INVESTIGACIÓN MERCADOS Y MARKETING...29	
3.1 Objetivo de mercadotecnia .....	29
3.2 Investigación de mercado .....	29
3.3 Plan de Muestreo .....	30
3.4 Análisis de las Encuestas .....	32
3.5 Entorno empresarial .....	41
3.5.1 Micro entorno .....	41
3.5.2 Macro entorno .....	45
3.6 Producto y servicio .....	46
3.6.1 Producto Esencial .....	47
3.6.2 Producto real .....	47
3.6.3 Producto aumentado .....	48
3.7 Marca .....	48

3.8	Plan de introducción al mercado .....	49
3.9	Fijación de precios .....	56
3.10	Implementación del negocio .....	59
3.11	Estudio arquitectónico .....	63
4.	CAPÍTULO 4: PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....	64
5.	CAPÍTULO 5: PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....	66
5.1	Objetivo de área. ....	66
5.2	Impacto ambiental. ....	66
5.3	Impacto social. ....	70
6.	CAPÍTULO 6: PROCESO FINANCIERO .....	71
6.1.	Introducción. ....	71
6.2.	Activos fijos. ....	71
6.3.	Activos diferidos. ....	72
6.4.	Capital de trabajo. ....	72
6.5.	Sueldos. ....	74
6.6.	Depreciación activos fijos. ....	74
6.7.	Amortizaciones. ....	75
6.8.	Tabla de amortización .....	75
6.9.	Estructura capital. ....	76
6.10.	Punto de equilibrio .....	77
6.11	Costo de ventas .....	79
6.12.	Flijo de caja .....	80
6.13.	Calculo del TIR y el VAN. ....	80
7.	CAPÍTULO 7 .....	82
7.1.	Conclusiones. ....	82
7.2.	Recomendaciones. ....	83
7.3.	Referencias .....	84
7.4	Anexos .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Perfil Gerente Administrativo .....	24
Tabla N° 2 Perfil Jefe de Producción.....	25
Tabla N° 3 Perfil del Obrero .....	26
Tabla N° 4 Perfil Vendedor .....	27
Tabla N° 5 Perfil Comercializadora .....	28
Tabla N° 6 Pregunta 1 .....	32
Tabla N° 7 Pregunta 2 .....	33
Tabla N° 8 Pregunta 3 .....	34
Tabla N° 9 Pregunta 4 .....	35
Tabla N° 10 Pregunta 5 .....	36
Tabla N° 11 Pregunta 6 .....	37
Tabla N° 12 Pregunta 7 .....	38
Tabla N° 13 Pregunta 8 .....	39
Tabla N° 14 Proveedores.....	44
Tabla N° 15 Financiamiento publicidad.....	55
Tabla N° 16 Desinfectante galón .....	57
Tabla N° 17 Desinfectante litro .....	58
Tabla N° 18 Arriendo del local.....	59
Tabla N° 19 Equipos Industriales.....	59
Tabla N° 20 Equipos de computación.....	60
Tabla N° 21 Muebles y enseres .....	60
Tabla N° 22 Equipos Industriales de Seguridad .....	61
Tabla N° 23 Suministros de Oficina .....	61
Tabla N° 24 Servicios Básicos .....	62
Tabla N° 25 Materiales de Limpieza .....	62
Tabla N° 26 Activos fijos.....	71
Tabla N° 27 Activos diferidos .....	72
Tabla N° 28 Capital de trabajo .....	73
Tabla N° 29 Detalle de inversión .....	73
Tabla N° 30 Sueldos .....	74

Tabla N° 31 Depreciación de activos fijos.....	75
Tabla N° 32 Porcentaje y amortización.....	75
Tabla N° 33 Amortización.....	76
Tabla N° 34 Estructura del capital.....	77
Tabla N° 35 Costos fijos.....	77
Tabla N° 36 Margen de contribución .....	78
Tabla N° 37 Punto de equilibrio .....	78
Tabla N° 38 Ventas / costos .....	79
Tabla N° 39 Costos de ventas .....	79
Tabla N° 40 Flujo de caja .....	80
Tabla N° 41 VAN TIR .....	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow .....	15
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa .....	17
Gráfico N°3 Organigrama de empresa .....	23
Gráfico N°4 Pregunta 1 .....	32
Gráfico N°5 Pregunta 2 .....	33
Gráfico N°6 Pregunta 3.....	34
Gráfico N°7 Pregunta 4.....	35
Gráfico N°8 Pregunta 5.....	36
Gráfico N°9 Pregunta 6.....	37
Gráfico N°10 Pregunta 7.....	38
Gráfico N°11 Pregunta 8 .....	39
Gráfico N°12 Micro entorno de empresa .....	41
Gráfico N°13 Ubicación .....	42
Gráfico N°14 Macro entorno de empresa .....	45
Gráfico N°15 Diseño uniforme .....	49
Gráfico N°16 Logotipo.....	50
Gráfico N°17 Anverso Tarjeta de presentación .....	52
Gráfico N°18 Reverso Tarjeta de presentación .....	52
Gráfico N°19 Hoja membretada .....	53
Gráfico N°20 Estructura del establecimiento .....	63
Gráfico N°21 Evaluación Ambiental .....	69

**Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la  
producción y comercialización de desinfectantes ubicada en el DM Quito en  
el barrio de San Salvador**

Lupe Gabriela Madrid Coronel  
D.M. Quito 05 de marzo de 2022

**RESUMEN**

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo analizar la factibilidad de fabricar y comercializar desinfectantes en el D.M. de Quito en el barrio de San Salvador.

Esta propuesta nace con la finalidad de precautelar la salud de los usuarios y del medio ambiente. Dicho producto busca posicionarse como un desinfectante diferente que sea amigable con la sociedad y el medio ambiente. Se realizó un análisis situacional del entorno que permitió conocer ciertos factores claves para el desarrollo del presente estudio. El mismo aportó al conocimiento de la competencia en general, estos han sido considerados en el desarrollo del presente proyecto. Previo al planteamiento y ejecución de las estrategias y desarrollo del producto se realizó un estudio de mercado cualitativo y cuantitativo que permitió identificar elementos importantes para la fabricación del producto y ejecución de estrategias de comunicación y marketing. Finalmente, se realizó un estudio financiero que permitió identificar la viabilidad del presente proyecto, considerando inversiones, costos y gastos en los que se incurrirá para la ejecución del mismo, además de elaborar un análisis de factibilidad a través del análisis financiero y así conocer los escenarios a futuro.

## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **2.1 Creación de la empresa**

Mi Caricia surge de la necesidad de mantener un espacio limpio y libre de bacterias teniendo en cuenta que los artículos de limpieza son necesarios para el hogar y para todo tipo de establecimiento o empresa.

La elaboración de estos productos será de forma casera hasta obtener mayor capacidad de producción, tendremos un local ubicado en el Centro Histórico de Quito para producción y ventas

Pensando en un futuro e inversión; “Mi Caricia” Tiene la aspiración de ser un producto diferente que pueda ofrecer a su clientela no solo calidad sino también que obtengan excelente atención y sea de fácil acceso además tenemos la expectativa de generar ganancias y a futuro poder mejorar tanto el negocio como los productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **2.2 Descripción de la empresa**

#### **2.1.1 Importancia.**

El desinfectante y su importancia es un proceso físico o químico que mata o inactiva a los microorganismos tales como bacterias, virus y protozoos inhibiendo el crecimiento de microorganismos patógenos en fase vegetativa que se encuentren en organismos vivos.

Su importancia se basa en reducir los organismos nocivos a un nivel que no dañan la salud ni la calidad de los bienes perecederos, se aplican sobre objetos inanimados, como instrumentos y superficies, para tratar y prevenir las infecciones. También se utilizan para desinfectar la piel y otros tejidos antes de la cirugía es decir que actúan como antisépticos.

#### **2.1.2 Características.**

Responsabilidad social: Mi Caricia buscará la excelencia atendiendo con especial cuidado a las personas en buenas condiciones de trabajo, así como en la

calidad de sus procesos productivos, sin dejar de lado al medio ambiente que nos rodea y las consecuencias de no aplicar este concepto adecuado en su proceso.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental.

Investigación e innovación: Este no es un producto innovador en su totalidad, se usará materias primas de muy buena calidad y que casi no son usadas por los demás desinfectantes de la competencia, pero se ahorrará muchísimo al usar agua haciéndolo barato, accesible y además sus poderes desinfectantes serán mejores lo cual se convertirá en una oportunidad, también se entregará el producto a domicilio sin importar la cantidad requerida, será como un servicio adicional para acaparar mercado, Adicionalmente se ofrecerá una asesoría en cuanto al uso y el aroma más apropiado según los gustos y preferencias del cliente

Responsabilidad ambiental: Mi Caricia es un producto poco nocivo por el mismo hecho de que su ingrediente principal es el agua, esto hace que el producto no afecte al medioambiente.

No contiene sustancias tóxicas para el organismo humano o para animales menores, esto quiere decir, que al aplicarse el producto este no contamina.

### **2.1.3 Actividad.**

Mi Caricia es una empresa dedicada a la producción y comercialización de desinfectantes para piso, dedicado a los hogares y negocios del Centro Histórico de Quito ofreciendo al cliente un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades, mediante el esfuerzo conjunto y compromiso constante de desarrollo del talento humano y mejoramiento continuo de la gestión administrativa de la empresa lo que permitirá crear un ambiente óptimo de trabajo y obtener una justa rentabilidad

### 2.3 Tamaño de la empresa.

Mi Caricia es una microempresa que contará con tres áreas básicas: área administrativa, área de producción y área de servicio y ventas.

La empresa contará con:

- Gerente administrativo
- Jefe de Producción
- Comercialización
- Vendedor

### 2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Piramide de Maslow.



(SOCIOLOGOS, las-necesidades-de-hoy-son-las-mismas-que-propuso-maslow-en-su-piramide/, 2014)

#### 2.4.1 Necesidad de Seguridad

Mi Caricia cubre la necesidad de seguridad pues da la tranquilidad a la familia de sentirse protegida de bacterias, mantener un espacio limpio y libre de suciedad, pues ofrece limpieza, brillo y fresca fragancia, es decir nos vende a más de la desinfección de bacterias un hogar impecable y seguro para todos en casa. Este producto satisface la necesidad primaria de seguridad de un individuo y su familia para que no se sientan amenazados por enfermedades producidas por bacterias que no se pueden percibir a simple vista, este producto a más de cumplir con su objetivo también brinda belleza e impecabilidad para el hogar.



## **2.6 Filosofía empresarial**

### **2.6.1 Misión.**

Ser competitivo en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes por encima de sus expectativas.

### **2.6.2 Visión.**

En los próximos cinco años seremos la empresa y principal fabricante y comercializadora de desinfectantes de consumo masivo en el barrio San Salvador, sobresaliendo por la calidad y por un precio económico.

### **2.6.3 Objetivos.**

- Crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de desinfectantes en el Centro histórico de Quito.
- Alcanzar una rentabilidad considerable que nos permita competir eficientemente en el mercado.
- Disminuir el grado de insalubridad en el sector comercial.

### **2.6.4 Meta.**

Mi Caricia tiene como meta central determinar si es posible elaborar y vender los desinfectantes para la limpieza de los pisos con calidad, cantidad y costos requeridos llegando a diseñar una función de producción óptima mediante la utilización de los recursos disponibles (maquinarias, tecnologías, equipos, insumos, materias primas, suministros, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos, proveedores, etc.).

### **2.6.5 Estrategias.**

- Ofrecer servicios adicionales por la compra del producto como por ejemplo servicio a domicilio.
- Brindar una atención rápida los consumidores, eficiente y eficaz al cliente.
- Adquirir activos (equipo de laboratorio) que permitan que la empresa se mantenga en constante funcionamiento.
- Implantar un diseño innovador y creativo en cuanto a ambientes y atención.

