



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE DESINFECTANTES PARA BILLETES Y  
MONEDAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO  
2020**

---

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

**Autor(a)**

Ruiz Pinos Carlos Gabriel

**Tutor(a)**

Ec. Mercedes Fabiola Galarraga  
Carvajal, MBA

QUITO – ECUADOR

2021

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

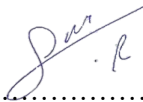
Yo, Ruiz Pinos Carlos Gabriel, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE DESINFECTANTES PARA BILLETES Y MONEDAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020”**, como requisito para optar al grado de “Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios” y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los .... días del mes de ... de 2021, firmo conforme:

Autor: Ruiz Pinos Carlos Gabriel.

Firma: .....

Número de Cédula: 1723474019

Dirección: Pichincha, Quito, El condado

Correo Electrónico: gabrielruiz.ec@hotmail.com

Teléfono: 0978624019

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE DESINFECTANTES PARA BILLETES Y MONEDAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020”** presentado por RUIZ PINOS CARLOS GABRIEL, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

### CERTIFICO

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

Quito, .... de .... del 2021



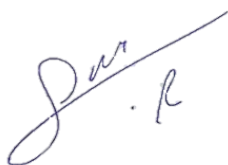
.....

Ec. Mercedes Fabiola Galarraga Carvajal, MBA

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, ... de ... del 2021

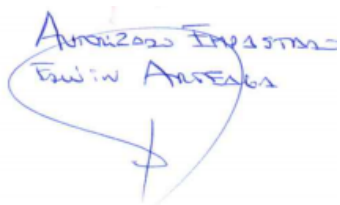
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ruiz Pinos' followed by a stylized 'R'.

.....  
Ruiz Pinos Carlos Gabriel

1723474019

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE DESINFECTANTES PARA BILLETES Y MONEDAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020”**, previo a la obtención del Título de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



.....  
EDWIN EFRAIN ARTEAGA BOLAÑOS  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....  
JORGE FERNANDO GUADALUPE LANAS  
VOCAL



.....  
MARCELO JAVIER RÍOS MARIÑO  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Primero dedico este trabajo a Dios ya que siempre me ha acompañado en mis procesos y ha hecho realidad un sueño, además me ha podido dar las fuerzas para culminar una nueva etapa.

A mis padres que siempre me ayudaron en el apoyo económico y emocional para que nunca me rinda y continúe con mis estudios.

A mis hermanos Henry y Stefany que siempre me brindaron el cariño y dar ejemplo a que si te propones metas las puedes conseguir, que siempre hay que ser humilde, siempre se empieza desde abajo y que nadie te puede arrebatar tus sueños, como también a valorar y ser agradecido cuando lo hayas logrado.

Carlos Gabriel Ruiz Pinos

## **AGRADECIMIENTO**

Hace muchos años nacieron mi papá y mi mamá, ellos me enseñaron el verdadero sentido de la vida, a no rendirme y cumplir esos sueños, a sonreír cada momento.

Entre otras personas importantes son mis hermanos y amigos los cuales cada día te sacan sonrisas, ellos son valiosos en esta vida para no luchar solo.

Como no olvidar a mis profesores que me enseñaron a valorar y respetar a las personas. Mis profesores me enseñaron habilidades y destrezas porque la enseñanza después de los padres es de los profesores.

Por último, a las dos Universidades que me enseñaron a ver la realidad de otra forma.

Los pasos vividos jamás serán olvidados siempre serán recordados.

Gracias.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|                                                                                                                                          |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN..... | II   |
| APROBACIÓN DEL TUTOR.....                                                                                                                | III  |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....                                                                                                        | IV   |
| APROBACIÓN TRIBUNAL .....                                                                                                                | V    |
| DEDICATORIA.....                                                                                                                         | VI   |
| AGRADECIMIENTO.....                                                                                                                      | VII  |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS.....                                                                                                                | VIII |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                                                                                                                    | XII  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                                                                                                  | XV   |
| RESUMEN EJECUTIVO .....                                                                                                                  | XVI  |
| ABSTRACT .....                                                                                                                           | XVII |
| INTRODUCCIÓN.....                                                                                                                        | 1    |
| CAPITULO I.....                                                                                                                          | 3    |
| MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN .....                                                                                                         | 3    |
| 1.1 Objetivo del Capítulo .....                                                                                                          | 3    |
| 1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.....                                                                             | 3    |
| 1.2.1 Fundamentación del servicio o producto .....                                                                                       | 3    |
| 1.2.2 Tabla de características del producto o servicio .....                                                                             | 4    |
| 1.3 Mercado.....                                                                                                                         | 5    |
| 1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio .....                                                                                   | 5    |
| 1.3.1.1 Categorización de sujetos .....                                                                                                  | 5    |
| 1.3.1.2 Estudio de Segmentación .....                                                                                                    | 6    |
| 1.3.1.3 Plan de muestreo.....                                                                                                            | 7    |
| 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información.....                                                                                     | 8    |
| 1.3.1.5 Diseño y recolección de información. ....                                                                                        | 8    |
| 1.3.1.6 Análisis e Interpretación.....                                                                                                   | 10   |
| 1.3.2 Demanda Potencial .....                                                                                                            | 22   |
| 1.4 Análisis del Macro y Micro Ambiente .....                                                                                            | 23   |
| 1.4.1 Análisis del micro ambiente .....                                                                                                  | 23   |
| 1.4.2 Análisis del macro ambiente.....                                                                                                   | 25   |



|                             |                                                                    |    |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1.4.3                       | Proyección de la oferta.....                                       | 28 |
| 1.5                         | Demanda Potencial Insatisfecha.....                                | 29 |
| 1.6                         | Diseño de marca (branding) .....                                   | 29 |
| 1.7                         | Estrategias de marketing.....                                      | 30 |
| 1.8                         | Publicidad que se realizará .....                                  | 31 |
| 1.9                         | Canales de Distribución.....                                       | 33 |
| 1.10                        | Seguimiento de Clientes .....                                      | 34 |
| 1.11                        | Especificar mercados alternativos .....                            | 35 |
| CAPITULO II.....            |                                                                    | 36 |
| OPERACIONES.....            |                                                                    | 36 |
| 2.1                         | Objetivo del Capítulo .....                                        | 36 |
| 2.2                         | Descripción del proceso.....                                       | 36 |
| 2.2.1                       | Descripción de proceso de transformación del bien o servicio ..... | 36 |
| 2.2.2                       | Descripción de instalaciones, equipos y personas. ....             | 41 |
| 2.2.3                       | Tecnología a aplicar .....                                         | 48 |
| 2.2.4                       | Factores que afectan las operaciones .....                         | 48 |
| 2.3                         | Capacidad de Producción .....                                      | 49 |
| 2.3.1                       | Capacidad de Producción Futura. ....                               | 49 |
| 2.4                         | Definición de Recursos Necesarios para la Producción .....         | 50 |
| 2.4.1                       | Especificación de materias primas y grado de sustitución.....      | 50 |
| 2.5                         | Calidad.....                                                       | 50 |
| 2.5.1                       | Método de Control de Calidad.....                                  | 50 |
| 2.6                         | Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio .....  | 51 |
| 2.6.1                       | Seguridad e higiene ocupacional .....                              | 51 |
| CAPITULO III .....          |                                                                    | 53 |
| ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN..... |                                                                    | 53 |
| 3.1                         | Objetivo del capítulo .....                                        | 53 |
| 3.2                         | Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.....                | 53 |
| 3.2.1                       | Visión de la Empresa .....                                         | 53 |
| 3.2.2                       | Misión de la Empresa .....                                         | 53 |
| 3.2.3                       | Objetivos y estrategias .....                                      | 53 |
| 3.3                         | Organización Funcional de la Empresa .....                         | 58 |
| 3.3.1                       | Organización Interna.....                                          | 58 |
| 3.3.2                       | Descripción de puestos .....                                       | 59 |

|                            |                                                               |    |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------|----|
| 3.4                        | Control de Gestión.....                                       | 61 |
| 3.4.1                      | Indicadores de gestión .....                                  | 61 |
| 3.5                        | Necesidades De Personal.....                                  | 62 |
| CAPITULO IV .....          |                                                               | 63 |
| JURÍDICO LEGAL .....       |                                                               | 63 |
| 4.1                        | Objetivos del capítulo.....                                   | 63 |
| 4.2                        | Determinación de la forma jurídica .....                      | 63 |
| 4.3                        | Registros de marcas .....                                     | 64 |
| 4.4                        | Licencias necesarias para funcionar y documentos legales..... | 65 |
| CAPITULO V .....           |                                                               | 69 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA..... |                                                               | 69 |
| 5.1                        | Objetivos del capítulo.....                                   | 69 |
| 5.2                        | Plan de inversiones .....                                     | 69 |
| 5.3                        | Cálculo de Costos y Gastos .....                              | 70 |
| 5.3.1                      | Mano de Obra .....                                            | 70 |
| 5.3.2                      | Depreciación .....                                            | 72 |
| 5.3.3                      | Proyección de la depreciación .....                           | 72 |
| 5.3.4                      | Detalle de Costos .....                                       | 72 |
| 5.3.5                      | Proyección de Costos.....                                     | 73 |
| 5.3.6                      | Detalle de Gastos .....                                       | 75 |
| 5.3.7                      | Proyección Gastos.....                                        | 75 |
| 5.4                        | Plan de Financiamiento .....                                  | 78 |
| 5.5                        | Cálculo de Ingresos .....                                     | 78 |
| 5.5.1                      | Proyección de Ingresos .....                                  | 79 |
| 5.6                        | Punto de equilibrio .....                                     | 79 |
| 5.7                        | Estado de Resultados Proyectado .....                         | 82 |
| 5.8                        | Flujo de Caja.....                                            | 83 |
| 5.9                        | Evaluación financiera .....                                   | 86 |
| 5.9.1                      | Indicadores.....                                              | 86 |
| 5.9.1.1                    | Valor Actual Neto (VAN) .....                                 | 86 |
| 5.9.1.2                    | Tasa Interna de Retorno (TIR).....                            | 87 |
| 5.9.1.3                    | Beneficio Costo .....                                         | 87 |
| 5.9.1.4                    | Período de Recuperación.....                                  | 88 |
| CONCLUSIONES.....          |                                                               | 89 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| RECOMENDACIONES ..... | 90 |
| BIBLIOGRAFÍA .....    | 91 |
| ANEXO 1 .....         | 99 |
| ENCUESTA .....        | 99 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1</b> Características del producto .....                                                           | 4  |
| <b>Tabla 2</b> Categorización de sujetos .....                                                              | 6  |
| <b>Tabla 3</b> Dimensión Conductual .....                                                                   | 7  |
| <b>Tabla 4</b> Dimensión Geográfica.....                                                                    | 7  |
| <b>Tabla 5</b> Dimensión Demográfica.....                                                                   | 7  |
| <b>Tabla 6</b> Método de recolección.....                                                                   | 8  |
| <b>Tabla 7</b> Demanda Potencial .....                                                                      | 22 |
| <b>Tabla 8</b> Proyección de la demanda método no estadístico (TCE) Tasa de Crecimiento<br>Empresarial..... | 23 |
| <b>Tabla 9</b> Matriz de Perfil Competitivo.....                                                            | 27 |
| <b>Tabla 10</b> Número de unidades que vende la competencia.....                                            | 28 |
| <b>Tabla 11</b> Proyección de la oferta .....                                                               | 28 |
| <b>Tabla 12</b> Demanda potencial insatisfecha .....                                                        | 29 |
| <b>Tabla 13</b> Estrategias de Mix de Marketing.....                                                        | 30 |
| <b>Tabla 14</b> Cronograma de medios.....                                                                   | 31 |
| <b>Tabla 15</b> Cronograma del Live por Facebook .....                                                      | 32 |
| <b>Tabla 16</b> Cronograma de la feria en parque La Carolina.....                                           | 33 |
| <b>Tabla 17</b> Cronograma de la exposición en el centro comercial Quicentro Shopping ....                  | 33 |
| <b>Tabla 18</b> Encuesta de satisfacción .....                                                              | 34 |
| <b>Tabla 19</b> Redes sociales.....                                                                         | 34 |
| <b>Tabla 20</b> Cliente fantasma .....                                                                      | 35 |
| <b>Tabla 21</b> Símbolos flujograma .....                                                                   | 38 |
| <b>Tabla 22</b> Gestión Compras .....                                                                       | 40 |
| <b>Tabla 23</b> Gestión Comercialización.....                                                               | 41 |
| <b>Tabla 24</b> Gestión Distribución.....                                                                   | 41 |
| <b>Tabla 25</b> Descripción de equipos.....                                                                 | 44 |
| <b>Tabla 26</b> Personal .....                                                                              | 48 |
| <b>Tabla 27</b> Capacidad de producción futura.....                                                         | 49 |
| <b>Tabla 28</b> Proveedor.....                                                                              | 50 |
| <b>Tabla 29</b> Hoja de verificación de la empresa.....                                                     | 50 |
| <b>Tabla 30</b> Método de Pareto.....                                                                       | 51 |
| <b>Tabla 31</b> Código del trabajo .....                                                                    | 51 |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 32</b> Ministerio de Relaciones Laborales .....        | 51 |
| <b>Tabla 33</b> Matriz FODA.....                                | 54 |
| <b>Tabla 34</b> Matriz EFE .....                                | 55 |
| <b>Tabla 35</b> Matriz EFI .....                                | 56 |
| <b>Tabla 36</b> Descripción del puesto .....                    | 59 |
| <b>Tabla 37</b> Descripción del puesto .....                    | 59 |
| <b>Tabla 38</b> Descripción del puesto .....                    | 60 |
| <b>Tabla 39</b> Descripción del puesto .....                    | 60 |
| <b>Tabla 40</b> Descripción del puesto .....                    | 60 |
| <b>Tabla 41</b> Indicadores de Gestión .....                    | 61 |
| <b>Tabla 42</b> Necesidades de personal.....                    | 62 |
| <b>Tabla 43</b> Requisitos .....                                | 63 |
| <b>Tabla 44</b> Constituir la SAS.....                          | 64 |
| <b>Tabla 45</b> Registro de marca .....                         | 64 |
| <b>Tabla 46</b> Requisitos Inscripción en el RAET .....         | 65 |
| <b>Tabla 47</b> Obtención del RUC .....                         | 66 |
| <b>Tabla 48</b> Obtención del LUAE .....                        | 66 |
| <b>Tabla 49</b> Obtención del LUAE.....                         | 67 |
| <b>Tabla 50</b> Plan de inversiones .....                       | 69 |
| <b>Tabla 51</b> Cálculo de Mano de Obra.....                    | 71 |
| <b>Tabla 52</b> Depreciación Administrativo.....                | 72 |
| <b>Tabla 53</b> Proyección de la depreciación .....             | 72 |
| <b>Tabla 54</b> Detalle de Costos.....                          | 73 |
| <b>Tabla 55</b> Proyección de costos .....                      | 74 |
| <b>Tabla 56</b> Gastos Administrativos .....                    | 75 |
| <b>Tabla 57</b> Gastos de venta.....                            | 75 |
| <b>Tabla 58</b> Gastos financieros.....                         | 75 |
| <b>Tabla 59</b> Proyección de gastos .....                      | 77 |
| <b>Tabla 60</b> Plan de financiamiento .....                    | 78 |
| <b>Tabla 61</b> Condiciones de crédito .....                    | 78 |
| <b>Tabla 62</b> Determinación del precio de venta unitario..... | 79 |
| <b>Tabla 63</b> Cálculo del ingreso anual .....                 | 79 |
| <b>Tabla 64</b> Proyección de ingresos .....                    | 79 |
| <b>Tabla 65</b> Datos para el punto de equilibrio.....          | 80 |