### **2.6.6 Políticas.**

- Todo el personal de cada uno de los macro procesos participará en el fortalecimiento y desarrollo organizacional.
- Se desarrollará un producto de alta calidad, innovador a un precio accesible.
- Se dispondrá de la mejor maquinaria para la elaboración del producto.
- Se incrementará el nivel de conocimiento del personal.
- Se definirá que el proyecto servirá para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.
- El personal se encargará del control de desechos a fin de evitar daños ambientales.
- Existirá un ambiente que favorezca el desarrollo y motivación de sus empleados.
- Se evaluará periódicamente el desempeño del personal.
- No se reemplazará los materiales que constan en el inventario con otros sustitutos supuestamente más baratos.
- Se optimizará de la Mano de Obra Directa mediante capacitación.
- Se cumplirá y hará cumplir el manual de actividades.

### **2.6.7 FODA.**

#### ***Fortalezas.***

- Precio competitivo en el mercado
- Fácil manejo en el momento de elaborar desinfectantes
- Personal calificado para la producción
- Requiere poco capital de inversión

#### ***Oportunidades.***

- Facilidad de adquisición y precio de los productos
- Innovación de nuevos canales de distribución
- Falencias en el producto y servicio post-venta de la competencia

### ***Debilidades.***

- Producto nuevo en el mercado
- Competir con marcas posicionadas en el mercado
- Falta de experiencia en el proceso de distribución
- Al ser nuevo en el mercado el posicionamiento de la marca es deficiente porque el producto es nuevo en el mercado.

### ***Amenazas.***

- Ingreso de nuevos competidores
- Empresas con gran trayectoria y experiencia en la elaboración y comercialización de insumos de limpieza.
- Competencia agresiva y desleal

## **2.7 Desarrollo organizacional**

### **2.7.1 Tipo de Estructura.**

#### ***Diferenciación.***

Mi Caricia su forma de comunicación será de tipo vertical, pues la jerarquía queda perfectamente definida. También la responsabilidad de cada puesto, ya que aparece la persona que lo dirige. De esta forma, está claro quién manda y quién debe responder en cada momento

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- **Nivel Gerencial**
  - Gerente Administrativo
- **Nivel Operativo.**
  - Jefe de producción
  - Obrero
  - Comercialización
  - Vendedor

### **2.7.2 Formalización.**

La microempresa mantendrá un proceso organizado del negocio, a fin de obtener siempre una mejora en las funciones de investigación y desarrollo, diseño, producción, marketing, distribución y servicio al cliente. El análisis de la cadena de valor será un factor clave del éxito y se desarrollará ofreciendo un nivel de desempeño mejor que el de nuestros competidores por costo, eficiencia, innovación o calidad, manteniendo así una ventaja competitiva en el mercado.

La constitución de la Microempresa se efectuará acogiéndonos a la elección más propicia, de acuerdo a las normativas emitidas, por lo cual se establece como una microempresa.

### **2.7.3 Centralización – Descentralización.**

Mi Caricia centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

### **2.7.4 Integración.**

La integración organizacional se basará en definir los parámetros de atención a los clientes.

Integrar los objetivos de los empleados a los organizacionales.

Capacitar al personal de una forma continua.

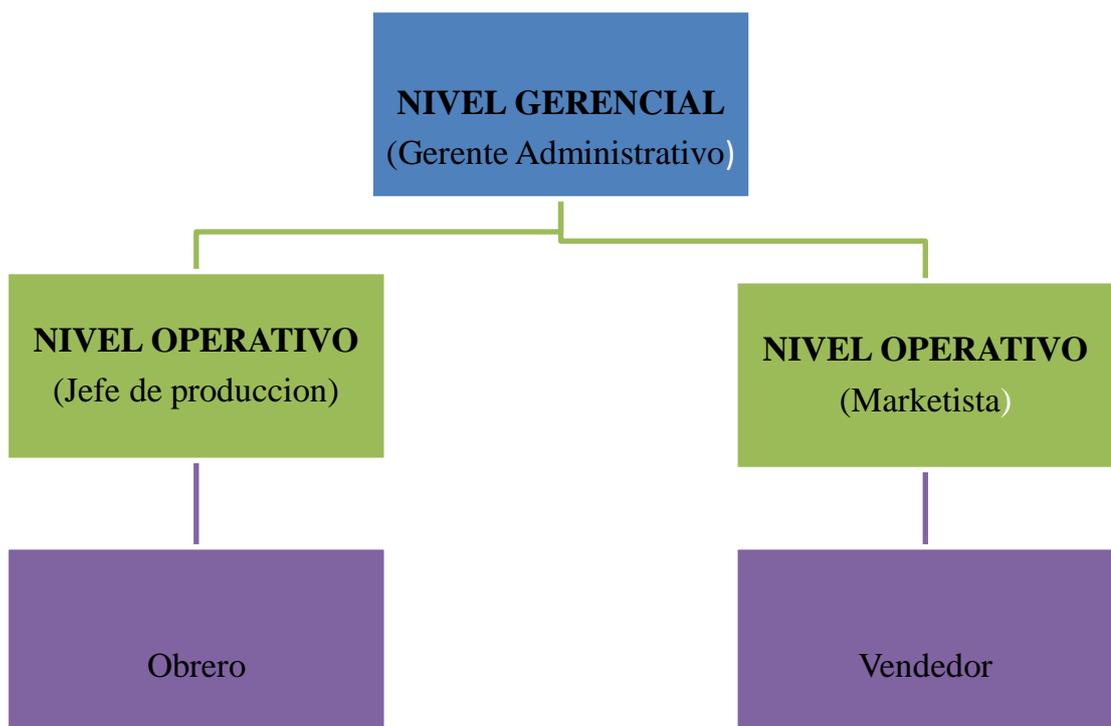
Sacando a relucir la competencia, cortesía, disponibilidad, confiabilidad, sensibilidad, buena presentación, habilidad para responder y comunicación como sus características de atención al público.

Buscando la identificación del empleado con la empresa para que se sienta motivado a cumplir con la empresa sabiendo que por esto cumple con el mismo.

Buscando que cada empleado ingrese a cursos o jornadas que le permitan ofrecer los productos con profesionalismo, esmero y cortesía

## 2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial Mi Caricia



-Madrid, L. (2022). *Organigrama empresarial Mi Caricia*. Quito.

## 2.9 Funciones del personal

### PERFIL N.1 GERENTE ADMINISTRATIVO

Tabla 1. Perfil, gerente Administrativo

<b><i>PUESTO: GERENTE ADMINISTRATIVO</i></b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>
<b>Nombre del titular del puesto:</b>
<b>Dedicación horaria semanal: 40 horas</b>
<b>Remuneración Bruta: \$ 600</b>
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:</b>
Administrar los negocios y bienes de la empresa
<b>PRINCIPALES ACCIONES:</b>
Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa, con la participación del personal en el que se determinan la visión, misión, políticas, los principios y valores, objetivos y estrategias.
Dirigir la formulación de los planes operativos anuales, en el que se fijan los objetivos y metas para cada área.
Formular las políticas institucionales de gestión e informar los responsables para su aplicación.
<b>ATRIBUTOS PERSONALES PARA DESEMPEÑARSE EN EL PUESTO</b>
<b>Requisitos formales (mínimos excluyentes)</b>
<b>Edad:</b> no inferior a 23 años.
<b>Nacionalidad:</b> ecuatoriana
<b>Mínima excluyente:</b> Nivel superior completo y estudios en la materia atinente a las funciones.
<b>Experiencia</b>
<b>Mínima excluyente:</b> Experiencia laboral o estudios atinentes a las funciones.
<b>Deseable:</b> Acreditar 1 año de experiencia en funciones similares a las del puesto.

Madrid, L. (2022). *Atributos a considerar gerente Administrativo*. Quito.

Tabla 2. Perfil, Jefe de Producción

• **PERFIL N.2 JEFE DE PRODUCCIÓN**

<i>PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN</i>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>
Nombre del titular del puesto:
Dedicación horaria semanal: 40 horas
Remuneración Bruta: \$ 500
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:</b>
Procesos productivos, para lograr a eficiencia y un producto de calidad.
<b>PRINCIPALES ACCIONES:</b>
Supervisar los procesos de producción.
Verificar la calidad de los insumos utilizados para mantener el nivel de calidad impuesto por la empresa.
Controlar y supervisar los temas relacionados con los procesos, informes, quejas, utilización de maquinarias, etc.
Verificar el nivel de producción, así como la capacidad de producción ofrecida y requerida por la empresa.
<b>ATRIBUTOS PERSONALES PARA DESEMPEÑARSE EN EL PUESTO</b>
<b>Requisitos formales (mínimos excluyentes)</b>
<b>Edad:</b> no inferior a 24 años.
<b>Nacionalidad:</b> ecuatoriano
<b>Formación</b>
<b>Mínima excluyente:</b> Nivel superior completo y estudios o experiencia laboral en la materia atinente a las funciones. Superior, Ingeniero químico
<b>Experiencia</b>
<b>Mínima excluyente:</b> Experiencia laboral o estudios en la materia atinente a las funciones.
<b>Deseable:</b> Acreditar 3 años de experiencia en funciones similares a las del puesto.

Madrid, L. (2022). *Atributos a considerar Jefe de Producción*. Quito.

- **PERFIL N.3 OBRERO**

Tabla 3. Perfil, Obrero

<b><i>PUESTO: OBRERO</i></b>
<b>SISTEMA DE SELECCIÓN: GENERAL</b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>
Nombre del titular del puesto: -----
Dedicación horaria semanal: 40 horas
Remuneración Bruta: \$ 425
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:</b>
Ser responsable de la bodega y entregar la mercadería a tiempo y en buenas condiciones
<b>PRINCIPALES ACCIONES:</b>
Retiro De mercadería
Envío de la mercadería a los transportes
Clasificar la mercadería de acuerdo con los pedidos de los clientes y verificar
Verificar la entrega de la mercadería al cliente
Realizar un previo chequeo con respaldos de documento
Reportar los stock de mercadería a producción
Arreglar la bodega y la limpieza del local.
Retirar mercadería en consignación de los clientes
<b>ATRIBUTOS PERSONALES PARA DESEMPEÑARSE EN EL PUESTO</b>
<b>Requisitos formales (mínimos excluyentes)</b>
<b>Edad:</b> 18 en adelante
<b>Nacionalidad:</b> ecuatoriana
<b>Formación</b>
<b>Mínima excluyente:</b> Bachiller,
<b>Experiencia:</b> experiencia laboral en almacén y bodega.
<b>Mínima excluyente:</b> Experiencia laboral en las funciones.
<b>Deseable:</b> Acreditar 1 años de experiencia en funciones similares a las del puesto.

Madrid, L. (2022). *Atributos a considerar Obrero*. Quito.

• **PERFIL N.4 VENDEDOR**

Tabla 4. Perfil, Vendedor

<b><i>PUESTO: VENDEDOR</i></b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>
Nombre del titular del puesto: Desconocido
Dedicación horaria semanal: 40 horas
Remuneración Bruta: \$ 450
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:</b>
Ejecutar la venta del producto ya sea a minoristas o consumidores finales.
<b>PRINCIPALES ACCIONES:</b>
1. Programación y ventas
Programar el trabajo del día con el detalle de visitas, efectuar llamadas a clientes y seleccionar material de promoción o publicidad que se requiere llevar.
Visitar a los minoristas y averiguar sobre los requerimientos de nuestro producto en el mercado.
Elaborar guías para la entrega del producto
Entregar los productos y hacer firmar la guía
Acordar fechas de visitas posteriores para entrega.
Elaborar reporte diario de visitas a negocios y hogares.
2. Tareas administrativas
Atención al cliente
Retirar las facturas de bodega y proceder a retirar por clientes
Orientar en las gestiones que vienen a realizar y poniendo en contacto con personas que pueden atenderlas.
Enviar los pedidos correctamente codificados.
3. Cobranzas
Llevar la cartera de cobranzas
Recuperar carteras vencidas
Hacer efectivo el cobro
Entregar reporte de cobros y depósitos al gerente financiero.