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 66</b> Datos para el punto de equilibrio..... | 81 |
| <b>Tabla 67</b> Estado de resultados proyectado.....   | 82 |
| <b>Tabla 68</b> Flujo de caja .....                    | 84 |
| <b>Tabla 69</b> Cálculo de TMAR .....                  | 86 |
| <b>Tabla 70</b> VAN .....                              | 86 |
| <b>Tabla 71</b> TIR.....                               | 87 |
| <b>Tabla 72</b> Beneficio - Costo.....                 | 88 |
| <b>Tabla 73</b> Período de recuperación .....          | 88 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1</b> Lámpara desinfectante .....             | 5  |
| <b>Figura 2</b> Ubicación de parroquia El Condado ..... | 6  |
| <b>Figura 3</b> Pregunta 1 .....                        | 11 |
| <b>Figura 4</b> Pregunta 2 .....                        | 12 |
| <b>Figura 5</b> Pregunta 3 .....                        | 13 |
| <b>Figura 6</b> Pregunta 4 .....                        | 14 |
| <b>Figura 7</b> Pregunta 5 .....                        | 15 |
| <b>Figura 8</b> Pregunta 6 .....                        | 16 |
| <b>Figura 9</b> Pregunta 7 .....                        | 17 |
| <b>Figura 10</b> Pregunta 8 .....                       | 18 |
| <b>Figura 11</b> Pregunta 9 .....                       | 19 |
| <b>Figura 12</b> Pregunta 10 .....                      | 20 |
| <b>Figura 13</b> Pregunta 11 .....                      | 21 |
| <b>Figura 14</b> Logotipo empresa DESS.....             | 29 |
| <b>Figura 15</b> Canal de distribución directa.....     | 34 |
| <b>Figura 16</b> Mapa de procesos.....                  | 37 |
| <b>Figura 17</b> Flujograma .....                       | 39 |
| <b>Figura 18</b> Plano de la empresa Dess.....          | 43 |
| <b>Figura 19</b> Objetivos Estratégicos .....           | 57 |
| <b>Figura 20</b> Organigrama Estructural .....          | 58 |
| <b>Figura 21</b> Organigrama Funcional.....             | 58 |
| <b>Figura 22</b> Punto de equilibrio .....              | 82 |

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

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE DESINFECTANTES PARA BILLETES Y MONEDAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2020.

**AUTOR:** Ruiz Pinos Carlos Gabriel

**TUTOR:** Ec. Mercedes Galarraga C. MBA

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como finalidad centrarse en todas las empresas de cualquier categoría salvaguardando la salud de sus clientes. La manipulación de dinero (billetes y monedas) se encuentra dentro de los focos de infección de enfermedades por la transmisión de virus, bacterias, gérmenes, y en la actualidad se ha comprobado científicamente que se transmite el virus del COVID-19 por este medio, por lo tanto es imprescindible que exista en el mercado local y nacional un implemento que facilite la desinfección del dinero, fundamentalmente en las empresas de expendio de productos en los cuales se manipula en la transacción de compra-venta, lo cual reducirá en un alto porcentaje la propagación. Por esta razón el proyecto se enfocará en un dispositivo portátil llamado lámpara de desinfección para el dinero que desinfecta a través de rayos ultravioleta, el producto propuesto es para garantizar la bioseguridad de la empresa y sus clientes; por lo tanto, el producto que se ofrece en el proyecto no es sencillo, sino que hay aspectos diferenciadores e innovadores que aportarían en las empresas, además dispone de certificaciones de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes y que esté dispuesto a pagar por un producto útil y beneficioso con las características que éste proporciona. En el aspecto financiero del plan de negocios se puede establecer que la creación del proyecto es factible; además, las partes que complementan y forman parte de un estudio global para la factibilidad del mencionado proyecto como: el estudio de mercado, gestión operativa, gestión administrativa y la reglamentación; que garanticen la sostenibilidad y autogestión de la misma.

**Palabras claves:** Bioseguridad, empresas, desinfección, dinero, rayos ultravioletas.



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

**TOPIC:** BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMMERCIALIZING COMPANY OF DISINFECTANTS FOR BANKNOTES AND COINS IN THE NORTH SECTOR OF THE CITY OF QUITO, YEAR 2020.

**AUTHOR:** Ruiz Pinos Carlos Gabriel

**TUTOR:** Ec. Mercedes Galarraga C. MBA

**ABSTRACT**

This project aims to focus on all companies of any category safeguarding the health of their customers. The manipulation of money (banknotes and COINS) is within the pockets of infection of diseases by the transmission of viruses, bacteria, germs, and at present it has been scientifically proven that the covid-19 virus is transmitted by this means, therefore it is essential that there is in the local and national market an amount that facilitates the disinfection of money, Basically in the companies that sell products in which it is manipulated in the sale-purchase transaction, which will reduce in a high percentage the propagation. For this reason the project will focus on a portable device called disinfection lamp for money that disinfects through ultraviolet rays, the proposed product is to ensure the biosafety of the company and its customers; Therefore, the product offered in the project is not simple, but there are differentiating and innovative aspects that would provide companies, also has quality certifications to meet the needs of customers and is willing to pay for a useful and beneficial product with the characteristics that this provides. In the financial aspect of the business plan, it can be established that the creation of the project is feasible; in addition, the parts that complement and are part of a global study for the feasibility of the mentioned project such as: the market study, operational management, administrative management and regulation; that guarantee the sustainability and self-management of the same.

**Keywords:** Biosecurity, companies, disinfection, money, ultraviolet rays.

## INTRODUCCIÓN

A raíz del inicio de la pandemia del COVID 19, surge la necesidad de que las empresas que manipulan monedas y billetes en sus transacciones comerciales, precautelen a sus clientes con la finalidad de disminuir posibles contagios de enfermedades causadas por virus, bacterias y gérmenes; surge la necesidad de implementar controles de bioseguridad con la finalidad de que los clientes se sientan seguros y confiados.

El proyecto propuesto tendrá su impacto por la forma de desinfección que no está dentro de los métodos tradicionales que utilizan productos líquidos que humedecen causando incomodidad al que recibe, por el contrario, la técnica de este dispositivo no evidencia ningún deterioro al dinero, ya que funciona mediante rayos ultravioleta.

En el primer capítulo se detalla el producto de la lámpara de desinfección de dinero que se ofrecerá en el mercado, a través de la encuesta realizada a los gerentes de empresas siendo el mercado objetivo se analizarán los datos y se definirá su aceptación.

En el segundo capítulo siendo la gestión operativa se conocerá los procesos de la comercialización del desinfectante de dinero detallado en un flujograma, además se especifica los equipos, dimensiones y número de áreas y el personal necesario para la operatividad de la empresa.

En el tercer capítulo siendo la gestión administrativa en donde se detalla lo que es y a donde quiere llegar la empresa utilizando objetivos y estrategias, además se especifica mediante organigramas los departamentos y puestos de trabajo según los requerimientos de la empresa para su funcionalidad.

En el cuarto capítulo siendo la reglamentación en donde se observa la razón social de la empresa siendo requisito de la superintendencia de compañías y los permisos vigentes solicitados en la ciudad de Quito para la creación y funcionamiento de la empresa.

En el quinto capítulo siendo el estudio financiero donde permite conocer el plan de inversiones, los costos y gastos, las depreciaciones de los bienes que se va adquirir, flujo de caja y las proyecciones para los futuros 5 años. Mediante la evaluación financiera se

puede observar que con el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene factibilidad el proyecto.

### **Objetivo General**

Comercializar un producto que ayude a mitigar la propagación de enfermedades infectocontagiosas en empresas en las que el dinero sea parte interviniente de las transacciones concientizando a que el uso del mismo aportaría e incrementaría sus ventas.

### **Objetivos Específicos**

- a) Determinar el segmento de mercado, obteniendo la muestra para realizar las encuestas y el análisis de los datos, estableciendo la aceptación de los productos por parte de la gente, la oferta y demanda con las que se manejará la empresa.
- b) Identificar los procesos del desinfectante de dinero para la comercialización mediante su descripción para la aplicación de la empresa.
- c) Determinar la estructura organizacional de la empresa que permita una gestión adecuada para clientes internos y externos con soporte en los indicadores establecidos.
- d) Determinar los requisitos legales que necesita la empresa para su constitución y buen funcionamiento que le permitan operar sin problemas acorde a los reglamentos ecuatorianos.
- e) Determinar la factibilidad del proyecto para la puesta en marcha del mismo, mediante el análisis de los costos, gastos, ingresos e indicadores de gestión.

## **CAPITULO I**

### **MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Determinar el segmento de mercado, obteniendo la muestra para realizar las encuestas y el análisis de los datos, estableciendo la aceptación de los productos por parte de la gente, la oferta y demanda con las que se manejará la empresa.

#### **1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio**

##### **1.2.1 Fundamentación del servicio o producto**

Se define al bien (Bonta & Farber, 2002) como el conjunto de características que el cliente visualiza en un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. En este sentido, se reconoce como la producción mediante elementos físicos y químicos que puede utilizar un cliente el producto o servicio final.

Con el aparecimiento de la pandemia COVID 19 (Mackenzie, 2020) en el mundo, muchas empresas dedicadas a la bioseguridad se han preocupado de buscar soluciones que ayuden al cuidado de las personas para evitar en cierta forma el contagio a través de la manipulación de objetos, en forma particular la manipulación de monedas y billetes; con estos antecedentes y con la finalidad de proteger a sus clientes, para un manejo seguro de billetes y monedas considerados como foco de contagio, surge el proyecto de comercializar un dispositivo que permita la desinfección confiable del dinero con la utilización de rayos Ultra violeta (Olarte Saucedo, Sánchez Rodríguez, Aréchiga Flores, Bañuelos Valenzuela, & López Luna, 2017), acoplado a un mecanismo que facilite la manipulación y eliminación en un alto porcentaje de virus, gérmenes y bacterias; con lo cual se proporciona la confianza de sus clientes.

### 1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Comercializar un desinfectante incorporado con rayos ultra violeta que ayude con una eficacia inmediata a la eliminación de virus, bacterias y gérmenes de cualquier objeto principalmente en el dinero (billetes y monedas). Por otro lado, las personas que adquieran este producto no necesitarán ampliar sus espacios de trabajo ya que es un artefacto fácil de ubicar con dimensiones pequeñas (16cmx5,4cm); además es inodoro lo que evita las personas alérgicas no sientan ningún malestar o una reacción, generando confianza en el producto.

A continuación, en la Tabla 1 se describen las características del producto.

**Tabla 1** Características del producto

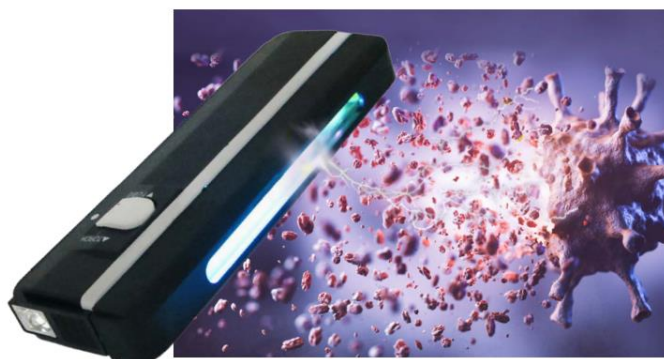
| Producto                            | Característica         | Beneficios                                                                                             |
|-------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Desinfectante de billetes y monedas | Dimensiones (16x5,4cm) | Que se pueda ubicar o colocar en cualquier lugar sin interrumpir las actividades u ocupe mucho espacio |
|                                     | Rayos UV               | Puede eliminar en un alto porcentaje (99,99%) virus, bacterias, gérmenes sin humedecer el dinero       |
|                                     | Inodoro                | No provoca alergias en las personas ni molestias ocasionadas por olores fuertes                        |
|                                     | 4 pilas AA             | Que no es necesario conectarse a una fuente eléctrica y no existiría el gasto de luz                   |
|                                     | 2000 horas de duración | Tendría una capacidad alta de desinfección.                                                            |

**Fuente:** (YAAL productos sanitarios, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Figura 1 se presenta el producto.

**Figura 1** Lámpara desinfectante



**Fuente:** (YAAL productos sanitarios, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

### **1.3 Mercado**

El producto estará al alcance de empresas en las cuales se realizan transacciones monetarias en efectivo en la cual está presente billetes y monedas.

#### **1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio**

Los potenciales consumidores del producto serán empresas principalmente que vendan productos de consumo masivo en las que tengan que hacer transacciones con moneda, instituciones financieras en las que obligatoriamente el objeto del negocio es la transacción con dinero.

Este producto podrá ser utilizado por cualquier tipo de empresa, sin tomar en consideración el tipo de actividad que realicen, puesto que todas emplean monedas y billetes. Cabe considerar que mayormente se enfocara en las empresas del sector del Condado, ya que es el lugar en donde se aplica el estudio.

Además, permitirá que las empresas ofrezcan seguridad y confianza tanto a sus empleados como a sus clientes.

##### **1.3.1.1 Categorización de sujetos**

Los clientes se categorizan de la siguiente manera:

- Comprador: Las personas que comprarían el producto del desinfectante de dinero

serían los gerentes de cada empresa.

- Decidor: Las personas que comprarían el producto del desinfectante de dinero serían los gerentes de cada empresa.
- Usuario: En las empresas las personas que utilizarían el producto serían los empleados.
- Influyente: En las empresas las personas que influyen son clientes que verifican la asepsia, médicos a través de sus recomendaciones y organismos de control.

A continuación, en la Tabla 2 se describe la categorización de sujetos.

**Tabla 2** Categorización de sujetos

| Categoría      | Sujeto                                               |
|----------------|------------------------------------------------------|
| ¿Quién compra? | Gerentes de empresas                                 |
| ¿Quién usa?    | En las empresas los empleados                        |
| ¿Quién decide? | Gerentes de empresas                                 |
| ¿Qué influye?  | Recomendaciones médicas, salud, seguridad, confianza |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 1.3.1.2 Estudio de Segmentación

El mercado objetivo se encuentra ubicado en la parroquia El Condado (Google Maps, 2020) de la ciudad de Quito que se observa en la Figura 2.

**Figura 2** Ubicación de parroquia El Condado



**Fuente:** (Google Maps, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

Con respecto a la Tabla 3 se detalla la dimensión conductual.

**Tabla 3** Dimensión Conductual

| Variable                    | Descripción             |
|-----------------------------|-------------------------|
| Tipo de Necesidad:          | Seguridad               |
| Tipo de Compra:             | Comparación, Programada |
| Relación con la Marca:      | No                      |
| Actitud frente al Producto: | Positiva                |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

En cuanto a la Tabla 4 se detalla la dimensión geográfica.

**Tabla 4** Dimensión Geográfica

| Variable                        | Descripción |
|---------------------------------|-------------|
| País                            | Ecuador     |
| Región                          | Sierra      |
| Ciudad urbana y rural           | Quito       |
| Empresa en parroquia El Condado | 3.265       |

**Fuente:** (Merino, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

La Tabla 5 evidencia la dimensión demográfica.

**Tabla 5** Dimensión Demográfica

| Variable                | Descripción         | Número de empresas |
|-------------------------|---------------------|--------------------|
| Tipo de empresa         | Pequeñas            | 3.200              |
|                         | Medianas            | 60                 |
|                         | Grandes             | 5                  |
| Constitución legal      | Sociedad Anónima    | 1.400              |
|                         | Compañía Limitada   | 1.065              |
|                         | Persona jurídica    | 800                |
| Unidad de investigación | Centro Comercial El | 115                |
|                         | Condado             |                    |

**Fuente:** (Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMOP), 2016)

**Elaborado Por:** El Autor

### 1.3.1.3 Plan de muestreo

El desinfectante de dinero proporcionado por DESS dispondrá una bodega con oficinas ubicada en la parroquia El Condado de la ciudad de Quito encargada de comercializar los productos, por lo tanto, la población de estudio se consideran un total de 115 empresas las cuales se ubican dentro del Centro Comercial El Condado.

Tomando en consideración que cuando los integrantes de una población tengan un valor reducido no se requiere el cálculo de la muestra, ya que la población es manejable



y los datos que proporcionen permitirá que los resultados sean más confiables si se trabaja con ella en su totalidad.

#### 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

En cuanto a la Tabla 6 de muestra los métodos de recolección.

**Tabla 6** Método de recolección

| Necesidades de información         | Tipo de información | Fuente      | Instrumentos        |
|------------------------------------|---------------------|-------------|---------------------|
| Determinar el mercado potencial    | Secundaria          | INEC        | Servicios agrupados |
| Número de empresas                 | Secundaria          | INEC        | Servicios agrupados |
| Ventas                             | Interna             | Empresas    | Entrevista          |
| Conocer la aceptación del producto | Primaria            | Empresas    | Encuesta            |
| Ubicación de la parroquia          | Secundaria          | Google Maps | Google Maps         |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

#### 1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

A continuación, se describe el formato de la encuesta formado de 11 preguntas.



#### **Encuesta aplicada a clientes potenciales que compran productos de desinfección:**

La presente encuesta tiene por finalidad recopilar información necesaria, que servirá para que el producto cumpla con las características y especificaciones: técnicas, de calidad, costos, confiabilidad y garantía requeridas por el consumidor.

Para lo cual sírvase contestar las siguientes preguntas que no le llevará más de dos minutos, pero que si servirá para proporcionarle un producto acorde a sus necesidades.

#### **Preguntas Específicas:**

##### **Pregunta 1**

¿Piensa usted que a través del dinero físico se puede transmitir enfermedades?

- a) SI
- b) NO

**Pregunta 2**

¿Sería útil para usted un artefacto que desinfecte el dinero con rayos UV?

- a) SI
- b) NO

**Pregunta 3**

¿Usted adquiriría un artefacto que desinfecte el dinero?

- a) SI
- b) NO

**Pregunta 4**

Actualmente, ¿Qué método de desinfección utiliza para el dinero?

- a) Alcohol
- b) Amonio Cuaternario
- c) Gel antibacterial
- d) Otro

**Pregunta 5**

Si su respuesta es OTRO, especifique el método de desinfección

---

**Pregunta 6**

¿Cuánto pagaría por un artefacto que desinfecte el dinero?

- a) 16\$-18\$
- b) 19\$-21\$
- c) 22\$-24\$

**Pregunta 7**

¿Cuántos dispositivos requeriría para su empresa?

- a) 2-4
- b) 5-7
- c) 8-10
- d) 11-13
- e) Más de 14

**Pregunta 8**

¿El tipo de su local es?

- a) Gasolinera
- b) Ferretería

- c) Supermercado
- d) Banco
- e) Moda
- f) Comida
- g) Otro

**Pregunta 9**

Si su respuesta es OTRO, especifique el local

---

**Pregunta 10**

¿Cómo le gustaría conocer al producto?

- a) Correo
- b) Redes sociales
- c) Personal
- d) Página Web

**Pregunta 11**

¿Le gustaría recibir el producto en su domicilio?

- a) SI
- b) NO

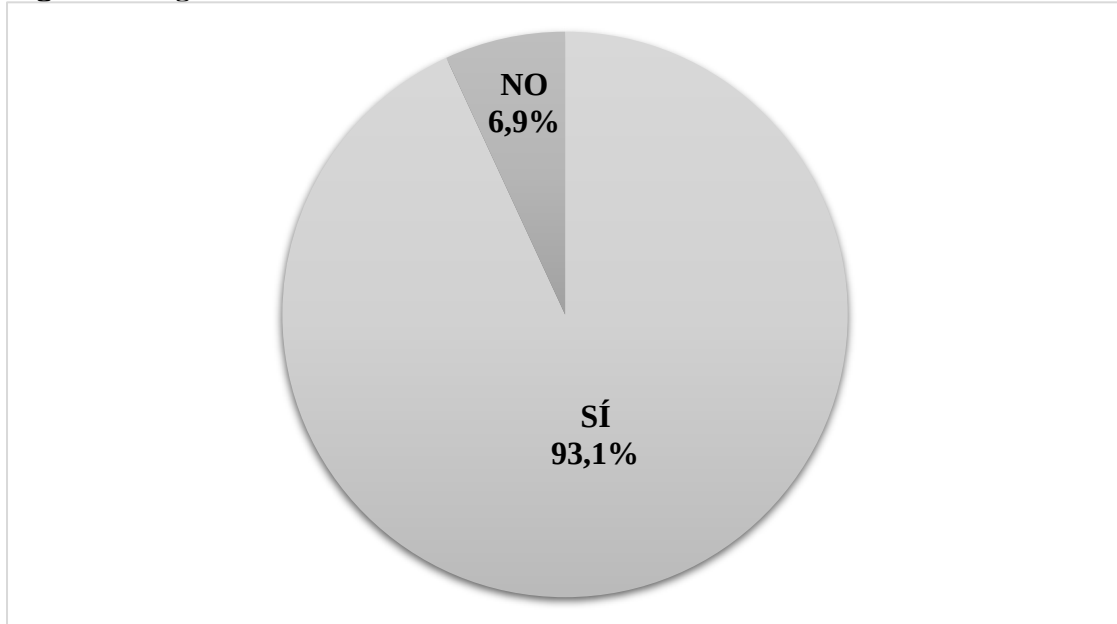
**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

#### **1.3.1.6 Análisis e Interpretación**

A continuación, se detalla el análisis de la encuesta que es una información relevante para la toma de decisiones que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

**Pregunta 1** - ¿Piensa usted que a través del dinero físico se puede transmitir enfermedades?

**Figura 3** Pregunta 1



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

#### **Análisis:**

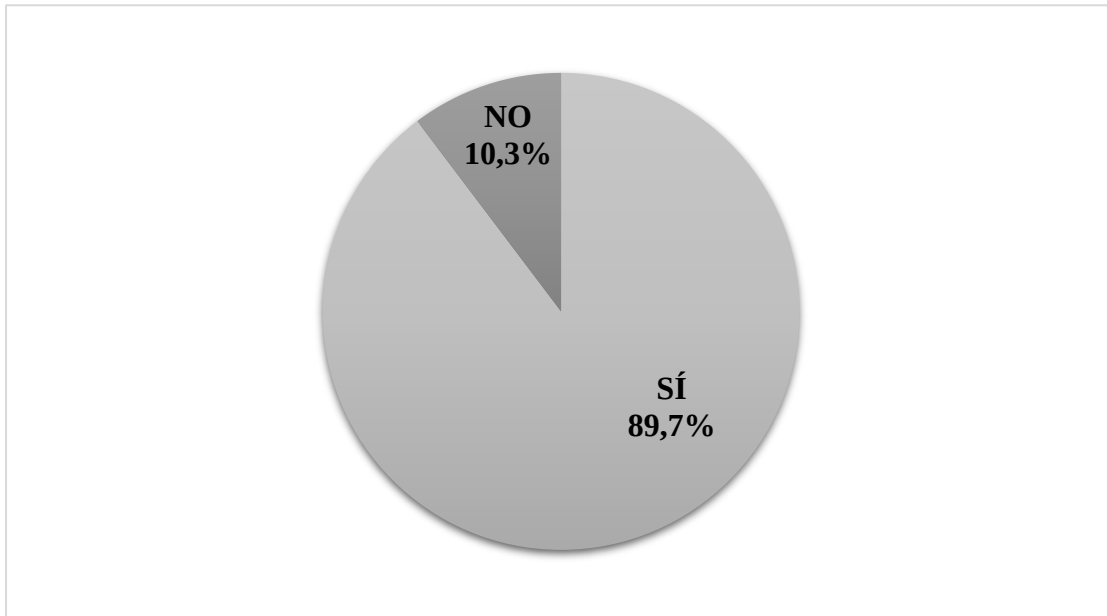
De acuerdo al análisis realizado, se observa que la mayoría de encuestados piensa que se puede transmitir enfermedades a través del dinero con un 93.1%, sin embargo, hay un grupo mínimo de personas que respondieron que no se puede transmitir enfermedades a través del dinero con un 6.9%.