Madrid, L. (2022). *Atributos a considerar vendedor* Quito.

- **PERFIL N.5 Comercializadora**

Tabla 5 . Perfil, Comercializadora

<i>PUESTO: Comercialización</i>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>
<b>Dedicación horaria semanal: 40 horas</b>
<b>Remuneración Bruta: \$ 450</b>
<b>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:</b>
Efectuar las promociones de venta y canales de distribución
<b>PRINCIPALES ACCIONES:</b>
Elaborar las vías para entrega de material de promoción
Elaborar los reportes diarios de visitas efectuadas a clientes con indicación e productos
Atención al cliente / Retirar las facturas de bodega y proceder a retirar por clientes
Orientar en las gestiones poniendo en contacto con personas que pueden atenderlas.
Enviar los pedidos correctamente codificados.
<b>ATRIBUTOS PERSONALES PARA DESEMPEÑARSE EN EL PUESTO</b>
<b>Requisitos formales (mínimos excluyentes)</b>
<b>Edad:</b> 24 en adelante
<b>Nacionalidad:</b> ecuatoriana
<b>Formación:</b> Nivel superior completo y estudios atinente a las funciones. Ing. Comercial
<b>Mínima excluyente:</b> Experiencia laboral o estudios en la materia atinente a las funciones.
<b>Deseable:</b> Acreditar 3 años de experiencia en funciones similares a las del puesto.

Madrid, L. (2022). Atributos a considerar Comercializadora Quito.

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **3.1 Objetivo de mercadotecnia**

Determinar el grado de aceptación de los desinfectantes en el mercado, así como la capacidad de oferta, demanda que tenga la empresa y de la misma manera llegar al público objetivo al cual se pretende obtener con todas sus

características a corto, mediano y largo plazo, todo este estudio encaminado a ofrecer un mejor servicio.

### **3.2 Investigación de mercado**

La investigación de Mi Caricia será sustentada mediante los tipos de investigación que describen dos enfoques: cuantitativo y cualitativo

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías a través de encuestas.

El enfoque cualitativo usa la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación a través de una investigación exploratoria (entrevistas a profundidad), basados en los objetivos específicos del diseño de investigación los cuales permitirán la obtención de información relevante para la toma de decisiones del proyecto.

La investigación cuantitativa como uno de los principales métodos que ayudan a cuantificar los datos obtenidos y aplicado en base a análisis estadísticos

Para el caso de la investigación cuantitativa se utilizará como herramienta la encuesta, que permite mediante un análisis estadístico obtener información importante para la toma de decisiones.

#### **3.2.1 Modalidad.**

La herramienta seleccionada para ejecutar el estudio de tipo cuantitativo es la encuesta, se realizaron 382 encuestas, dentro de ella constan ocho preguntas, las cuales responden a los objetivos de investigación

### **3.3 Plan de Muestreo**

Una vez desarrollada la fórmula se obtuvo una recomendación de 381.85 encuestas a los hogares del sector, pero se aplicaron 382, para lo cual se elaboró un cuestionario mismo que constó de ocho preguntas, tal como se puede evidenciar.

Se realizó un total de 382 encuestas en el sector centro de la ciudad de Quito, mediante un muestreo estratificado por rango de edad adultos de entre 25 y 44 años, considerando el porcentaje actual que presenta el INEC, manteniendo así una equidad entre el género de los encuestados. A continuación, se detallan los hallazgos más relevantes encontrados durante la ejecución del presente estudio conociendo las preferencias y exigencias del cliente, las limitaciones o barreras que tiene el cliente a la hora de adquirir productos, la frecuencia con la que usa los productos, conocer la calidad, cantidad y el costo que el cliente desea al adquirir un producto.

**Fórmula**

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{z^2 \delta^2 + e^2 N}$$

**Dónde:**

- n** = tamaño de la muestra ?
- z** = Nivel de confianza 1,96
- δ** = máxima varianza 0,5
- N** = Población objetivo o meta 4.715
- e** = error muestral 0,05

**Cálculo:**

$$n = \frac{1,96 \quad 0,5 \quad 4.715}{1,96 \quad 0,5 \quad + \quad 0,05 \quad 4.715}$$

$$n = \frac{4.527,85}{12,74677}$$

<b>n = 382 ENCUESTAS</b>
--------------------------

### 3.4 Análisis de las encuestas

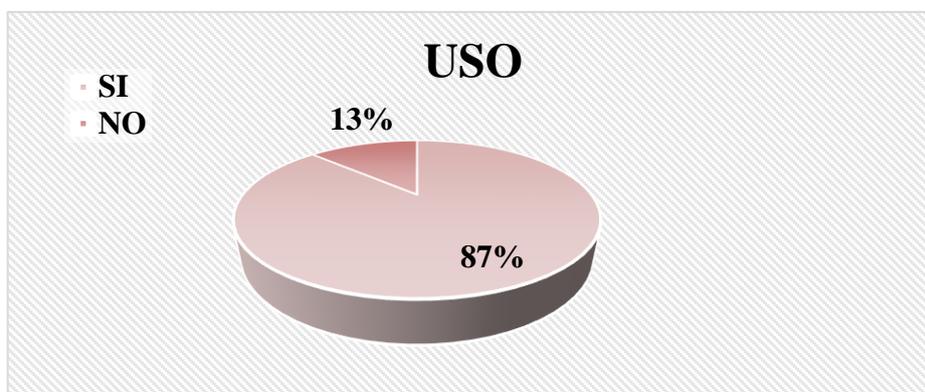
#### Pregunta 1.

Tabla 6. *Pregunta 1*

¿Utiliza usted desinfectantes para la limpieza de sus pisos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	336	13
NO	46	87
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). Utiliza usted desinfectantes para la limpieza de sus pisos?. Quito.

Ilustración 4. *Pregunta 1, gráfico circular.*



Madrid, L. (2022). *Pregunta 1, gráfico circular.* Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 87% utiliza desinfectantes para la limpieza de sus pisos con lo que se comprobaría la razón de ser de la producción de nuestro producto.

**Objetivo:** Conocer que cantidad de la población objetivo utiliza desinfectantes para pisos.

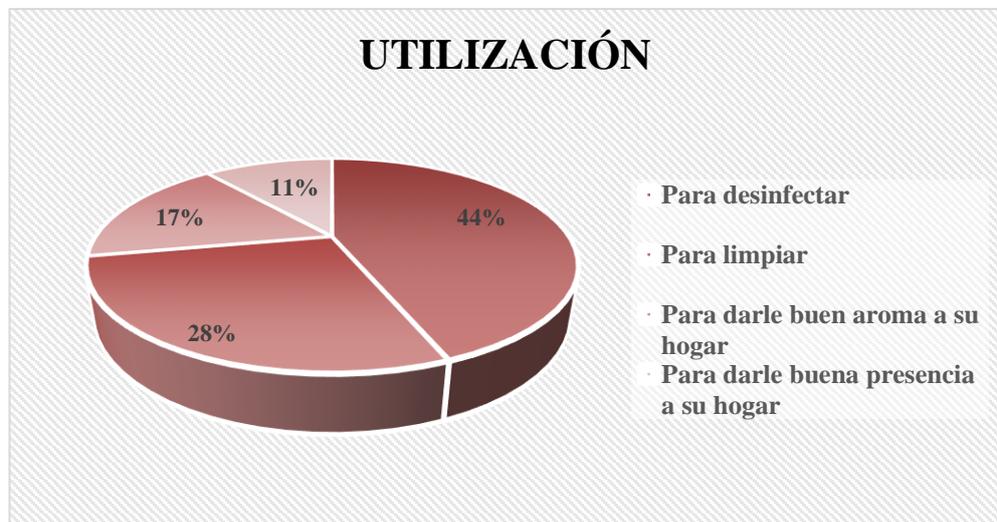
## Pregunta 2.

Tabla 7. Pregunta 2.

¿Para qué utiliza esta clase de productos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Para desinfectar	213	44
Para limpiar	139	28
Para darle buen aroma a su hogar	85	17
Para darle buena presencia a su hogar	56	11
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿ Para qué utiliza esta clase de productos?. Quito.

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.



Madrid, L. (2022). Pregunta 2, gráfico circular. Quito

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 44% utiliza desinfectantes para desinfectar, el 28% para limpiar, el 17% para darle buen aroma al hogar y el 11% para darle buena presencia.

**Objetivo:** Conocer para que actividades es destinada la utilización de los desinfectantes

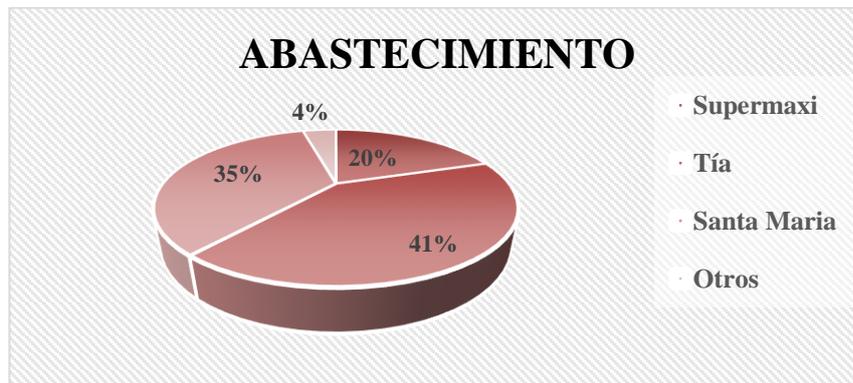
### Pregunta 3.

Tabla 8. Pregunta 3

¿Dónde adquiere este tipo de producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Supermaxi	89	20
Tía	178	41
Santa María	153	35
Otros	16	4
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿Dónde adquiere este tipo de producto?. Quito.

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.



Madrid, L. (2022). Pregunta 3, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 41% compra desinfectantes en el Tía, el 35% Santa María, el 20% en Supermaxi y el 4% en otros lugares de abastecimiento o vendedores ambulantes.

**Objetivo:** Conocer los centros de abastecimiento donde consiguen los desinfectantes los habitantes del sector

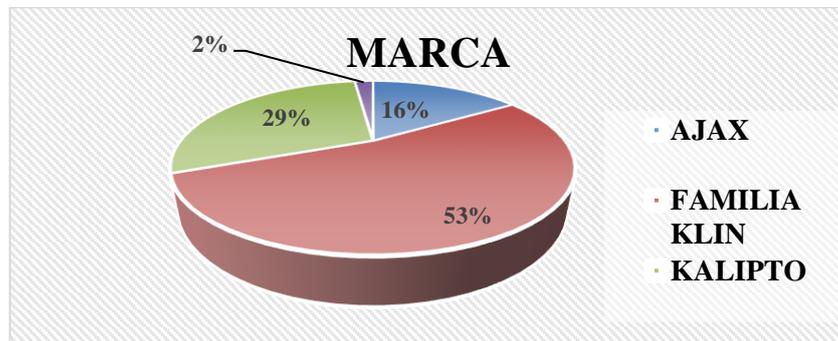
#### Pregunta 4.

Tabla 9. Pregunta 4

¿Qué marca prefiere para este tipo de producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Ajax	68	16
Familia Klin	231	53
Sanpic Kalipto	125	29
Otros	7	2
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿Qué marca prefiere para este tipo de producto? Quito.

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



Madrid, L J. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 53% prefiere la marca Familia Klin, el 29% Sanpic kalipto, el 16% usa marca Ajax y el 2% ninguna de las anteriores.