#### **Interpretación:**

En el grafico expuesto anteriormente se evidencia que a consideración de los encuestados los billetes y monedas no tiene la capacidad de transmitir ningún tipo de enfermedad.

**Pregunta 2** - ¿Sería útil para usted un artefacto que desinfecte el dinero con rayos UV?

**Figura 4** Pregunta 2



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

#### **Análisis:**

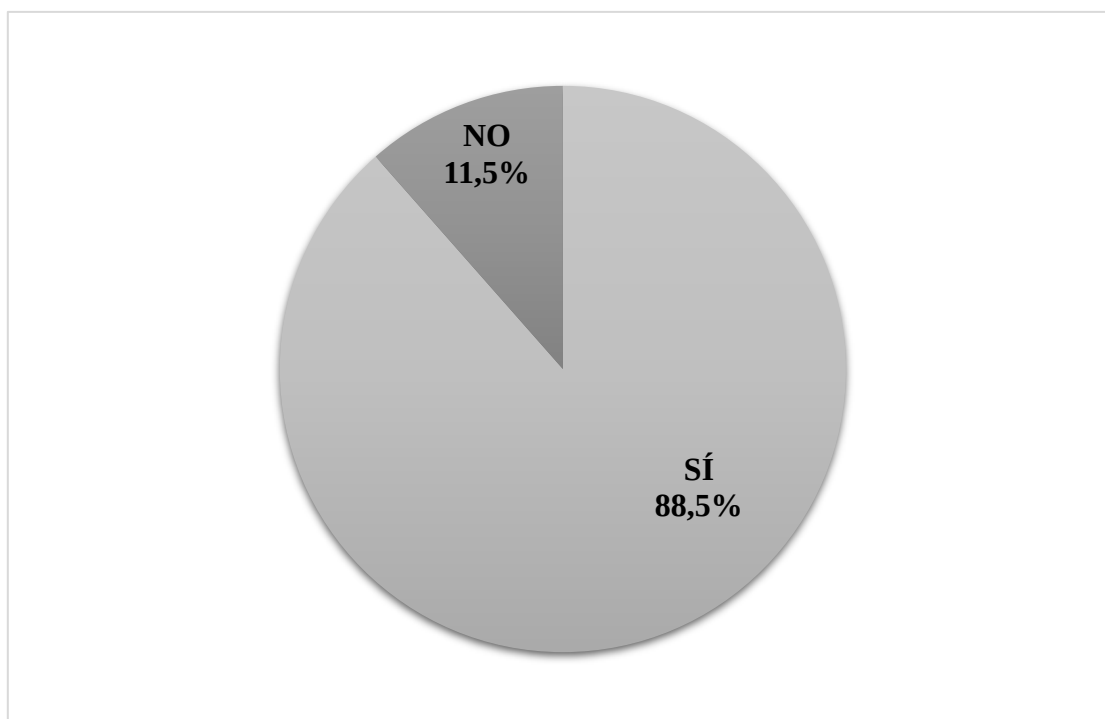
De acuerdo a los encuestados, se puede visualizar con un 89.7% que sería útil un artefacto que desinfecte el dinero mediante los rayos UV y un 10.3% respondió que no sería útil, siendo esto una desventaja muy pequeña.

#### **Interpretación:**

En el gráfico se da a conocer que la mayoría de empresas necesita un dispositivo que les permita desinfectar los billetes y monedas de una manera correcta.

**Pregunta 3** - ¿Usted adquiriría un artefacto que desinfecte el dinero?

**Figura 5** Pregunta 3



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

#### **Análisis:**

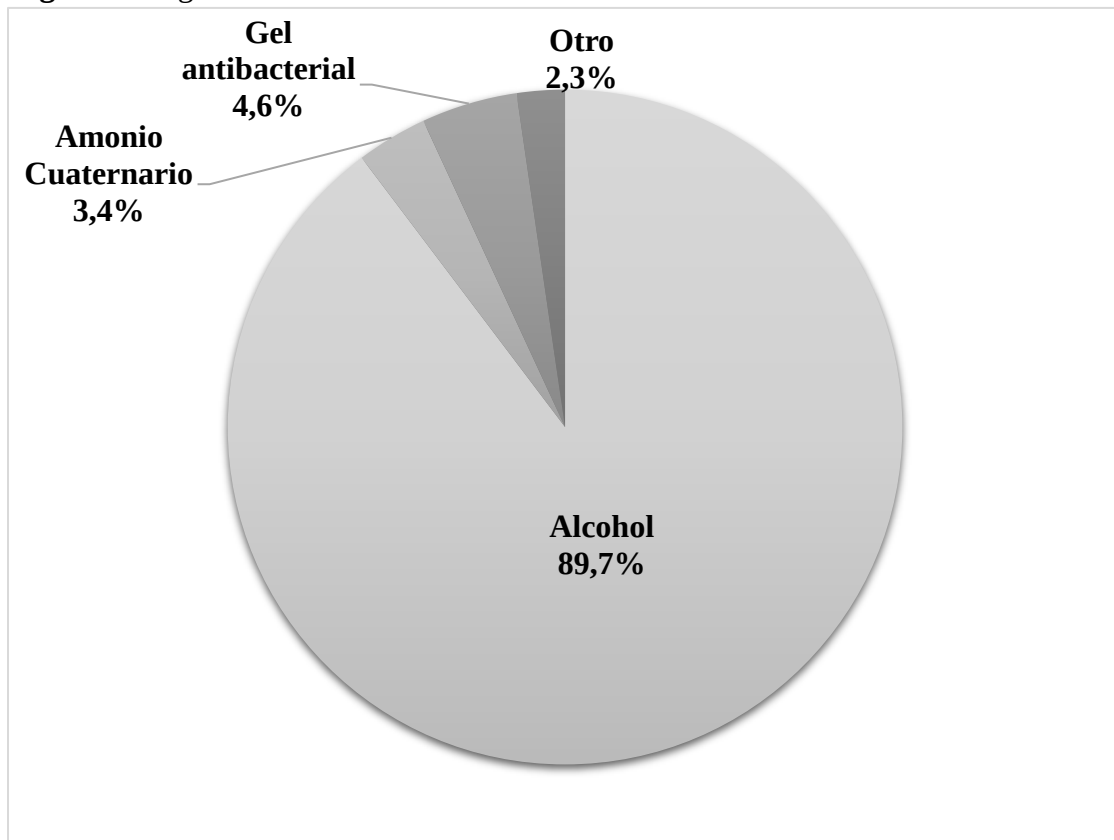
Según los resultados obtenidos, existe una gran mayoría que compraría el producto con un 88.5% de aceptación, sin embargo, las respuestas negativas obtuvieron un 11.5% que es un porcentaje mínimo que no compraría el producto.

#### **Interpretación:**

Analizando el gráfico se observa que existe una gran aceptación del producto para su compra y complementar con el procedimiento de bioseguridad en el establecimiento.

**Pregunta 4** - Actualmente, ¿Qué método de desinfección utiliza para el dinero?

**Figura 6** Pregunta 4



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

**Análisis:**

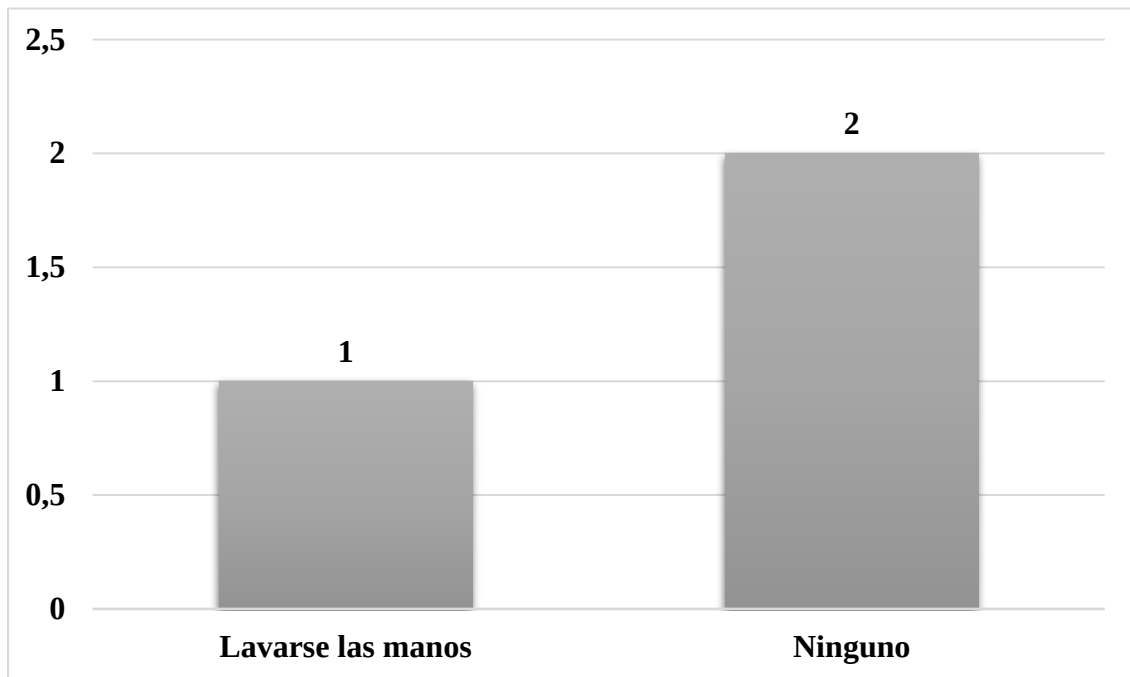
De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de encuestados utiliza el alcohol para desinfectar el dinero con un 89.7% siendo este que deja húmedo a los billetes y monedas, con un 3.4% desinfecta con amonio cuaternario siendo esto no muy eficaz, con un 4.6% desinfecta con gel antibacterial que más es utilizado para manos y con un 2.3% desinfecta con otro método.

**Interpretación:**

En el gráfico se da a conocer que el elemento que más utilizan en las empresas es el alcohol.

### **Pregunta 5 – Especifique otro método de desinfección**

**Figura 7** Pregunta 5



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

#### **Análisis:**

De acuerdo al gráfico con respecto a la anterior pregunta solamente 3 empresas utilizan otro método de desinfección que es lavarse las manos y otros encuestados dijeron que ninguno siendo esto un problema porque se considera que mediante los billetes se puede transmitir enfermedades y hoy en día se puede transmitir el virus Covid 19 por los billetes y monedas.

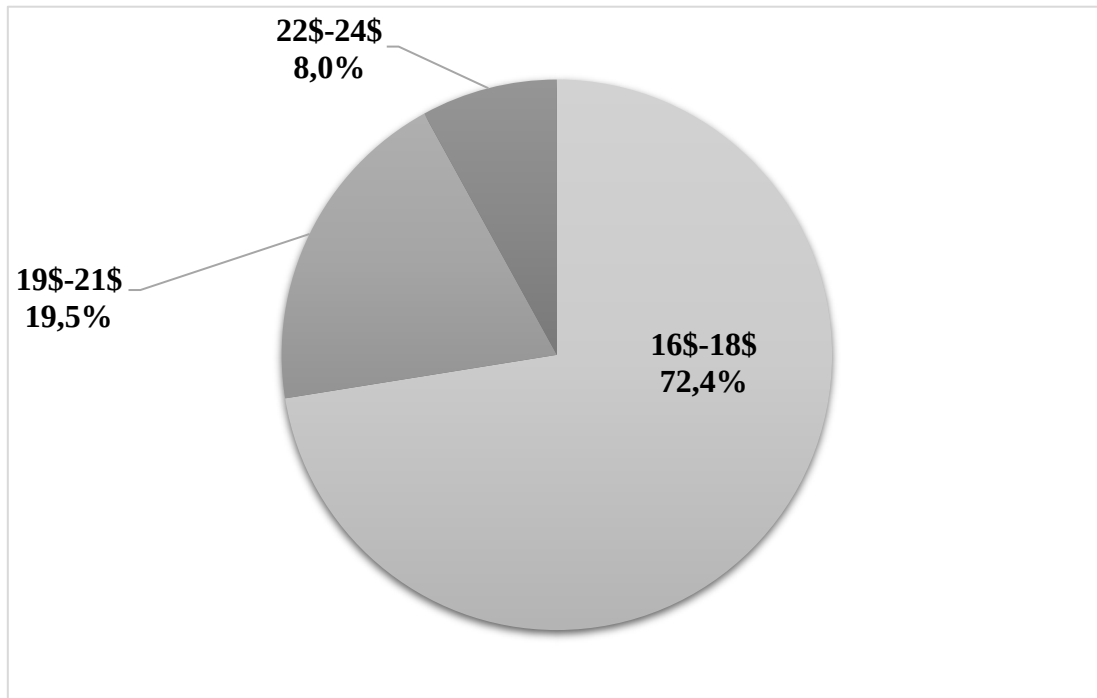
#### **Interpretación:**

En el siguiente gráfico se da a conocer que muy pocas empresas no utilizan un método efectivo de desinfección, creando desconfianza en sus trabajadores y clientes.



**Pregunta 6** - ¿Cuánto pagaría por un artefacto que desinfecte el dinero?

**Figura 8** Pregunta 6



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

**Análisis:**

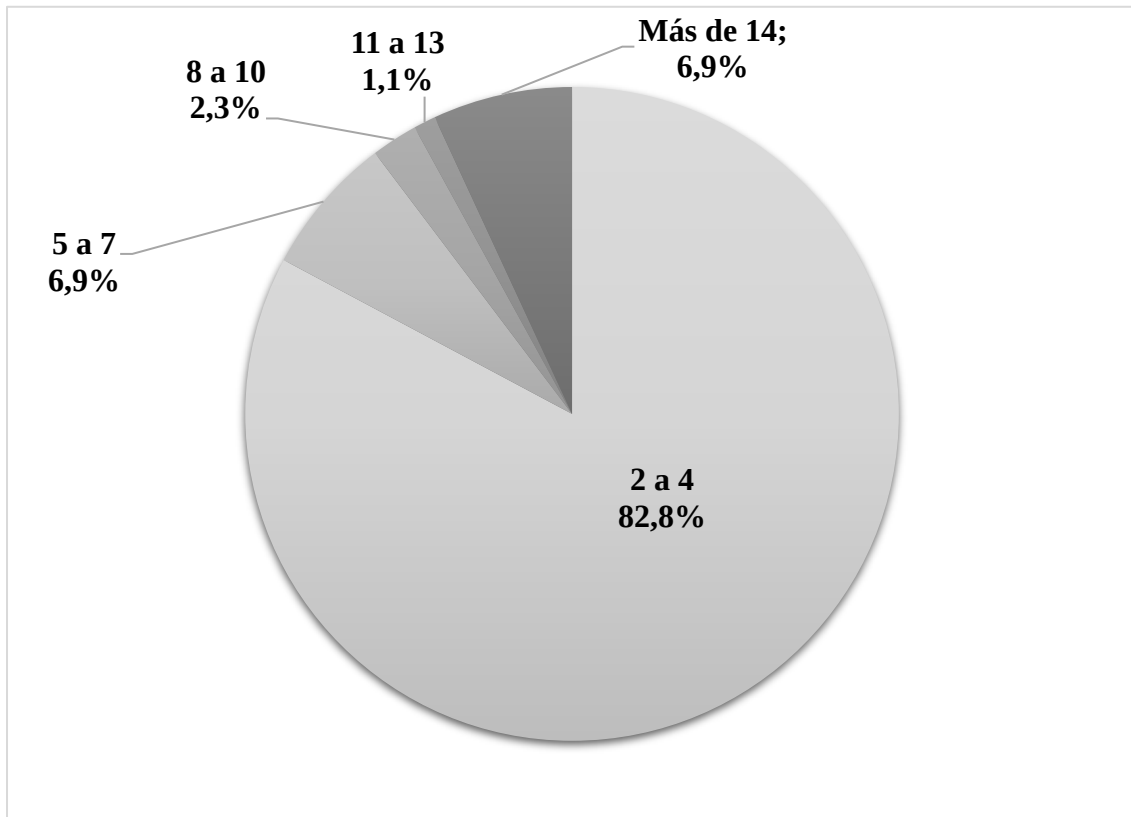
Según el gráfico la mayoría de encuestados considera en comprar el artefacto de desinfectante de dinero y monedas mediante rayos UV a un precio entre 16\$ - 18\$ con un 72.4%, seguido de un 19.5% que compraría a un precio entre 19\$ - 21\$ y con un porcentaje mínimo de 8% compraría con un precio entre 22\$ y 24\$, considerando que el precio de la mayoría de respuestas ya se puede obtener ganancias para la empresa.

**Interpretación:**

En cuanto al gráfico se puede observar que una gran mayoría desea el precio más bajo ya que debido a la pandemia ha bajado las ventas en la mayoría de empresas y sería un precio competitivo en el mercado.

**Pregunta 7 - ¿Cuántos dispositivos requeriría para su empresa?**

**Figura 9** Pregunta 7



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

**Análisis:**

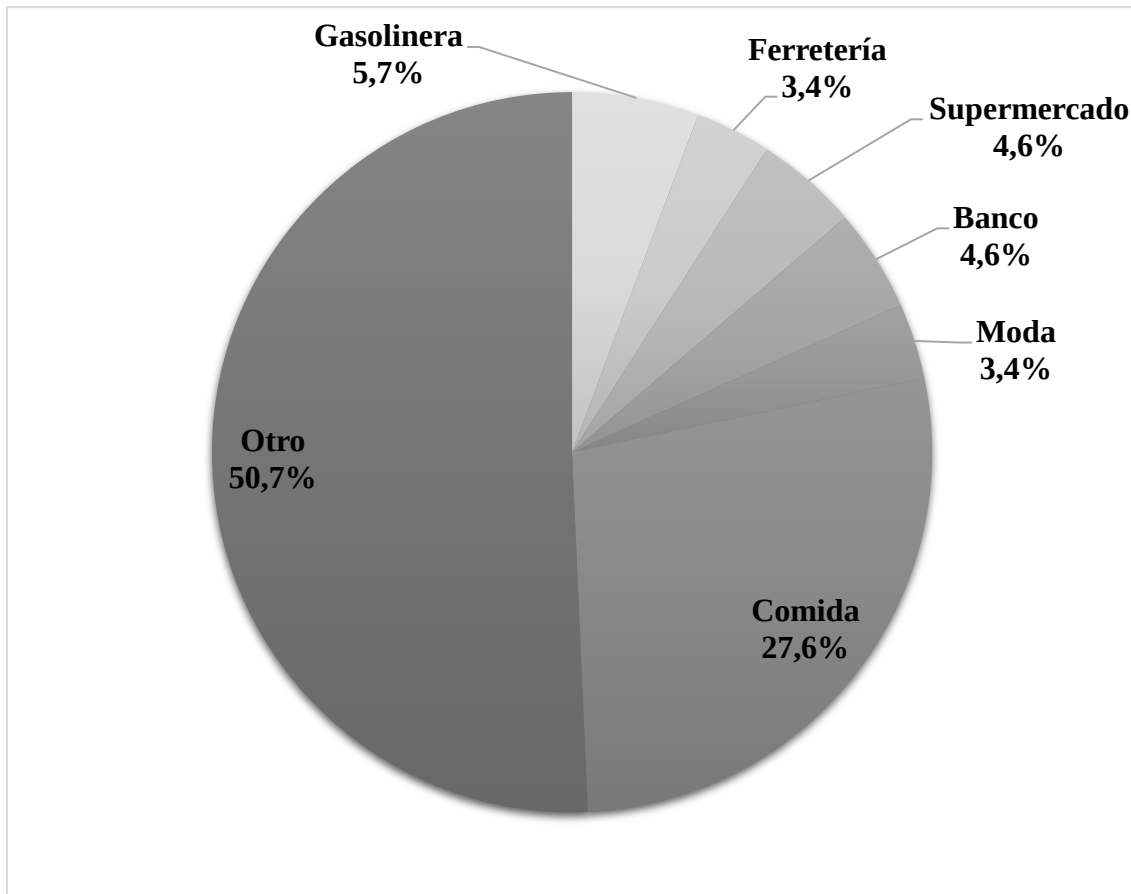
De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que con un gran porcentaje de 82.8% requiere de 2 a 4 dispositivos para su empresa, seguido de 6.9% siendo igual para el requerimiento de 5 a 7 dispositivos y más de 14 dispositivos para su empresa, con un porcentaje minoritario está de 2.3% que requiere de 8 a 10 dispositivos y por último con el porcentaje más bajo de 1.1% requiere de 11 a 13 dispositivos. Con estos resultados se puede observar que si necesitarían y comprarían el artefacto.

**Interpretación:**

La mayoría de empresas selecciona la cantidad de dispositivos en relación a sus necesidades por lo cual la mayor parte selecciona de 2 a 4 dispositivos.

**Pregunta 8 - ¿El tipo de su local es?**

**Figura 10** Pregunta 8



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

**Análisis:**

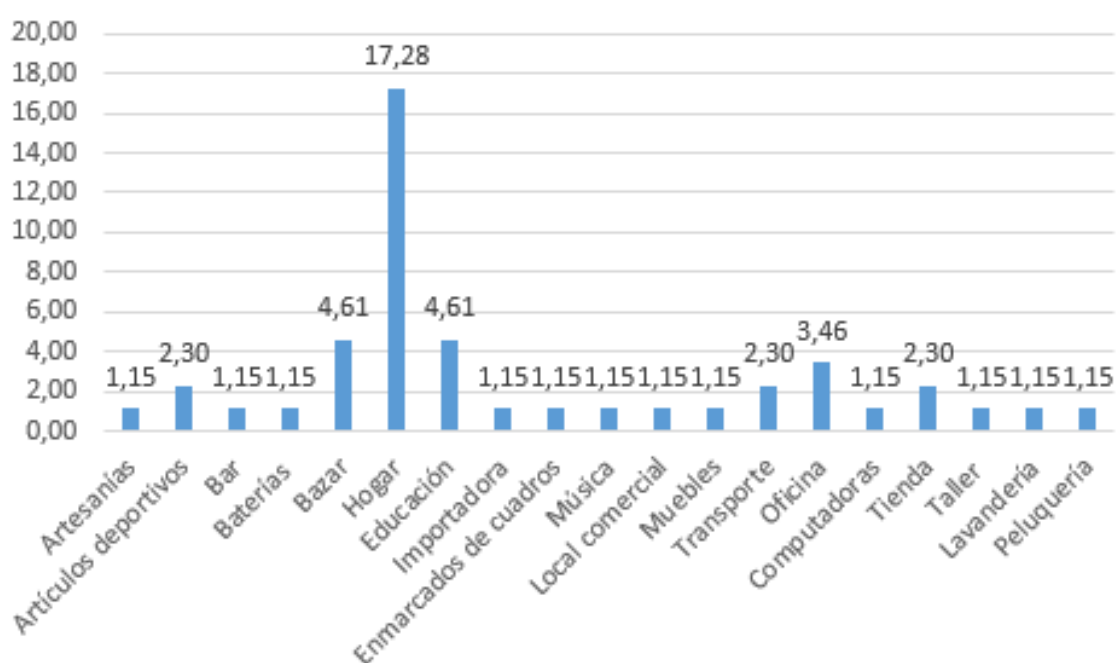
Según el gráfico se observa que la mayoría utilizaría para su empresa otras actividades de las mencionadas con un 50.7%, seguido de 27.6% donde existe mayores locales de este tipo que es el de comidas, con un 5.7% lo usaría para gasolineras donde existe gran transacción de dinero por los autos, con un porcentaje igualitario de 4.6% están las empresas dedicadas de Banco y Supermercados y por último de igual manera con un porcentaje igualitario de 3.4% el desinfectante de dinero lo utilizarían para la empresa de modas y ferreterías.

### Interpretación:

Se puede observar que existe una gran mayoría de empresas que usarían el producto de diferentes sectores como: sector alimenticio, sector petrolero, sector bancario, sector de consumo masivo, sector de moda, sector ferretero, realizando que el producto no tiene un sector específico.

### Pregunta 9 - Si su respuesta es OTRO, especifique el local

**Figura 11** Pregunta 9



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### Análisis:

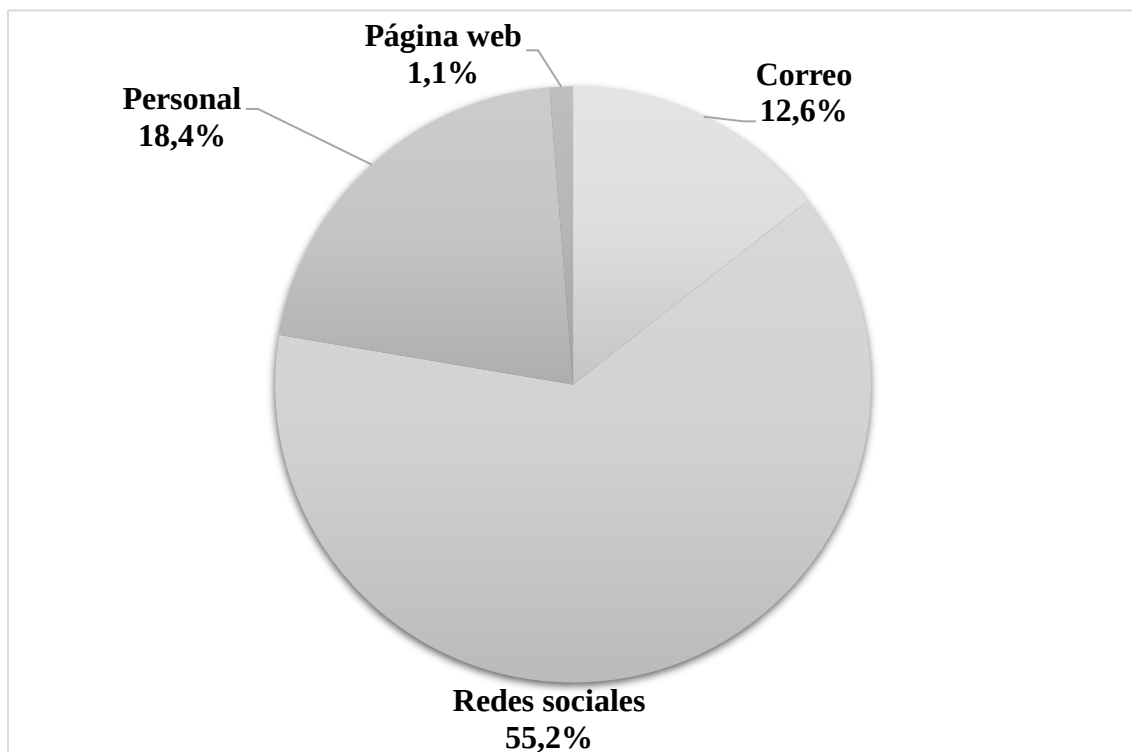
En el gráfico se puede observar que se tomó las 44 respuestas que equivale al 50.7% que respondieron a OTRO local, por lo tanto con un porcentaje del 17.28% que es un porcentaje pequeño los gerentes o personal de la empresa han respondido que desean para su hogar, con un 4.61% tienen un local de bazar y educación, con 3.46% tienen oficinas, con 2.30% cuentan con locales de artículos deportivos y transporte y el 1.15% tienen locales de artesanías, bar, baterías, importadora, enmarcados de cuadros, música, local comercial, muebles, computadoras, taller, lavandería, peluquería.