**Objetivo:** Conocer las marcas más utilizadas por los clientes.

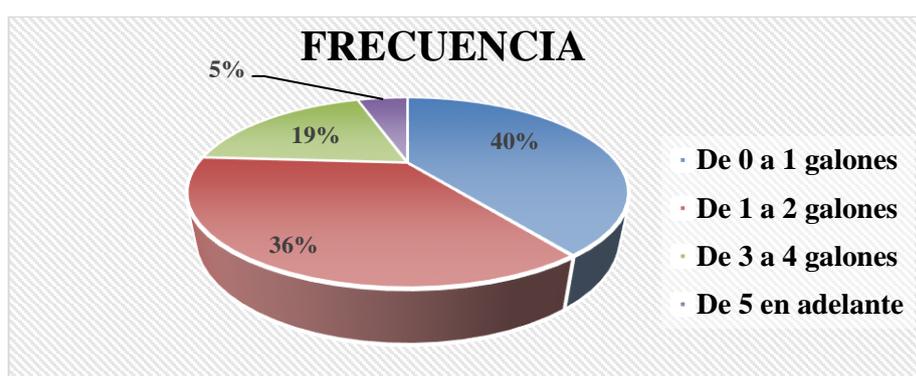
#### Pregunta 5.

Tabla 10. Pregunta 5

¿Cuántos desinfectantes usa al mes?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
De 0 a 1 galones	150	40
De 1 a 2 galones	132	36
De 3 a 4 galones	69	19
De 5 en adelante	20	5
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿Cuántos desinfectantes usa al mes?. Quito.

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.



Madrid, L. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 40% utilizan de 0 a 1 galones al mes, el 36% de 1 a 2 galones en el mismo periodo, el 19% de 3 a 4 galones y tan solo el 5% de 6 galones en adelante.

**Objetivo:** Conocer con qué frecuencia utilizan los desinfectantes en un periodo determinado.

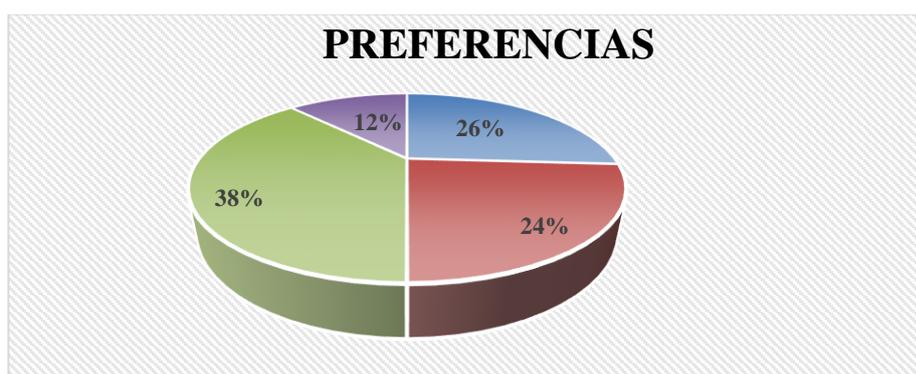
### Pregunta 6.

Tabla 11. Pregunta 6

De ofrecerle productos para el aseo de su hogar ¿cuáles serían sus preferencias?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Un aroma que perdure	140	26
Que cuide la piel	131	24
Que sea de calidad	200	38
Una buena presentación	64	12
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L (2022). De ofrecerle productos para el aseo de su hogar ¿cuáles serían sus preferencias? Quito.

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



Madrid L. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 38% prefiere que el producto sea de calidad, el 26% exige que el aroma perdure, el 24% que cuide la piel y el 12% que tenga una buena presentación.

**Objetivo:** Conocer las preferencias de los consumidores en el producto a ofrecerles.

### Pregunta 7.

Tabla 12. Pregunta 7

¿Qué limitaciones encuentra usted para usar un desinfectante germicida y bactericida?
---------------------------------------------------------------------------------------

RESPUESTA	CANTIDAD	%
El costo	154	27
El volumen	57	10
La consistencia	151	27
El aroma	110	19
Marca	95	17
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿Qué limitaciones encuentra usted para usar un desinfectante germicida y bactericida? Quito.

Ilustración 10. *Pregunta 7, gráfico circular*



Madrid, L. (2022). *Pregunta 7, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 27% limitaría el consumo de desinfectantes por el costo y la consistencia, el 19% por el aroma, el 17% por la marca y el 10% por el volumen.

**Objetivo:** Saber las barreras o limitaciones que pondría el encuestado al momento de adquirir un desinfectante para su hogar.

### Pregunta 8.

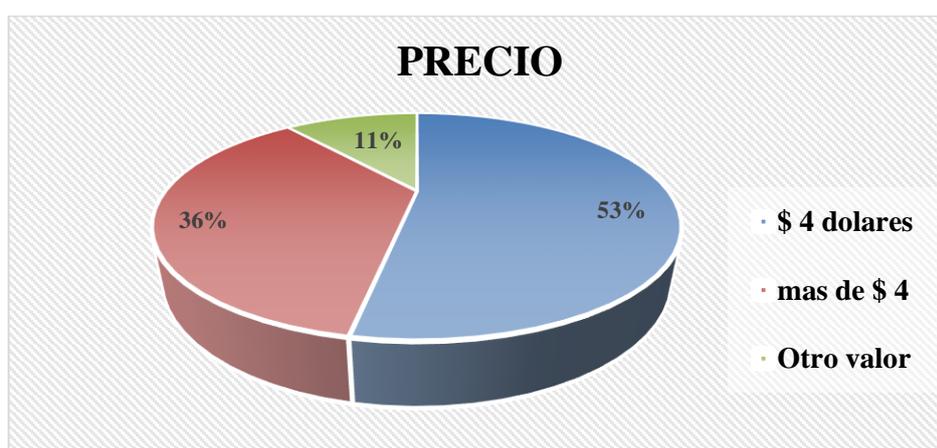
Tabla 13. *Pregunta 8*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un galón de desinfectante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$ 4, 00 dólares	203	53

Más de \$4, 00 dólares	136	36
Otro Valor	43	11
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Madrid, L. (2022). ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un galón de desinfectante? Quito.

Ilustración 11. *Pregunta 8, gráfico circular.*



Madrid, L. (2022). *Pregunta 8, gráfico circular.* Quito.

**Análisis:** Del total de las familias encuestadas se puede observar que el 53% pagaría 4,00 dólares por un galón de desinfectantes, el 36% pagaría más de 4,00 dólares y el 11% pagaría otro valor.

**Objetivo:** Identificar el valor que los consumidores estarían dispuestos a pagar por un galón de desinfectante.

### 3.4.1 Análisis General.

Con esta investigación se verifican las hipótesis específicas lo cual nos permite cumplir con los objetivos establecidos al inicio del proyecto.

Para la proyección de la demanda de los desinfectantes partimos de las siguientes consideraciones:

- Se aplicaron 382 encuestas de las cuales 336 contestaron que SI utilizan desinfectantes para la limpieza de sus pisos y 46 contestaron que NO.
- De igual manera se calcula en función de la cantidad de galones de desinfectantes que usan en 1 mes y se obtuvo que el 40% de la población usan de 0 a 1 galones.

El cuadro pretende mostrar que la demanda de estos productos a partir del año 2024 se mantendrá, toda vez que no se vislumbra que la capacidad adquisitiva de los ecuatorianos se mejore.

En fin, la resultante total de las características del producto para la fabricación y mantenimiento se refiere, por medio de las cuales el producto en uso es satisfactorio para las expectativas del cliente; tomando en cuenta las normas y especificaciones requeridas, realizando las pruebas pertinentes para verificar que el producto cumpla con lo deseado.

El Estudio de Mercado nos dice que es factible la implementación del Proyecto para la Producción y Comercialización de los desinfectantes para pisos, puesto que existe la necesidad, hay la demanda, se cuenta con el recurso para obtenerlo y con la promoción y publicidad que se le dé, influirá en la decisión de compra.

### **3.5 Entorno empresarial**

#### **3.5.1 Microentorno.**

Mi Caricia su microentorno comprende los factores en el área inmediata de operación que afectan su desempeño y la libertad de toma de decisiones.

Forman parte del microentorno de una empresa los competidores, clientes, canales de distribución, proveedores y el público

*Ilustración 12. Esquema microentorno Mi Caricia.*



Madrid, L.. (2022). *Esquema microentorno Mi Caricia*. Quito.

Ilustración 13. *Ubicación*.



Google Maps 2022

- **Competencia directa.**

Teniendo en cuenta que nuestro producto se encontrará direccionado en el cantón de Quito, nuestros únicos competidores estarán situados en el

mencionado cantón, siendo estos: Tips, Fabuloso, Olimpia, Kalipto.Familia Clean.

Productos que se encuentra con facilidad en tiendas o micro mercados.

### **Competencia indirecta.**

La mayoría de la marcas mencionadas han posicionado sus desinfectantes en las diferentes cadenas de supermercados como son: Aki, Mi Comisariato, y Tía.

Cadenas que se encuentran más alejados del sector y forman parte de una competencia indirecta.

### **Sustitutos.**

En el mercado existen productos que son elaborados con similares fines y utilidad, tales productos constan a continuación; detergentes, cloro, bactericidas, jabón detergente líquido, ambientales, etc. Los cuales se convertirían en las principales amenazas para nuestro producto, puesto que son competidores indirectos, mismos que reducirían nuestros posibles clientes potenciales.

### **Proveedores.**

Para no tener falencias en la producción del desinfectante en Mi Caricia tendremos una lista de proveedores de materia prima con las siguientes características:

Entrega de producto en menos de 24 horas

Calidad y precio garantizado

Crédito directo

Tabla 14. *Proveedores.*

Materia prima		
Proveedor	Productos	Dirección
Casa de los Químicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Color - anilina (vegetal)</li> <li>• Trietanolamina</li> <li>• Embudo</li> <li>• Termómetro</li> <li>• Equipo de laboratorio</li> </ul>	Av. América N18-17 Quito.
Disproquim S.C	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragancias</li> </ul>	América N16-40
Ecuavases	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frascos</li> <li>• Pipetas</li> </ul>	Av. América y Quito

Madrid, L. (2022). *Proveedores*. Quito.

### **Intermediarios.**

Se tomará en cuenta plataformas externas para la entrega del producto al consumidor final.

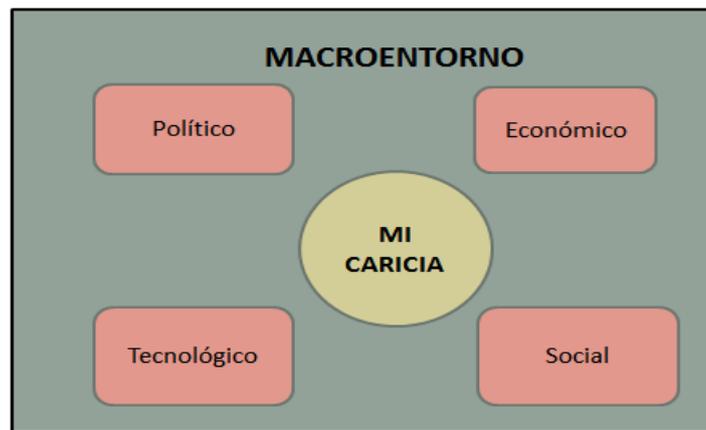
### **Clientes.**

Este será un lugar muy acogedor y con un excelente servicio lo que hará que los clientes nos busquen por la buena atención, Mi Caricia buscará posicionarse en los clientes a mediano y largo plazo realzando la calidad del producto, cuya ventaja competitiva es que es un producto eco-amigable y que precautela el bienestar del usuario y las personas del entorno, debido a que por ser libre de químicos no provocará alergias en las personas.

### **Macroentorno**

Al hablar de macroentorno de Mi Caricia nos referimos a todos aquellos aspectos del entorno que le afectan a pesar de no encontrarse exclusivamente en su sector.

Ilustración 14. *Esquema macroentorno Mi Caricia.*



Madrid,L. (2022). *Esquema macroentorno Mi Caricia*. Quito.

### **Factor Político.**

De acuerdo al último reporte de canasta básica actualizado a julio 2019, se informó que los productos de limpieza se encuentran incluidos en los veinticinco artículos de la canasta básica, como son los artículos para el hogar usados para limpieza y desinfección de acuerdo al reporte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos esta categoría está en continuo crecimiento por el tiempo de pandemia que estamos atravesando se podría considerar que es de uso fundamental.

### **Factor Económico.**

La crisis de la clase media es muy alta en la actualidad, no hay tendencias positivas puesto que los emprendedores se enfrentan a grandes retos y dificultades, estos son los efectos que la crisis sanitaria nos ha dejado y no solo a nivel central sino a nivel global.

Por esta razón Mi Caricia buscará reinventar rápidamente, entender las necesidades de los clientes y planificar la vida en tiempos de Covid-19 es sumamente importante conocer a profundidad las prioridades no satisfechas.

### **Factor Sociocultural.**

En Quito, así como en las otras grandes ciudades del Ecuador, las necesidades económicas han obligado a que todos los miembros de la familia salgan a trabajar para mantener o mejorar su nivel de vida, descuidando aspectos de su vida familiar, como es el tener limpia y ordenada sus viviendas.

Este proyecto de investigación tiene un enfoque social, con el objetivo de satisfacer las necesidades y requerimientos de aseo y limpieza de sus hogares generando fuentes de trabajo, por lo que es indispensable el estudio propuesto para identificar la factibilidad real de este proyecto de emprendimiento así como para tener un conocimiento previo del mercado, sus necesidades y exigencias

### **Factor Tecnológico.**

Este factor influye en el presente proyecto ya que se puede considerar inclusive el comercializar este tipo de productos vía online, debido a que existen respaldos por parte del gobierno del Ecuador respecto al comercio electrónico y hoy en día es muy común que las empresas den a conocer sus negocios a través del uso de medios digitales.

Una de las principales amenazas es, que en el mercado existen productos que son elaborados con similares fines y utilidad, tales productos constan a continuación; detergentes, cloro, bactericidas, jabón detergente líquido, ambientales, etc.

Las oportunidades que obtendremos en el elaboración de desinfectantes son que se usará materias primas de buena calidad y al usar acuosa nos resultara barato, accesible y además sus poderes desinfectantes serán mejores lo cual se convertirá en una oportunidad, también se entregará el producto a domicilio sin importar la cantidad requerida, será como un servicio adicional para acaparar mercado, Adicionalmente se ofrecerá una asesoría en cuanto al uso y el aroma más apropiado según los gustos y preferencias del cliente.

## **3.6. Producto y servicio**

Para la implementación de las estrategias del producto antes mencionado, se han considerado algunos factores los cuales influirán en la calidad del producto al igual que en los beneficios del producto y en la decisión de compra del usuario:

- No contiene agentes patógenos.
- No contiene sustancias químicas.
- No produce resequedad en las manos.
- Produce una acción efectiva en los espacios a sanitizar.

### **3.6.1 Producto Esencial.**

Disponer de una tecnología especial que nos permita producir y abastecer, a precios razonables y toda la cantidad necesaria para prestar un servicio a nuestros clientes en el Centro Histórico y así aumentar nuestra oferta, pero sin que exista variación en los precios.

### **3.6.2 Producto real.**

Mi Caricia ofrece un Desinfectante líquido, limpiador, diversos aromas desodorizantes, se lo utilizará en la limpieza de: pisos, paredes, baños, azulejos, mármol, madera y en áreas que requieren una desinfección más fuerte que la usual.

### **3.6.3 Características.**

Tendrá un alto poder: bactericida, fungicida y bacteriostático, permitiendo desinfectar tanto en las instituciones como hogares y las áreas hospitalarias amplias y sitios donde el riesgo de contaminación puede ser mayor que lo habitual.

Su fórmula tendrá un gran poder humectante como penetrante y dispersante, lo que facilitará la limpieza y desinfección de sitios difíciles como: hendijas, grietas y porosidades. Gran eliminador de grasas y suciedades.

No dañará ningún material ya que no es corrosivo.

### **3.6.4 Calidad.**

Es la resultante total de las características del producto y/o servicio en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento se refiere, por medio de las cuales el producto o servicio en uso es satisfactorio para las expectativas del cliente; tomando en cuenta las normas y especificaciones requeridas, realizando las pruebas pertinentes para verificar que el producto cumpla con lo deseado.

### **3.6.5 Estilo.**

Realizar modificaciones a sus estilos, colores, modelos, eliminación de los productos pasados de moda, observación del desarrollo de los productos elaborados por la competencia, su envase, accesorios del producto, de su eficiencia, sus características distintivas y su nombre.

### **3.7 Marca.**

La marca es el nombre del producto, servicio o empresa. Los consumidores asocian el producto a la marca; por esta razón el nombre debe ayudar a comunicar el posicionamiento del producto.

En segundo lugar expondremos la idea explicando los beneficios y puntos por los cuales consideramos que nuestro producto es una buena alternativa para los consumidores que buscan la desinfección y buen aroma en sus hogares.

#### **3.7.1 Producto aumentado.**

La estrategia a abordar estará basada en la diferenciación de nuestro producto mediante el precio, tamaño innovador y marca en relación a las características de los productos de la competencia.

### **3.8 Plan de introducción al mercado**

#### **3.8.1 Distintivos y Uniformes**

##### **Área Administrativa.**

El Gerente Administrativo, el Marketista y Vendedor no posee un uniforme específico.

## Área Operativa.

- **Jefe de producción y Obrero**

- Traje de protección
- Mascariila.
- Guantes
- Gafas
- Botas

Ilustración 15. Diseño uniforme Jefe de produccion.



Madrid;L. (2022). Diseño uniformJefe de Producción Quito.

## Imagotipo.

Ilustración 16. Imagotipo Mi Caricia.



Madrid, L. (2022). Imagotipo

Elementos a destacar:

- Se puede observar que el logo es un frasco de desinfectante que orienta la actividad de la empresa.
- Es un logotipo sencillo donde en primera instancia muestra su nombre Mi Caricia con su eslogan“Limpia más” como sinónimo de higiene.
- La tipografía es clara y perfectamente legible, sin serifas u ornamentos que podrían distraer nuestra atención.
- Se puede observar la imagen de una casa que es el lugar donde deseamos que llegue el producto.

Los colores usados:

- Color celeste de fondo.
- Color Verde claro con el nombre de la marca.
- Color azul que refleja el contenido en gotas grandes.
- El Imagotipo busca mostrar con claridad el porque de su producto y en este caso es desinfectar.

### Tarjetas de presentación.

En el reverso puede apreciarse el Imagotipo de la empresa

Ilustración 17. Anverso tarjeta de presentación



Madrid, L (2022). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

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

Ilustración 18. Anverso tarjeta de presentación



Madrid, L (2022). Anverso tarjeta de presentación. Quito

### **Hoja membretada.**

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 19. Hoja membretada



Madrid, L (2022). Hoja membretada. Quito.

### 3.8.2 Canal de distribución y puntos de ventas

Para la distribución se tomarán en cuenta dos canales de distribución. El primero desde la fábrica se entregará directamente a las bodegas ubicar los productos en bodegas tiendas y despensas y el segundo será directamente al consumidor final a través de un establecimiento como puede ser Uber Eats que cubre mayor cobertura que otras plataformas existentes.

- **Promoción.**

Como se trata de una empresa pequeña en iniciación promocionaremos nuestros productos en redes sociales, mencionando que serán de buena calidad, precios económicos y a inicios de nuestro negocio no se cobraría envíos, para que de tal forma a las personas les llame la atención y puedan adquirir de los mismos, además es muy necesario recalcar a los clientes que ellos podrán elegir sus propios aromas.

Adicional se informará todo el contenido del producto en la parte posterior en una etiqueta informativa.

La estrategia de la empresa consistirá en lograr un continuo crecimiento en las ventas, mediante la implementación de promociones en punto de venta, reforzando acciones publicitarias.

Realizar modificaciones a sus estilos, colores, modelos, eliminación de los productos pasados de moda, observación del desarrollo de los productos elaborados por la competencia, su envase, accesorios del producto, de su eficiencia, sus características distintivas y su nombre.

- **Contacto.**

Tarjetas de presentación.

E-mail.

WhatsApp.

Facebook.

Instagram

Twiter

- **Correspondencia.**

A través de email corporativo.

- **Negociación.**

Directa en el establecimiento.

A través de videoconferencia. (Zoom).

Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Formas	Cantidad	Valor
Tarjetas de presentación	100	\$5.50
Publicidad en Instagram	4 veces al mes	\$ 8.00
Publicidad en Facebook	4 veces al mes	\$10.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$23.50</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$285.00</b>

Madrid, L. (2022). Financiamiento publicidad. Quito.

### 3.6.1 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo al abrir un negocio en años anteriores nunca fue tarea fácil, ahora en muchos casos se considera algo habitual, montar una empresa en tiempos de pandemia pero esto conlleva riesgos añadidos.

Quien realmente se propusiera emprender debería extremar las precauciones para precautelar la salud de los futuros consumidores es que por esta razón debemos mantener medidas de bioseguridad tanto en atención al cliente como en el proceso de producción.

Este no es un producto innovador en su totalidad, se usarán materias primas de muy buena calidad y que casi no son usadas por los demás desinfectantes de la competencia, pero se ahorrará muchísimo al usar acuosa haciéndolo barato, accesible y además sus poderes desinfectantes serán mejores lo cual se convertirá en una oportunidad, también se entregará el producto a domicilio sin importar la cantidad requerida, será como un servicio adicional para acaparar mercado, adicionalmente se podría ofertar COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR un catálogo de fragancias escogidas por el usuario algo como

olores únicos y que les guste a los clientes como podrían ser: café, lluvia, tierra mojada, césped cortado, olor a nuevo, etc.

### **3.9 Fijación de Precios**

#### **3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.**

El precio es un elemento esencial del proceso de Marketing. Un precio excesivamente alto puede propiciar la aparición de competidores. Por el contrario, un precio muy bajo puede dañar la imagen del producto ya que el consumidor pensará que se le vende mala calidad.

El análisis de la empresa debe considerar fundamentalmente cuatro aspectos sobre el precio:

- El precio en relación a los competidores.
- La distribución de las ventas según el precio en relación a los competidores.
- La elasticidad del precio para el producto estudiado; es decir, si ante un aumento del precio las ventas disminuyen; o si por el contrario, las ventas se mantienen básicamente constantes ante una variación del precio.
- La estructura de costos del producto

A continuación, se presentan los costos de dos presentaciones:

- Presentación de galón
- Presentación de litro

- **Desinfectante en presentación de galón**

Tabla 15 . Desinfectante de galón producción estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		ESTÁNDAR DE COSTOS DE PRODUCCIÓN			
		NOMBRE DEL PRODUCTO		DESINFECTANTES	
		PRESENTACIÓN:		GALÓN	
COSTO DE MATERIAS PRIMAS POR GALÓN					
MATERIA PRIMA	KILO	COSTO POR KILO	COSTO POR GRAMO	GRAMO POR GALÓN	COSTO GALÓN
DESINFECTANTE					
Agua	Litro	2.000	0.0020	3	0.006
Anilina Vegetal	KILO	16.000	0.0160	3	0.048
Trietanolamina	KILO	6.500	0.0065	6	0.039
Fragancia	KILO	17.500	0.0175	7	0.123
Edta	KILO	2.150	0.0022	2	0.004
Cmc instantáneo	KILO	12.500	0.0125	6	0.075
Benzoato de Sodio	KILO	8.250	0.0083	6	0.050
Detersin	KILO	18.500	0.0185	50	0.925
Amoniaco	KILO	2.850	0.0029	2	0.006
Propilen Glicol	KILO	18.500	0.0185	8	0.148
ArKopal	KILO	18.750	0.0188	8	0.150
Envase	unidad				0.200
Galón	unidad				0.030
<b>TOTAL</b>					<b>1.80</b>
				<b>TOTAL BRUTO</b>	1.800
				<b>5% Imprevistos</b>	0.090
				<b>Total Neto</b>	1.890
				<b>Gasto de Fabricación 5%</b>	0.095
				<b>Factor costo 5%</b>	0.095
				<b>M.O. 5%</b>	0.009
				<b>G. Admin 6%</b>	1.134
				<b>10% utilidad</b>	0.567
				<b>Subtotal</b>	3.789
				<b>12% IVA</b>	0.455
<b>Total</b>	4.244				

Tabla 16 . Desinfectante de litro producción estándar de costos.