### Interpretación:

Se observa en el gráfico que existen otras empresas o negocios que reconocen la importancia del uso del producto, por lo cual lo adquirirían para emplearlo dentro de diferentes espacios según corresponda y lo necesiten.

### Pregunta 10 - ¿Cómo le gustaría conocer al producto?

**Figura 12** Pregunta 10



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

### Análisis:

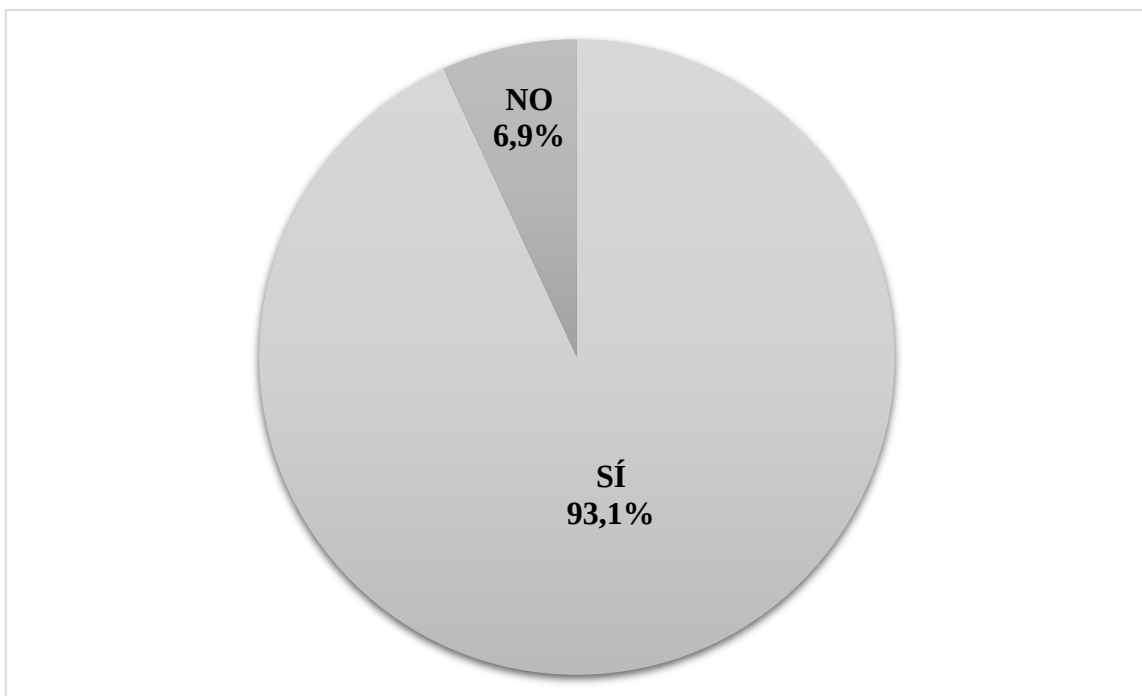
En los resultados obtenidos, se observa que la mayoría desea conocer por redes sociales con un 55.2% que son Instagram, Facebook, WhatsApp ya que hoy en día se utiliza publicidad por medios digitales, con un 18.4% desea conocer de forma personal ya que se puede tocar el producto, con un 13.8% le gustaría conocer por la página web de la empresa y con el menor porcentaje de 12.6% le gustaría que le envíen la información por correo electrónico.

### **Interpretación:**

En el gráfico se observa que la mayoría le gusta las redes sociales para conocer el producto, en la actualidad se utiliza el marketing digital, lo cual el producto será publicitado en todas las redes sociales tales como: WhatsApp, Instagram y Facebook además se contactará a influencers y youtubers para obtener aceptación del producto.

### **Pregunta 11 - ¿Le gustaría recibir el producto en su domicilio?**

**Figura 13** Pregunta 11



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### **Análisis:**

En el gráfico se observa que a la mayoría le entreguen en su domicilio o en este caso en las bodegas de las empresas con un 93.1% para evitar el contacto con personas debido a la pandemia y a personas que le gustaría ir a retirar el producto en la empresa es de un porcentaje mínimo de 6.9%.

### Interpretación:

Las personas que respondieron a las encuestas fueron gerentes o asesores de las empresas lo cual desearían que reciban el producto en su domicilio ya que son los encargados junto con el departamento de finanzas para la adquisición y desean que se vaya a dejar el producto en sus bodegas o en sus domicilios.

#### 1.3.2 Demanda Potencial

Es el nivel más alto de que se va alcanzar un determinado producto mediante unas condiciones. En otras palabras, sería la aceptación del producto (Sánchez Galán, 2021).

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta el porcentaje de aceptación de las empresas que estarían dispuestas a comprar el producto mismo que corresponde a un porcentaje del 88,5%, como se aprecia en el siguiente cálculo.

Empresas= 115

Porcentaje de aceptación = 88,5%

Demanda=  $115 \times 88,5\%$

Demanda=102 empresas

A continuación, en la Tabla 7 se demuestra la demanda potencial.

**Tabla 7** Demanda Potencial

| Población    | Frecuencia | Población obtenida | Cuántos dispositivos requiere | Dispositivos adquiridos | Total número de dispositivos adquiridos al año |
|--------------|------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------|
| 102          | 6,90%      | 7                  | 7                             | 49                      | 591                                            |
| 102          | 2,30%      | 2                  | 10                            | 23                      | 282                                            |
| 102          | 1,10%      | 1                  | 13                            | 15                      | 175                                            |
| 102          | 6,90%      | 7                  | 14                            | 99                      | 1182                                           |
| 102          | 82,80%     | 84                 | 4                             | 507                     | 6081                                           |
| <b>TOTAL</b> | 100,00%    | 102                | 50                            | 693                     | <b>8311</b>                                    |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

Demanda Potencial es igual a la cantidad de dispositivos que adquirirían las empresas mismas que corresponde a 8.311 dispositivos.

A continuación, en la Tabla 8, se detalla la proyección de la demanda tomando en cuenta la TCE del 2,68%.

**Tabla 8** Proyección de la demanda método no estadístico (TCE) Tasa de Crecimiento Empresarial

| PROYECCIÓN |           |
|------------|-----------|
| AÑO        | POBLACIÓN |
| 1          | 8.311     |
| 2          | 8.534     |
| 3          | 8763      |
| 4          | 8.998     |
| 5          | 9.239     |

**Fuente:** (Primicias, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## 1.4 Análisis del Macro y Micro Ambiente

### 1.4.1 Análisis del micro ambiente

A continuación, se realiza el análisis del micro ambiente por el método 5 fuerzas de Porter (Porter, 2008).

#### 5 fuerzas de Porter

##### Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes (Quiroa, 2019) es la capacidad superior que poseen estos agentes económicos al período de adquirir insumos, materias primas, capital o servicios de las empresas, se presenta en el ambiente del mercado, cuando las personas que demandan o adquirieren los productos elaborados por una compañía esto requieren que los productos que venden las empresas tengan mejores disposiciones de calidad y de costo en el mercado.

El cliente es la razón de la empresa por lo tanto es considerable que la empresa le brinde toda la información acerca del desinfectante de dinero como: su uso, sus características y los beneficios que le aportará el producto dentro de la empresa y va de la mano con la atención al cliente, además es muy importante el precio del producto dentro del mercado para que sea llamativo y llegar a satisfacer a los clientes. En el



desinfectante de dinero el poder del cliente es bajo porque no existe otra alternativa del producto que le permita negociar.

### **Poder de negociación con los proveedores**

Los proveedores (Estolano, Castillo, Berumen, & Mendoza, 2013) generan más valor al aumentar los precios, que los productos sean de calidad, el grupo es poderoso cuando está preocupado de la empresa, cuando el proveedor es integrante de la empresa y además ofrecen nuevos productos.

Existen pocos proveedores para la compra de desinfectantes de dinero ya que son productos nuevos en el mercado, pero con el proveedor que se realizará la compra dispone de productos de calidad, precios y ofertas para lo cual se tomó la decisión, además se debe tener buena integración para el ofrecimiento de nuevos productos brindando la calidad que desea la empresa. En este caso los proveedores tienen un nivel alto de poder de negociación con el producto, puesto que ellos son los mayoristas.

### **Rivalidad entre la competencia**

La rivalidad (Kay, 2014) puede ser de diferentes espacios en la empresa como son: los objetivos, los canales, la fuerza. Para que exista una rivalidad debe existir esos factores.

En este caso particular de la empresa, la rivalidad es muy alta debido a los diferentes métodos que utilizan las empresas que son: alcohol, amonio cuaternario y ozono que desinfecta el ambiente como el dinero. Por lo tanto, la empresa debe aumentar la inversión del marketing e incrementar la calidad del servicio. Sin embargo, al ser un producto de calidad, a futuro pueden existir empresas interesadas en producir el mismo.

### **Amenaza de nuevos productos sustitutos**

Son aquellos productos que se pueden reemplazar en el mercado y ser consumidos en lugar de otros como por ejemplo un sustituto del azúcar puede ser la panela y el cliente sabe que puede sustituir tal producto, el producto sustituto puede ser una ventaja y desventaja para la empresa en la que influye el consumidor (Roldan, 2020).

Actualmente en el mercado existen ciertos productos de desinfección tales como: gel antibacterial, guantes, amonio cuaternario. Considerando esta fuerza como una amenaza alta, el desinfectante de dinero se caracteriza por no humedecer el dinero y disponer una eficacia rápida de eliminación de virus, bacterias y gérmenes.

### **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

Es la competencia que tiene la empresa en el mercado. Se refiere a la entrada de nuevos productos y competidores donde más fácil sea entrar un producto conocido por la sociedad, mayor será la amenaza que tendrá dicho emprendimiento (PowerMBA, 2020).

Dentro de la comercialización de desinfectantes de dinero, al hablar de dicha fuerza, el nivel es medio bajo, porque los competidores no se han concentrado en elaborar mas productos innovadores que contribuyan a resguardar la seguridad de las personas, ya que se confían de los productos tradicionales sin tomar en consideración que en la actualidad se deben adoptar medidas más exigentes para la desinfección e higiene debido a la actual pandemia. Sin dejar de lado, que puedan crear empresas con el mismo producto o las empresas ya existentes seguir mejorando su calidad, para lo cual se debe crear la diferenciación del producto con mejor tecnología, servicio y personalización.

### **1.4.2 Análisis del macro ambiente**

#### **Matriz de perfil competitivo (MPC)**

La matriz de perfil competitivo (Coronel Serrano, 2020) es una evaluación de una forma externa para analizar las empresas competidoras que tienen mayor importancia, tomando en cuenta las debilidades y fortalezas.

Para llenar esta matriz se analizó a dos empresas competidoras que disponen del mismo producto (David, 2003).

En cuanto a la tabla dispone de 11 factores claves de éxito más importantes para poder analizar a las empresas competidoras, la ponderación de la importancia se asignó en una escala de valores de 0 ( no importante) y 10 (muy importante) de los factores claves de éxito, además los valores de importancia ponderada se dividió cada valor de la

importancia del factor clave de éxito con la sumatoria de todos los valores de importancia de los factores claves de éxito que no debería sobrepasar el porcentaje de 100% o valor de 1, también se asignó valores asimétricos de cada empresa considerando que 1 (no dispone dicho factor), 3 (falta mejorar dicho factor), 7 (sí dispone dicho factor) y por último para conocer la calidad del producto y servicio de cada empresa se refleja en la sumatoria de ponderación de cada empresa, cada ponderación se obtiene de la multiplicación de la importancia ponderada y el valor asimétrico de cada empresa.

A continuación, en la Tabla 9, se detalla la matriz de perfil competitivo.

**Tabla 9** Matriz de Perfil Competitivo

| Factor Clave de Éxito                     | Importancia | Importancia Ponderada |    |             |                  |             |                  |             |
|-------------------------------------------|-------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
|                                           |             |                       | Valor Asimétrico                                                                                                                                                                                                                                           | Ponderación | Valor Asimétrico | Ponderación | Valor Asimétrico | Ponderación |
| Facilidad de uso                          | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 7                | 0,6797      |
| Calidad del producto                      | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 7                | 0,6797      |
| Precio del producto                       | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 7                | 0,6797      |
| Dimensiones del producto                  | 8           | 0,0777                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,5439      | 7                | 0,5439      | 7                | 0,5439      |
| Garantía                                  | 9           | 0,0874                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6118      | 7                | 0,6118      | 7                | 0,6118      |
| Duración de encendido                     | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 7                | 0,6797      |
| Infraestructura del producto              | 9           | 0,0874                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6118      | 7                | 0,6118      | 3                | 0,2622      |
| Atención en un inconveniente del producto | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 3                | 0,2913      |
| Personalización del producto              | 8           | 0,0777                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,5439      | 1                | 0,0777      | 1                | 0,0777      |
| Rayos UV                                  | 10          | 0,0971                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6797      | 7                | 0,6797      | 7                | 0,6797      |
| Inodoro                                   | 9           | 0,0874                | 7                                                                                                                                                                                                                                                          | 0,6118      | 7                | 0,6118      | 7                | 0,6118      |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>103</b>  | <b>1</b>              |                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>7,00</b> |                  | <b>6,54</b> |                  | <b>5,80</b> |

**Fuente:** (Primicias, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## Interpretación

La empresa DESS tiene una ponderación más alta que su competencia con 7 lo que significa que dispone de una planificación estratégica muy desarrollada debido a que supera en la diferenciación del producto, diseño del producto muy agradable a simple vista y una atención al cliente que no se va a quedar con ningún inconveniente.

### 1.4.3 Proyección de la oferta.

La oferta se realizó en base a la recopilación de información de los distintos competidores relacionados con el producto a ofertar, en la Tabla 10 se detalla la oferta tomando en cuenta la competencia que oferta un producto similar.

A continuación, en la Tabla 10, se detalla el número de unidades de la competencia.

**Tabla 10** Número de unidades que vende la competencia

| Empresa                                                                             | Unidades comercializadas |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| YAAL                                                                                | 600                      |
|  |                          |
| VISIÓN LED                                                                          | 800                      |
|  |                          |
|                                                                                     | <b>1.400</b>             |

Fuente: (Google, 2020)

Elaborado Por: El Autor

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector que corresponde al 2,68% acorde a los datos del Banco central, datos que se refleja en la Tabla 11.

**Tabla 11** Proyección de la oferta

| PROYECCIÓN |           |
|------------|-----------|
| AÑO        | POBLACIÓN |
| 1          | 1.400     |

|   |       |
|---|-------|
| 2 | 1.438 |
| 3 | 1.477 |
| 4 | 1.517 |
| 5 | 1.558 |

**Fuente:** (Primicias, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## 1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

A continuación, en la Tabla 12 se detalla la demanda potencial insatisfecha.

**Tabla 12** Demanda potencial insatisfecha

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA | DPI/DIA |
|-----|---------|--------|----------------------|---------|
| 1   | 8.311   | 1.400  | 6.911                | 19      |
| 2   | 8.534   | 1.438  | 7.096                | 20      |
| 3   | 8.763   | 1.477  | 7.286                | 20      |
| 4   | 8.998   | 1.517  | 7.481                | 21      |
| 5   | 9.239   | 1.558  | 7.681                | 21      |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 1.6 Diseño de marca (branding)

**Nombre de la marca:** DESS

**Figura 14** Logotipo empresa DESS



**Fuente:** (Canva, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

**Logotipo:** El significado del logo es debido a que la empresa va a vender desinfectantes de dinero en forma de lámpara, las seis líneas horizontales fuera de la lámpara es el proceso que haría para su desinfección, los gráficos que le rodean a la lámpara son los

virus, gérmenes y bacterias que se van a desinfectar en el dinero y por último el nombre DESS fue creado a que hay productos de limpieza llamados OZZ por lo tanto, DESS es una palabra corta de desinfección pero aumentado una doble S debido a los productos OZZ, que llamarían la atención de los clientes por su calidad y limpieza.

**Slogan:** Para tu dinero está DESS.

**Percepción y posicionamiento:** Desinfectante de dinero con rápida desinfección. Ser reconocida por la calidad y el primer producto de desinfección de dinero en la mente de los clientes hasta diciembre del 2021 en un 60% de mi mercado objetivo.

**Diferenciación:** Al ser un dispositivo ensamblado con partes y piezas que no involucran mucha inversión hará que sea accesible para un gran número de empresas. Además, se personalizará el producto con la identificación, colores, slogan, logotipo de la empresa que adquiere, lo que resultará en un artículo publicitario. También, los rayos ultra violeta ayudan en un 99.99% la desinfección de virus y bacterias.

## 1.7 Estrategias de marketing

A continuación, en la Tabla 13 se detalla las estrategias de Mix de Marketing.

**Tabla 13** Estrategias de Mix de Marketing

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producto  | <b>Estrategia de especialización:</b> Empresa sólo dedicado a desinfección de dinero<br><b>Estrategia de segmentación es de clase media, media alta y alta:</b> La línea es dedicada a desinfección de dinero, los modelos serán estándar, pero si desea el gerente se le puede diseñar con el logo de la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Precio    | <b>Estrategia de precio superiores:</b> Los precios de la empresa serán diferentes a otras empresas, siendo una ventaja beneficiosa para los gerentes ya que disponen el logo de la empresa para que los clientes reconozcan la bioseguridad de la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Plaza     | <b>Directa:</b> El producto tendrá un canal de distribución directa ya que el gerente puede adquirir el producto en las oficinas de la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Promoción | <b>Promoción de ventas (ofertas):</b> El producto que se va a comercializar es el desinfectante de dinero siendo por el momento el único producto de la empresa lo cual el precio es de \$18, aplicando la estrategia promocional de la oferta sería si el gerente compra de 5 en adelante en desinfectantes de dinero el sexto se lo lleva a mitad de precio.<br><b>Redes Sociales:</b> El producto será publicitado en Facebook donde este medio será utilizado para fotos, información de la empresa, contactos<br><b>Marketing Digital:</b> Debido a la pandemia y evitar las aglomeraciones, se realizará diferentes métodos para que el producto sea publicitado como: Facebook Live, publicar los videos de las pequeñas exposiciones realizadas y con un número reducido de asistencia en las exposiciones. |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 1.8 Publicidad que se realizará

La plataforma Facebook ha puesto en disponibilidad a nivel mundial la opción de “transmisión en vivo” para todas las personas y empresas o negocios (Purita , 2017).

Para poder obtener una autorización (Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, 2017) del uso del parque la Carolina donde se realizará una feria para exponer el producto se debe realizar una solicitud por el uso del espacio especificando el lugar y los metros cuadrados que se va a necesitar, además indicar la fecha, horarios y explicar sobre el evento. El cobro de regalías (Administración Zonal del espacio público, 2014) por la utilización exclusiva y temporal del uso público estará asociada a la superficie, temporalidad y uso solicitado para el evento promocional de productos comerciales.

La participación de los expositores en las islas comerciales está supeditada, previamente, a un proceso de postulación, aprobación, entrega de documentos y pago. El costo semanal es de \$1500 en el Quicentro shopping (El Telégrafo, 2021).

Por lo tanto, en la Tabla 14 se muestra el cronograma de medios.

**Tabla 14** Cronograma de medios

| Actividades                                                                                                                                | Cronograma                       | Costos                           | Responsables                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Realizar un live por Facebook para la presentación del desinfectante de dinero, para más información revisar la tabla 15                   | De junio a agosto del 2021       | No dispone de costo, es gratuito | Gerente de ventas y marketing |
| Realizar una feria para que las personas puedan ver y tocar el producto en el parque la Carolina, para más información revisar la tabla 16 | De septiembre a octubre del 2021 | 600 x stand                      | Gerente de ventas y marketing |
| Realizar una                                                                                                                               | Noviembre del 2021               | 3000 por dos semanas             | Gerente de ventas y           |



|                                                                                                                                                                                          |                   |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------|
| exposición en el centro<br>comercial Quicentro<br>Shopping Norte para<br>que las personas<br>puedan conocer los<br>detalles del producto,<br>para más información<br>revisar la tabla 17 | de presentaciones | marketing |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------|

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 15 se detalla el cronograma.

**Tabla 15** Cronograma del Live por Facebook

|              | Actividades | Público<br>objetivo     | Geográfica | Mensaje                                                                                                                                                         | Fecha                    |
|--------------|-------------|-------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| <b>Fijas</b> | Junio       | Gerentes de<br>empresas | Ecuador    | A las primeras 200<br>personas que den<br>like a la página se le<br>dará cinco paquetes<br>de 3 unidades de<br>desinfectantes                                   | 15 de junio<br>del 2021  |
| <b>Fijas</b> | Julio       | Gerentes de<br>empresas | Ecuador    | A las primeras 30<br>personas que<br>ingresen primero al<br>live se le dará tres<br>paquetes de<br>desinfectantes de 3<br>unidades de<br>desinfectantes         | 14 de julio<br>del 2021  |
| <b>Fijas</b> | Agosto      | Gerentes de<br>empresas | Ecuador    | A las primeras 500<br>personas que<br>respondan la<br>pregunta que se dará<br>a conocer en el live<br>se dará 10 paquetes<br>de 3 unidades de<br>desinfectantes | 20 de agosto<br>del 2021 |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 16 se describe el cronograma.

**Tabla 16** Cronograma de la feria en parque La Carolina

|              | <b>Actividades</b> | <b>Público<br/>objetivo</b> | <b>Geográfica</b>            | <b>Mensaje</b>                       | <b>Fecha</b>                    |
|--------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Fijas</b> | Septiembre         | Gerentes de empresas        | Norte de Quito (La Carolina) | Promocionar el producto con detalles | 13 al 16 de septiembre del 2021 |
| <b>Fijas</b> | Octubre            | Gerentes de empresas        | Norte de Quito (La Carolina) | Promocionar el producto con detalles | 15 al 18 de octubre del 2021    |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 17 se describe el cronograma.

**Tabla 17** Cronograma de la exposición en el centro comercial Quicentro Shopping

|              | <b>Actividades</b> | <b>Público<br/>objetivo</b> | <b>Geográfica</b>                   | <b>Mensaje</b>                                  | <b>Fecha</b>                   |
|--------------|--------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>Fijas</b> | Noviembre          | Gerentes de empresas        | Norte de Quito (Quicentro Shopping) | Presentación del producto como la ficha técnica | 1 al 7 de noviembre del 2021   |
| <b>Fijas</b> | Noviembre          | Gerentes de empresas        | Norte de Quito (Quicentro Shopping) | Presentación de los beneficios del producto     | 15 al 21 de noviembre del 2021 |

**Fuente:** Investigación de Campo

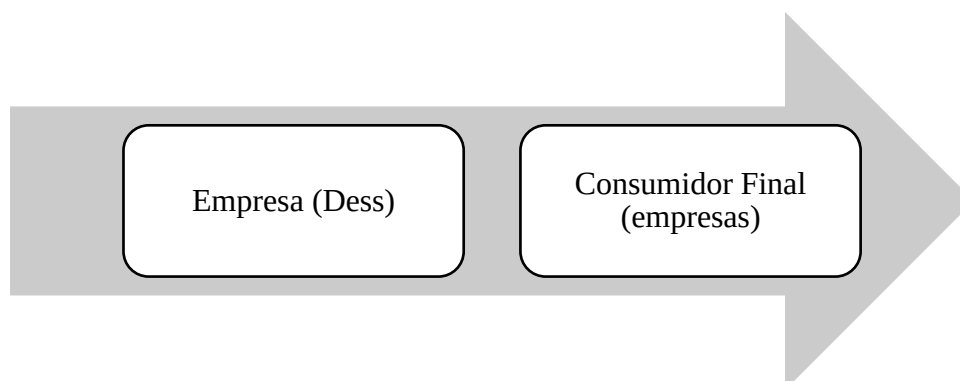
**Elaborado Por:** El Autor

## 1.9 Canales de Distribución

La distribución del producto será directa ya que no existirán intermediarios para la entrega al cliente final, debido a que la propia empresa entregará el producto.

A continuación, en la Figura 15 se detalla el proceso del canal de distribución directo.

**Figura 15** Canal de distribución directa



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 1.10 Seguimiento de Clientes

Mediante las encuestas de satisfacción que serán realizadas a los adquirientes del producto se podrá conocer su nivel de satisfacción y aceptación del producto.

A continuación, en la Tabla 18 se describe el seguimiento de clientes.

**Tabla 18** Encuesta de satisfacción

| Objetivo                                                                                        | Estrategia               | Presupuesto                                                                                       | Tiempo                                        | Responsable     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------|
| Conocer si el cliente está satisfecho del producto y adquirir las sugerencias y recomendaciones | Encuesta de satisfacción | La encuesta será realizada vía online mediante la plataforma Google Forms, no tiene ningún costo. | La encuesta tendrá una duración de 10 minutos | Gerente General |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

Mediante los comentarios de las redes sociales se conocerá la satisfacción de los clientes, además, si aumentan los seguidores se conocerá que tiene una buena aceptación la empresa y el producto.

A continuación, en la Tabla 19 se describe el seguimiento de clientes.

**Tabla 19** Redes sociales

| Objetivo                                                                                                                 | Estrategia                                     | Presupuesto                                                                                           | Tiempo                                                                              | Responsable |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Conocer si el cliente está satisfecho del producto y leer los comentarios si son buenos y malos con respecto al producto | Comentarios y seguidores de las redes sociales | No tiene ningún costo ya que en las redes sociales aparece el nombre y la valoración del producto que | La duración de leer los comentarios y analizarlos depende del número de comentarios | Secretaria  |

han realizado las  
personas

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

Mediante un “cliente fantasma” se puede conocer la atención al cliente, conocer a los vendedores al momento de que no están en supervisión y también la convicción al vender.