	<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>				
	<b>ESTÁNDAR DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>				
	<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>		<b>DESINFECTANTES</b>		
	<b>PRESENTACIÓN:</b>		<b>LITRO</b>		
<b>COSTO DE MATERIAS PRIMAS POR LITRO</b>					
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>KILO</b>	<b>COSTO POR KILO</b>	<b>COSTO POR GRAMO</b>	<b>GRAMO POR LITRO</b>	<b>COSTO LITRO</b>
<b>DESINFECTANTE</b>					
Agua	Litro	2.000	0.0020	1	0.002
Anilina Vegetal	KILO	16.000	0.0160	1	0.016
Trietanolamina	KILO	6.500	0.0065	0.67	0.004
Fragancia	KILO	17.500	0.0175	1.67	0.029
Edta	KILO	2.150	0.0022	0.33	0.001
Cmc instantáneo	KILO	12.500	0.0125	1.67	0.021
Benzoato de Sodio	KILO	8.250	0.0083	3	0.025
Detersin	KILO	18.500	0.0185	5.67	0.105
Amoniaco	Litro	2.850	0.0029	0.33	0.001
Propilen Glicol	KILO	18.500	0.0185	1.67	0.031
ArKopal	KILO	18.750	0.0188	1.67	0.031
Envase	unidad				0.100
Galón	unidad				0.020
<b>TOTAL</b>					<b>0.39</b>
				<b>TOTAL BRUTO</b>	0.390
				<b>5% Imprevistos</b>	0.020
				<b>Total Neto</b>	0.410
				<b>Gasto de Fabricación 5%</b>	0.041
				<b>Factor costo 5%</b>	0.135
				<b>M.O. 5%</b>	0.082
				<b>G. Admin 6%</b>	0.246
				<b>10% utilidad</b>	0.123
				<b>Subtotal</b>	1.036
				<b>12% IVA</b>	0.124
				<b>Total</b>	<b>1.160</b>

Madrid, L. (2022). Desinfectantes detalle estandar de costos. Quito.

### 3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 17. Arriendo del local.

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
<b>Pago Mensual</b>	<b>Pago Semestral</b>	<b>Pago Anual</b>
\$250	\$1500	\$3000

Madrid, L. (2022). Arriendo del local. Quito.

- **Equipos industriales.**

Tabla 18. Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Embudo	2	\$8.00	\$16
Termómetro 0-150grados	2	\$58.00	\$116
Vaso de Precipitación 1000ml	3	\$9	\$27
Probeta plástica	3	\$24	\$72
Pipeta 5ml	3	\$46.00	\$138
Agitador vidrio 8x30	3	\$11	\$33
<b>TOTAL</b>			<b>\$502</b>

Madrid, L. (2022). Equipos industriales.

- **Equipos de computación.**

Tabla19. Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadora	1	\$750	\$750
Impresora EPSON	1	\$280	\$280
<b>TOTAL</b>			\$1030

Madrid, L. (2022). Equipos de computación.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 20. Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Mesa de Trabajo	1	\$250.00	\$250
Estanterías	3	\$375.00	\$1125
Mueble de compuestos	3	\$50.00	\$150
Mueble para despacho y cobro	2	\$150	\$300
Escritorio	2	\$110.00	\$220
Silla Giratoria	2	\$90.00	\$180
Sillas	4	\$60.00	\$240
<b>TOTAL</b>			<b>\$2465</b>

Madrid L. (2022). Muebles y enseres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 21. Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
<b>TOTAL</b>			\$66.64

Madrid L. (2022). Equipos industriales de seguridad. Quito

Tabla 22. Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Resma de papel bond de 500 hojas	3	\$3.24	\$9.72
Esferos punta fina marca BIC (azul y negro)	6	\$0.35	\$2.10
Lápices marca EVOLUTION BIC	2	\$0.15	\$0.45
Marcadores permanentes marca BIC	3	\$0.90	\$2.70
Borradores blancos marca BIC	1	\$0.44	\$0.44
Archivadores grandes	2	\$2.20	\$4.40
Cinta adhesiva mediana	1	\$1.31	\$1.31
Caja de clips	1	\$1.20	\$1.20
Caja de grapas medianas (5000 unidades)	3	\$3.10	\$9.30
Cuaderno espiral grande de 100 hojas ANDALUZ	2	\$1.80	\$3.60
Cartuchos para impresora inyección a tinta	1	\$30	\$30
Calculadoras pequeñas	1	\$3.50	\$3.50
<b>TOTAL</b>			\$68.72
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$274.88

Madrid, L. (2020). Suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 23. Servicios básicos

CONCEPTO	Unidad Medida	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	m <sup>3</sup>	\$12.34	\$148.08
Luz	kW/h	\$11.00	\$132.00
Teléfono	min	\$17.49	\$209.82
Internet	mensual	\$18.00	\$216.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$58.83</b>	<b>\$705.90</b>

- Madrid, L. (2022). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla24. Materiales de limpiez

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	4	\$4.95	\$19.80
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	2	\$12.00	\$24.00
Fibra/lustre	4	\$0.90	\$3.60
España lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	4	\$1.75	\$7.00
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	4	\$2.50	\$10.00
Jabón líquido manos 1 Gal	2	\$5.99	\$11.98
Papel higiénico jumbo 200 metros	6	\$1.00	\$6.00
Toalla de papel	3	\$3.50	\$10.50
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	2	\$9.50	\$19.00
<b>TOTAL</b>			\$127.98
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$383.94

Madrid, L. (2022). Materiales de limpieza. Quito.

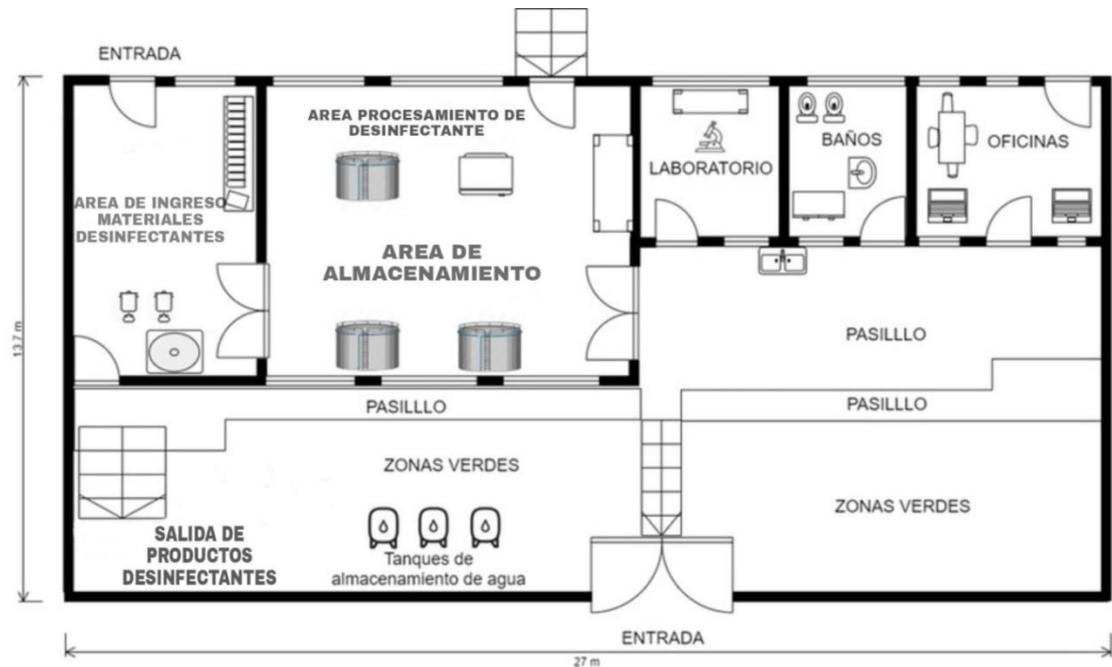
### 3.11 Estudio arquitectónico

La distribución de la empresa es la ordenación física que comprende los espacios necesarios para la organización del trabajo de cada una de las áreas, el almacenamiento de la materia prima, etc.

El diseño de la planta es abierta en oficinas, con un área grande de trabajo con escritorios, estanterías multifuncionales, lo más apropiado para facilitar la comunicación entre los empleados y a la vez este espacio nos ayudaría a ofrecer una mejor atención al cliente.

### **Estructura interna del establecimiento.**

Ilustración 20. Estructura del establecimiento.



Madrid, L. (2022). Estructura del establecimiento. Quito.

## **4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar la empresa Mi Caricia y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- 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.

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso el Municipio de Quito. Los requisitos que se solicitan son

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad
- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

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

## **5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL**

### **5.1 Objetivo de área**

Mi Caricia trata de buscar la viabilidad del proyecto considerando las posibles consecuencias que este cree en un futuro al medio ambiente, para de esta manera tomar las medidas pertinentes que mitiguen estas consecuencias que se deriven del mismo al ecosistema.

Como es conocido todo proyecto que es puesto en marcha debe realizar una evaluación ambiental que asegure que este no será perjudicial para el ecosistema. Tomando en cuenta que los recursos naturales no son bienes ilimitados y que los residuos sólidos, líquidos o gaseosos de nuestro sistema de vida conllevan un grave riesgo para la salud del planeta, incluido lógicamente el hombre.

La actuación negativa sobre el medio ambiente que ha caracterizado a los sistemas productivos, se ha ejercido desde diferentes niveles.

Los efectos pueden ser positivos o negativos y se pueden clasificar en: efectos sociales, efectos económicos, efectos tecnológico-culturales y efectos ecológicos.

### **5.2 Impacto ambiental**

#### **Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar**

Los problemas de tipo medioambiental que **Mí Caricia** puede dividirse en tres impactos ambientales:

Contaminación del Aire

Contaminación del Suelo.

Contaminación del Agua.

### **La contaminación del aire**

En la fase del transporte se produce por el ingreso de vehículos a la planta con la materia prima; el motor produce emisiones de monóxido de carbono, hidrocarburos y óxidos de nitrógeno que son eliminados por el tubo de escape de los vehículos, los mismos que se emiten a la atmósfera con efectos nocivos a la salud generando enfermedades respiratorias.

También en la fase de recepción de la materia prima y almacenamiento por el manejo inadecuado de las condiciones ambientales de las sustancias utilizadas.

### **Contaminación del Suelo**

El derrame o goteo de sustancias se origina por contenedores mal sellados, contenedores desgastados, válvulas defectuosas, que permiten las fugas.

Esto también puede pasar en el almacenamiento por lo que es importante llevar vigilancia permanente del área.

Tanto en la etapa de recepción como almacenamiento se identifica un impacto

Moderadamente Significativo porqué las acciones que produce el impacto no son frecuentes si no ocasionales o eventuales; si se produjera tal evento la cantidad de derrame afectaría rápidamente en la contaminación del suelo.

Así mismo se identificó la contaminación del suelo Poco Significativa en el

área de etiquetado; para el proceso se utiliza, papel, etiquetas, cintas de embalaje para el producto final y en el área de envasado se utilizan botellas de plástico, tapas los desechos de estos insumos son acumulados en las afueras de las instalaciones porque no poseen una área específica y adecuada para el almacenamiento de los desechos sólidos, ni recipientes rotulados, esto

genera basura, olores desagradables, que están en contacto directo con el suelo.

### **Contaminación del Agua.**

En el proceso de envasado por el exceso de llenado se elimina sin ningún tratamiento a través de tuberías que desembocan en el sistema de alcantarillado.

La limpieza y mantenimiento de las máquinas utilizadas se realiza una vez al mes, con agua, detergente estos efluentes son conducidos por los desagües sin ningún tratamiento a la alcantarilla.

Ilustración Evaluación ambiental

		OBTENCIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA											APLICACIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA			RECICLAJE			SUMATORIA		
MAGNITUD: 10= GRANDE 5 = MEDIANO 1 = PEQUEÑA	IMPACTO	ACTIVIDADES	COMPRAS DE PRODUCTOS PROFESIONALES	TRASLADO DE PRODUCTO A FABRICA	TRASLADO DEL PERSONAL	LIMPIEZA Y DESINFECCION	LAVADO DE MUEBLES Y EQUIPOS	DESINFECCION COVID19	ELIMINACION DE DESECHOS	MANTENIMIENTO DE FABRICA	RECICLAJE MATERIALES ORIGINA	FUNDAS PLASTICAS PARA BASURA	SUMATORIA NEGATIVA	SUMATORIA POSITIVA	SUMATORIA TOTAL						
			ACTIVIDADES FISICAS Y QUIMICAS	SUELO	CONTAMINACION QUIMICA	4	7	5	-1	-4	-2	-1	0	4	8	0	2	10			
CAMBIO S FISICO S	6	8			7	-4	-6	-6	-2	4	4	4	7	0	1	10					
ALTERACION MICROBIOLOGICA	8	8			6	-5	-8	-6	-5	4	4	8	8	0	1	10					
AIRE	CONTAMINACION QUIMICA	6		7	9	-5	-6	-1	-1	0	9	1	8	0	2	10					
	CAMBIO S FISICO S	8		7	9	-1	-5	-2	-2	4	4	1	8	0	2	10					
	GEN ERACION DE RUIDO	8		7	9	-5	-8	-8	-5	4	4	9	10	0	1	10					
	GEN ERACION DE CALOR	8		8	9	-5	-6	-2	-2	4	4	9	9	0	2	10					
AGUA	EMISION DE OLORES	8		8	7	-6	-8	-8	-2	4	4	7	9	0	1	10					
	CONSUMO	8		7	9	-5	-6	-2	-1	0	9	1	10	7	3	10					
	CONTAMINACION QUIMICA	8		7	9	-5	-6	-8	-1	4	4	9	10	0	1	10					
CONDICIONES BIOLÓGICAS	FLORA Y FAUNA	5		7	9	-5	-1	-5	-4	-1	0	1	8	7	3	10					
	PERDIDA DIVERSIDAD	5		7	9	-1	-1	-2	-1	0	9	8	1	7	3	10					
CONDICIONES SOCIALES	SOCIAL	0	7	8	-1	-4	-2	-1	0	9	1	4	6	4	10						
		GENERACION DE EMPLEO	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	0	10	10						

Madrid, L. (2022). Evaluación Ambiental.

## **Medidas para contrarrestar los impactos generados por Mi Caricia.**

Se incluirán las acciones tendientes a minimizar los impactos ambientales negativos potencialmente generados en el proceso de envasado de desinfectantes el mejoramiento de áreas y manejo de desechos no peligrosos.

El objetivo es prevenir, disminuir y/o mitigar los posibles impactos ambientales en la actividad de envasado y sellado de desinfectantes de la planta. Minimizar los posibles impactos y aplicar la normativa ambiental vigente los responsables son el Personal de operaciones, administrador y el responsable ambiental encargado.

### **5.3 Impacto social**

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Lo que buscamos con la responsabilidad social de la empresa Mi Caricia se busca la excelencia en el seno de esta, atendiendo con especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos, sin dejar de lado al medio ambiente que nos rodea y las consecuencias de no aplicar este concepto.

## **6. PROCESO FINANCIERO**

### **6.1. Introducción**

En el Estudio Financiero se analizan en detalle las inversiones del proyecto tanto aquellas que se realizan con anticipación a la puesta en marcha como las que se van a realizar durante la operación.

Las inversiones que se realizaron en la puesta en marcha se agruparon en inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo. Este último es muy importante ya que sin ser un activo fijo o diferido es el que garantiza el funcionamiento del proyecto dentro de su ciclo productivo

## 6.2 Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa.

**Tabla 25.** Activos Fijos.

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Equipos Ind./ seguridad	568.64
Equipos de Computación	1030.00
Muebles - enseres	2465.00

**Elaborado por:** Lupe Madrid

## 6.3. Activos diferidos

Conciernen a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que en este caso, se la instaura como Sociedad Acción Simplificada lo que representa que la inscripción es gratuita, los gastos legales serán de \$100, el permiso de funcionamiento de \$73,00 y las patentes municipales de \$80,00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$253.00.

**Tabla 26.** Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0.00
Gastos legales	\$100
Permisos funcionamiento	\$73.00
Patentes municipales	\$80.00
<b>Total</b>	<b>\$253.00</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

### **6.5. Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc. (Peñaloza, 2008).

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de materia prima \$370.50; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$176.48; de sueldos y salarios de \$8608.92 y los gastos de publicidad de \$71.25. Dando un total de gasto mensual de \$4912.83. Este valor fue multiplicado por tres meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$14738.49

**Tabla 27.** Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>3 meses</b>
Sueldos	8608.925
Servicios Básicos	176.475
Material oficina	68.72
Material limpieza	95.985
Servicio auto	0.00
Alquiler local	750.00
Publicidad	71.25
Adquisición de materia prima	370.5
Gastos financieros	280
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>10421.86</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para tres meses de la empresa es de \$14738.49.

**Tabla 28.** Detalles de inversión

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	4063.64
ACTIVO DIFERIDO	253
CAPITAL DE TRABAJO /3M	10,421.86
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>14738.495</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

## 6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales

**Tabla 29** Sueldos.

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS PERSONAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Gerente administrativo	600	7200	680.4	874.8	600	425	8419.40
Gerente de producción	500	6000	567	729	500	425	7087.00
Obrero	425	5100	481.95	619.65	425	425	6087.70
Vendedor	450	5400	510.3	656.1	450	425	6420.80
Comercializadora	450	5400	510.3	656.1	450	425	6420.80
<b>TOTAL</b>	<b>2425</b>	<b>29.100</b>	<b>2749.45</b>	<b>3535.65</b>	<b>2425</b>	<b>2125</b>	<b>34435.70</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$34435.70 anual.

## 6.7. Depreciación activos fijos.

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En esta tabla 30, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$646.66

**Tabla 30.** Depreciación de activos fijos

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		% DEPRECIACIÓN	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Industriales	568.64	10%	56.864
Equipos de Computación	1030	33.33%	343.299
Muebles y Enseres	2465	10%	246.5
			<b>646.66</b>

**Elaborado por: Lupe Madrid**

## 6.8. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$50.60:

**Tabla 31.** Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	253	20%	50.6

**Elaborado por:** Lupe Madrid

### 6.9. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$8000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%.

MONTO 8000

TASA 14%

PLAZO 5

**Tabla 32.** Amortización

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	8000
1	2330.27	1,120.00	1,210.27	6,789.73
2	2330.27	950.56	1,379.71	5,410.03
3	2330.27	757.40	1,572.86	3,837.16
4	2330.27	537.20	1,793.07	2,044.10
5	2330.27	286.17	2,044.10	0.00

**Elaborado por:** Lupe Madrid

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 8000, llegando al año 5, el pago de interés de \$286.17 y a su vez el pago capital de \$2044.10, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

### 6.10. Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$6738.495 que equivale a una estructura del 46%; costo 13% con una tasa de descuento de 5.9 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$8000 con una estructura del 54% , el costo es del 14 % que otorga el 7.6% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$14738.5 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13.5% valor indicador de la factibilidad de la empresa

**Tabla 33.** Estructura de capital.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>				
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD ( Tasa de descuento)</b>
Capital Propio	6738.495	46%	13%	5.9%
Capital Financiero	8000	54%	14%	7.6%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>14738.5</b>	<b>100%</b>		<b>13.5%</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

### 6.11. Punto de equilibrio

En la siguiente tabla N34, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$3301.97

**Tabla 34.** Costos fijos

**Costos fijos**

Materia prima	123.5
Arriendo	250
Sueldos	2869.64
Servicios. Básicos	58.83
	<b>3301.97</b>

**Elaborado por:** Lupe Madrid

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para Mi Caricia el margen de contribución será de \$2.44

**Tabla .35.** Margen de contribución

Precio	4.24	
Costo	1.8	
Ganancia	2.44	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

**Elaborado por:** Lupe Madrid

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias (Moreno, 2021).

En la tabla 36, se puede observar que se deberá realizar 1350 ventas mensuales, es decir 45 desinfectantes diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 37 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 7208 ventas.

**Tabla 36.** Punto de equilibrio

VENTA	1353	4.24	5737.8
COSTO	1353	1.8	2435.9
GASTO			3301.97
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

**Elaborado por:** Lupe Madri

**Tabla 37.** Ventas /costos

**VENTAS PROYECTADAS**

2300	9752	117024	ventas
2300	4140	49680	costo

**Elaborado por:** Lupe Madrid

**6.12 Costo de ventas**

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N38 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$5838.43 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$7251.23.

<b>FLUJO DE VENTAS</b>					
	1	2	3	4	5
VENTAS	117024.00	120546.42	124174.87	127912.53	131762.70
COSTO DE VENTAS	49680.00	51175.37	52715.75	54302.49	55937.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	67344.00	69371.05	71459.12	73610.04	75825.71
GASTOS ADMINISTRATIVOS	34435.70	35472.21	36539.93	37639.78	38772.74
SERVICIOS BÁSICOS	705.90	727.15	749.03	771.58	794.81
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA	274.88	283.15	291.68	300.46	309.50
ALQUILER AUTO	383.94	395.50	407.40	419.66	432.30
ALQUILER	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PUBLICIDAD	3000.00	3090.30	3183.32	3279.14	3377.84
DEPRECIACIONES	646.66	646.66	646.66	646.66	646.66
AMORTIZACIONES	50.60	50.60	50.60	50.60	50.60
UTILIDAD OPERATIVA	27846.32	28705.48	29590.50	30502.16	31441.27
GASTOS FINANCIEROS	1120.00	950.56	757.40	537.20	286.17
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	26726.32	27754.92	28833.10	29964.96	31155.09
BASE IMPOSITIVA	9688.29	10061.16	10452.00	10862.30	11293.72
UTILIDAD NETA	17038.03	17693.76	18381.10	19102.66	19861.37

**Tabla 38.** Costo de ventas.

**Elaborado por:** Lupe Madrid

### 6.13. Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, 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 \$5,325.42, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$5,904.39ya que en este año se recupera el capital de trabajo.

**Tabla 2.** Flujo de caja

#### FLUJO DE CAJA

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		27846.32	28705.48	29590.50	30502.16	31441.27
DEPRECIACIÓN		646.66	646.66	646.66	646.66	646.66
AMORTIZACIÓN		50.60	50.60	50.60	50.60	50.60
- BASE IMPOSITIVA		9688.29	10061.16	10452.00	10862.30	11293.72
- GASTOS FINANCIEROS		1120.00	950.56	757.40	537.20	286.17
- PAGO CAPITAL		1,210.27	1,379.71	1,572.86	1,793.07	2,044.10
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-50067.70	16,525.02	17,011.32	17,505.50	18,006.86	18,514.54

**Elaborado por:** Lupe Madrid

### 6.14. Calculo del TIR y el 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 es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión;

el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$4,947.16; por lo tanto, el negocio es factible.

#### 6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 25.65 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13.54% con el TMAR

**TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento)** es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones.(Lifider, 2008)

**Tabla 40.** VAN/ TIR

#### CALCULO DEL TIR Y EL VAN

VAN	11,256.24	-6,191.36
TIR	21.57%	
TMAR	13.54%	

**Elaborado por:** Lupe Madrid

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. CONCLUSIONES

Como se desprende de la investigación se cumple con el objetivo de determinar la necesidad de producción para poder ampliar la demanda interna con ello se ha verificado las hipótesis específicas de adoptar un manejo adecuado al

producir y comercializar el producto, se pueda satisfacer los requerimientos que el mercado aspira, permitiéndonos exceder a una gran competitividad en el mercado nacional.

Este proyecto ha permitido fortalecer, profundizar nuestros conocimientos sobre las leyes administrativas y de la economía, para la constitución de una empresa para cada proyecto; además a conocer cuan rentable puede ser un producto y la aceptación que esta tenga en el mercado.

La Evaluación del Impacto Ambiental demuestra que el proyecto se puede implementar a lo largo de la traza definida con impactos ambientales mínimos y medidas de mitigación razonables, y sin riesgos ambientales significativos

Después de haber analizado todos los ingresos que genera el Proyecto así como los costos y gastos que representa el mismo, podemos concluir por medio del Estado de Resultados que el Proyecto puede cumplir con sus obligaciones, funcionamiento e impuestos que la Ley exige a favor del Estado; obteniendo una utilidad neta del ejercicio en todos los años proyectados.

## **7.2. RECOMENDACIONES**

Establecer un proceso de identificación al proyecto y de la presentación atraerá a más consumidores por las ventajas la cual deberá compensarse con una mejor producción.

Mejorar niveles de conocimiento y destreza manual con la respectiva asistencia técnica para el control de las plagas y enfermedades; como también se necesita la asesoría técnica para la mezcla de los productos químicos de los desinfectantes

El crecimiento interno de la empresa se logrará a través de la inversión continua, creando ventajas competitivas, comparativas y diferenciales frente a la competencia. Esto también se logrará a través de una gerencia eficiente la cual se encargará de hacer cumplir los objetivos trazados por la empresa.

Definir y diseñar medidas y acciones específicas a implementarse para aminorar los impactos ambientales negativos durante la fase de construcción y las necesidades de seguimiento y monitoreo para la fase de operación y mantenimiento del proyecto.

Se recomienda tener mucho cuidado en la estimación de los costos del personal ya que este rubro afecta en gran medida el costo de producción que podría causar una pérdida sino soporta el valor las ventas.

### **7.3. REFERENCIAS**

Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de Marketing (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica. Recuperado el Julio de 2019

Econ. Ramiro Canelos S. (Quito, octubre del 2003) Formulación y evolución de un plan de negocio

El Emprendedor. (2015, Febrero 20). El Emprendedor. Obtenido de Cómo crear una compañía vía online en Ecuador: <http://www.elemprendedor.ec/crear-una-compania-via-online/>

GOOGLE MAPS 2021.

s.f.). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Buar,+Quito+170110/@-0.2073207,78.5260535,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d59bcc5db79653:0x5e84e8ada86d881c!8m2!3d-0.2073207!4d-78.5238648>

INEC Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. (2010). Resultado del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo provincial Pichincha, 8

Lic. Juan Carlos Escalante Cabrera (Quito, julio del 2003) Creación de una empresa que se dedica a la exportación, producción y comercialización de caolín Burbano Salazar, (Fabricio 2001) Elaboración de los diagramas de flujos

Martínez Ortiz, S. (2014, mayo). Plan de negocio para la elaboración y comercialización de productos para limpieza en el hogar Distrito Metropolitano en Quito. Obtenido de Universidad de las Américas, Facultad de Ciencias

Económicas y Administrativas:  
<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/2171/1/UDLA-EC-TIC-2014-05.pdf>

Secretaria Nacional de planificación y desarrollo. (2012). Folleto Informativo. Obtenido de Transformación de la Matriz Productiva: [http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

## 7.4. ANEXOS



<b>DINÁMICA MERCADOS</b> Dirección Matriz Dirección Subsidiar Obligado A llevar Contabilidad Agente de Retención Resolución No. 1		Alemania N32-138 v. Monina de Jesús Alemania N32-158 v. Monina de Jesús SE		R.U.C. 179559190000 <b>COTIZACIÓN</b> 001-018-000010324 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN 230220201179257019000120010189000103243047994319	
		AMBIENTE EMISIÓN		Producción Normal	



Razón Social/ Nombres y Apellidos			
Apellidos	LUPE MADRID	RUC CI	1719356774
Fecha Emisión	25/02/2022	Grava Remisión	

Código Principal	Código Auxiliar	Cantidad	Descripción	Unidad	P Unitario	Precio Total
8	0	1	Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
9	1	1	Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
10	2	4	Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$19.80
11	3	2	Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$24.00
12	4	4	Fibra lustre	1	\$0.90	\$3.60
13	5	2	España lavaplatos	1	\$1.40	\$2.80
14	6	4	Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$7.00
15	7	2	Lavavajillas liquido 500ml	1	\$1.40	\$2.80
16	8	4	Pala	1	\$2.50	\$10.00
17	9	2	Jabon liquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$11.98
18	10	6	Papel higienico jumbo 200 metros	1	\$1.00	\$6.00
19	11	3	Toalla de papel	1	\$3.50	\$10.50
20	12	2	Alcohol antiseptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$19.00
					Total	\$127.98

Cotización No. C0017284

Revision No.0

Fecha de Elaboracion. 2022-02-14

Fecha de Vencimiento. 2022-02-22

Señora  
LUPE MADRID

Estimada Señora

Se adjunta cotización solicitada.

Ord	Descripción	Cantidad	P.V.P.	TOTAL	
1	Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00	
1	Bomba de mano desinfectante	1	\$7.00	\$7.00	
1	Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$22.00	
1	Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	1	\$2.00	\$2.00	
				Subtotal Imponible	59.50
				Subtotal No Imponible	0.00
AUTORIZADO		ACEPTACIÓN CLIENTE		0.00% Descuento	0.00
				12% I.V.A.	7.14
				<b>TOTAL</b>	<b>66.64</b>



### LA CASA DE LOS QUIMICOS LAQUIN CIA LTDA

AV. AMERICA N18-17 Y ASUNCION  
RUC: 1790941892001 Tell(s) 2503 475

La Casa de los Químicos Cía. Ltda. QUITO - Ecuador - Email: lacasadelosquimicos@gmail.com

CLIENTE						COTIZACION No.	
CONSUMIDOR FINAL						19961	
DIRECCION						FECHA	
QUITO						15/02/2022	
TELEFONO				RUC	999999999999		
ATENCION A				VENDEDOR	ADMINISTRADOR		
CONDICIONES COMERCIALES						VALIDEZ OFERTA	
						0	
Ord	Código	Descripción	Presentación	Cantidad	P.V.P.	SUBTOTAL	
1	3588	Anilina Vegetal	Litro	1	2.00	2.00	
2	568	Trietanolamina	KILO	1	16	16	
3	2654	Fragancia	KILO	1	6.50	6.50	
4	6584	Edta	KILO	1	17.50	17.50	
5	1578	Cmc instantáneo	KILO	1	2.15	2.15	
6	3698	Benzoato de Sodio	KILO	1	12.5	12.5	
7	1247	Detersin	KILO	1	8.25	8.25	
8	257	Amoniaco	KILO	1	18.5	18.5	
9	23647	Propilen Glicol	KILO	1	2.85	2.85	
10	2642	ArKopal	KILO	1	18.5	18.5	
11	369	Envase	KILO	1	18.75	18.75	
12	2657	Galón	unidad	1	0.20	0.20	
13	369	Embudo	unidad	1	0.03	0.03	
14	2657	Termómetro 0-150grados	unidad	1	8.00	8.00	
15	69854	Vaso de Precipitación 1000ml	unidad	1	58.00	58.00	
16	35978	Probeta plástica	unidad	1	9.00	9.00	
17	15478	Pipeta 5ml	unidad	1	4.00	4.00	
18	15478	Agitador vidrio 8x30	unidad	1	46.00	46.00	
19	15478		unidad	1	11.00	11.00	
Son CINCUENTA Y DOS 35/100						Subtotal Imponible	259.73
AUTORIZADO						Subtotal No Imponible	0.00
ACEPTACION CLIENTE						0.00% Descuento	0.00
						12% I.V.A.	31.17
						TOTAL	290.90

Oservaciones: Para la compras de los productos marcados con \* necesitan el permiso del MDI

**DNS** Oficina **DISTRIBUIDORA NACIONAL DE SUMINISTROS SUNADI Cia. Ltda.**  
**Selikun** Dispositivo Registrado NO  
 Maqullo N34-397 y Pasaje Carlos Padilla \* Telfs: 245 3278 / 224 2147  
 224 2142 / 244 3733 / 244 4181 / 202 1604 / 0996 262 075  
 E-mail: distribuidora\_dns@yahoo.es / distribuidoradns 2015@gmail.com  
 dnscialtda2006@yahoo.es \* Quito - Ecuador

R.U.C. 1790621693001  
**COTIZACIÓN**  
 S-001-001 00098097

FECHA DE CADUCIDAD: 14 - 01 - 2023  
Dispositivo Registrado NO  
 \*CONTRIBUYENTE REGIMEN SIMPE\*

AUTORIZACIÓN S.R.L. 1120335382 0098097  
 COMPROBANTE DE VENTA:

FECHA DE INICIACION DEL TRASLADO:

MOTIVO DEL TRASLADO

- VENTA
- COMPRA
- TRANSFORMACION
- CONSIGNACION
- TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE UNA MISMA EMPRESA
- TRASLADO POR EMISOR ITINERANTE DE COMPROBANTES DE VENTA
- DEVOLUCION
- IMPORTACION
- EXPORTACION
- OTROS

FECHA DE EMISION:

PUNTO DE PARTIDA:

DESTINATARIO:

NOMBRE O RAZON SOCIAL:

RUC / C.C.:

PUNTO DE LLEGADA:

IDENTIFICACION DE LA PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE:

NOMBRE O RAZON SOCIAL:

RUC O C.C.:

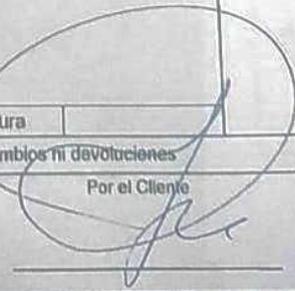
BIENES TRANSPORTADOS:

PLACAS:

CANTIDAD	CODIGO	ARTICULO	P. UNITARIO
1		RESMA PAPEL	3,24
1		ESTERO P. FIMA	0,37
1		LAPICES BIG	0,15
1		MARCADORES PERMANENTE	0,90
1		BORRADORES BLANCOS	0,44
1		ARCHIVADORES GRANDES	2,20
1		CINTA ADHESIVA	1,31
1		CAJA DE CLIPS	1,20
1		CAJA DE GRAPAS	3,10
1		CUADERNOS	1,80
1		CARTUCHOS	39,00
1		CALCULADORA	3,50
1		COMPUTADORA	750,00
1		IMPRESORA	280,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1304,88</b>
		Total cajas	
		No. Factura	

NOTA: Recibida la mercaderia no se acepta cambios ni devoluciones

Por D.N.S. Cia. Ltda.  
**DNS** Oficina  
 DISTRIBUIDORA NACIONAL  
 DE SUMINISTROS Cia. Ltda.

Por el Cliente  


ALVARADO CARRION JULIO XAVIER - JAC IMPRESORES - RUC 1705960045001 - AUT 5354 - FECHA AUT S.R.L. 14 - 01 - 2022 - DEL 97601 AL 98100

Blanca CLIENTE / Copia Verde EMISOR / Copia Rosada SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

En respuesta a su amento pedido a continuación tenemos el gusto de contizarle lo solicitado por Ud.(s). De acuerdo a las siguientes características.

CANT.	DESCRIPCION	V/UNITARIO	V/TOTAL
100	Tarjetas de presentación		\$5.50
	Publicidad Instagram		\$1800
	Publicidad Facebook		\$1900
Forma de pago: 20 días Fecha de entrega: A convenir despues de aprobados los artes NOTA: Valides de la proforma 30 días			\$2350

ATENTAMENTE  
*Luis Fernando Jara*  
Fernando Jara

**FERDIS**  
RUC: 1710581826001  
Jara Molina Luis Fernando

Dir: Pasaje F SH-35 y El Canelo (Sector Hospital del Sur) Tel.: 2841763 / 6008492 / 0988148386  
e-mail: ferdisjm@yahoo.es