A continuación, en la Tabla 20 se describe el seguimiento de clientes.

**Tabla 20** Cliente fantasma

| Objetivo                                                                                                                                                                                 | Estrategia       | Presupuesto                                    | Tiempo                                   | Responsable     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------|
| Conocer al vendedor y la atención al cliente sin saber que es parte de la empresa y dicho proceso será analizado con el gerente para el cambio de personal o felicitar a los vendedores. | Cliente fantasma | No tiene costo, compañero del gerente general. | La duración del análisis sería de 1 hora | Gerente General |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 1.11 Especificar mercados alternativos

Con esta nueva realidad se prevé que existirán nuevas enfermedades infectocontagiosas a través de virus, bacterias y gérmenes, el espectro de potenciales clientes se amplía a variados escenarios; entre ellos educativo, transporte e inclusive en el ámbito del hogar en el cual necesariamente tendrá que estar protegido con un dispositivo con alcance en los mismos sectores planteados en el presente trabajo. Además, al ser un dispositivo que no incluye pilas se venderá pilas para satisfacer completamente al consumidor y pueda utilizar el dispositivo sin complicaciones. Además, se planifica expandir el mercado geográfico y la oferta de nuevos productos relacionados.

## **CAPITULO II**

### **OPERACIONES**

#### **2.1 Objetivo del Capítulo**

Identificar los procesos del desinfectante de dinero para la comercialización mediante su descripción para la aplicación de la empresa.

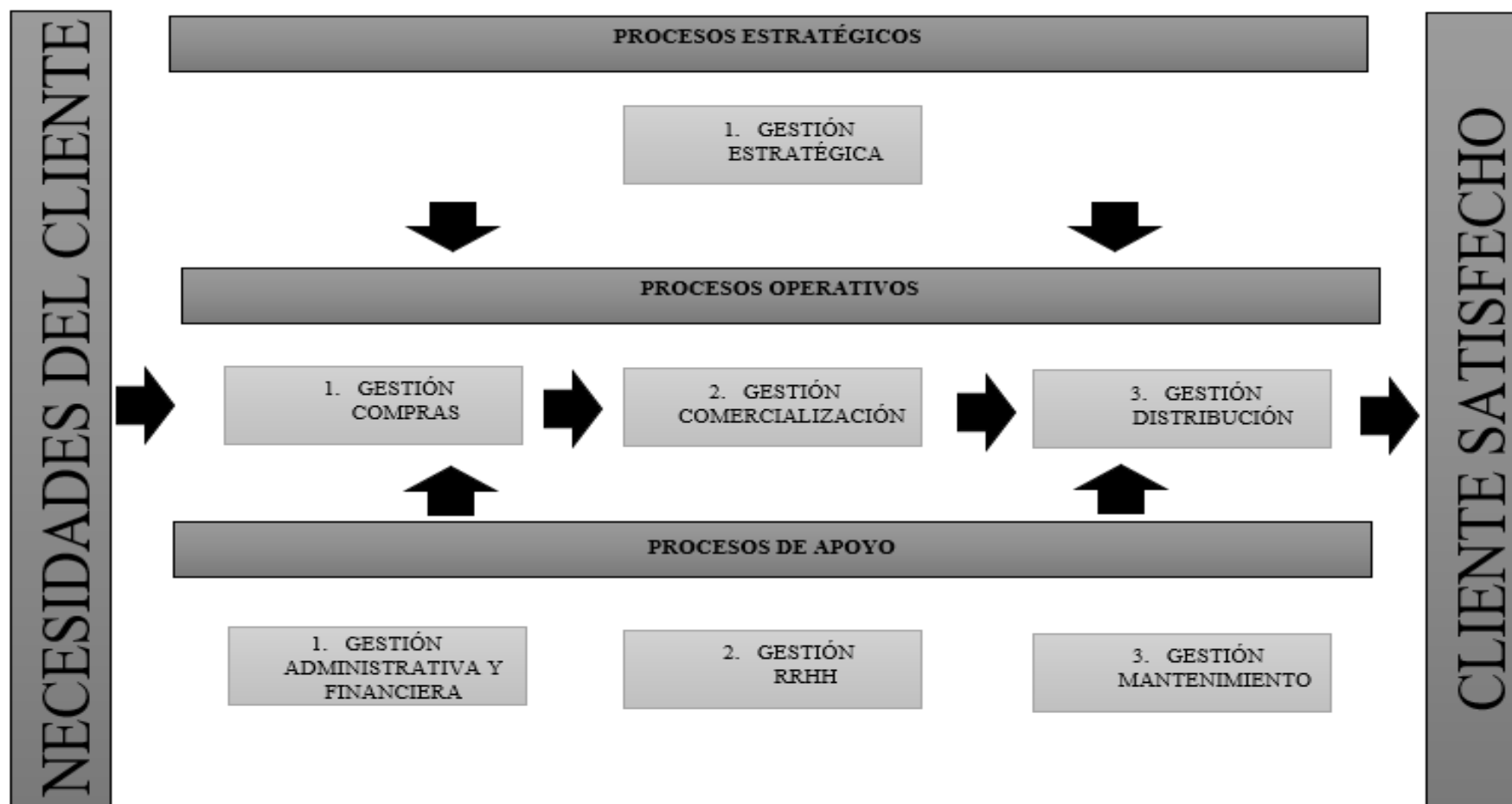
#### **2.2 Descripción del proceso**

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

El mapa de procesos (Unidad de Planificación Institucional, 2015) es un gráfico en donde se representa los procesos que dispone el sistema de gestión de la empresa, que debe involucrar a la satisfacción del cliente. El gráfico se divide en 3 niveles: procesos estratégicos que son procesos donde se toman las decisiones, procesos operativos que son procesos que se dedican a la producción de los productos o los servicios y los procesos de apoyo que dan soporte a los procesos anteriores.

A continuación, en la Figura 16 se demuestra el mapa de procesos.

**Figura 16** Mapa de procesos



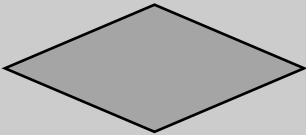
**Fuente:** Adaptado de (Unidad de Planificación Institucional, 2015)

**Elaborado Por:** El Autor

Un flujograma (Quindemil Torrijo & Rumbaut León, 2014) es la representación gráfica que muestra la secuencia de los procesos mediante símbolos para poder identificar las actividades correctas dentro de la empresa.

A continuación, en la Tabla 21 se demuestra los símbolos utilizados en el flujograma.

**Tabla 21** Símbolos flujograma

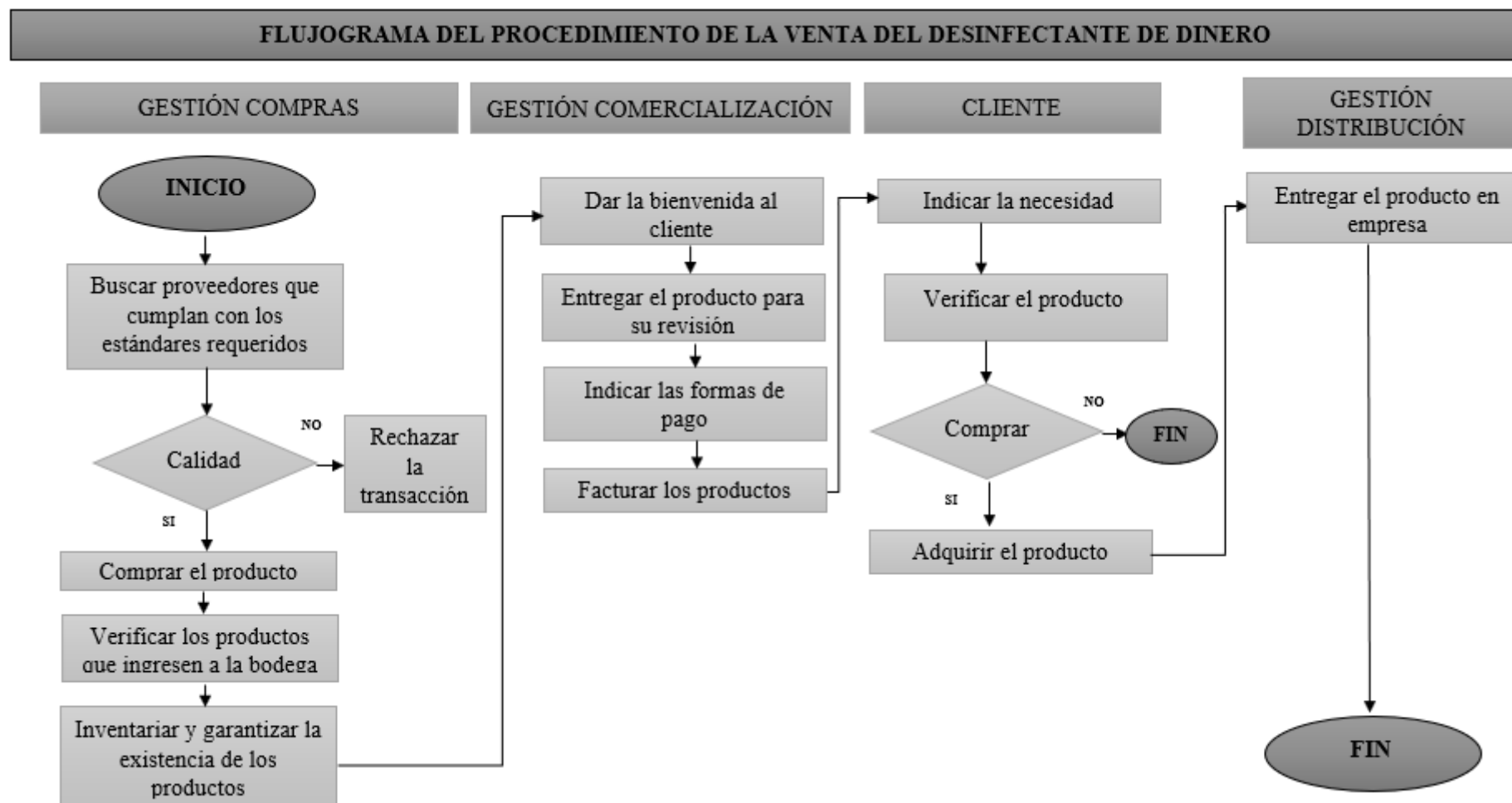
| Símbolo                                                                             | Descripción                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
|    | Este símbolo indica el inicio y fin de las actividades en el flujograma.       |
|    | Este símbolo se utiliza para definir cada actividad o tarea.                   |
|   | Este símbolo es para realizar una pregunta y tomar una decisión.               |
|  | Esta flecha es para juntar las actividades o tareas y que tenga una secuencia. |

**Fuente:** (Hernández Medrano, 2017)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Figura 17 se demuestra el flujograma.

**Figura 17** Flujograma



**Fuente:** (Quindemil Torrijo & Rumbaut León, 2014)

**Elaborado Por:** El Autor



Por lo tanto, se explica el flujograma.

### Gestión Compras

- Buscar proveedores que cumplan con los estándares requeridos por la empresa
- Verificar los productos que ingresan a la bodega
- Inventariar y garantizar la existencia de los productos en stock

### Gestión Comercialización

- Dar la bienvenida al cliente
- Entregar el producto para su respectiva revisión
- Indicar las formas de pago (Efectivo, transferencia bancaria o tarjeta de crédito)
- Indicar la lámpara UV con el logo de la empresa (diseño virtual)
- Facturar los productos

### Gestión Distribución

- Entregar los productos en la empresa

A continuación, en la Tabla 22 se demuestra la Gestión Compras (SIPOC).

**Tabla 22** Gestión Compras

| S                                      | I                        | P                                                                                                                                                                     | O                        | C                        |
|----------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Proveedores                            | Entradas                 | Proceso                                                                                                                                                               | Salidas                  | Clientes                 |
| YAAL (YAAL productos sanitarios, 2021) | Desinfectantes de dinero | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprar el producto</li><li>• Verificar los productos</li><li>• Inventariar y garantizar la existencia de productos</li></ul> | Desinfectantes de dinero | Gestión Comercialización |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 23 se demuestra la Gestión Comercialización (SIPOC).

**Tabla 23** Gestión Comercialización

| S                        | I                        | P                                                                                                                                                                                                                                                     | O                        | C                    |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Proveedores              | Entradas                 | Proceso                                                                                                                                                                                                                                               | Salidas                  | Clientes             |
| Gestión Comercialización | Desinfectantes de dinero | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar bienvenida al cliente</li> <li>• Indicar el producto</li> <li>• Indicar las formas de pago</li> <li>• Indicar la lámpara UV con el logo de la empresa (diseño virtual)</li> <li>• Facturación</li> </ul> | Desinfectantes de dinero | Gestión Distribución |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 24 se demuestra la Gestión Distribución (SIPOC).

**Tabla 24** Gestión Distribución

| S                        | I                        | P                                                                                     | O                        | C        |
|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------|
| Proveedores              | Entradas                 | Proceso                                                                               | Salidas                  | Clientes |
| Gestión Comercialización | Desinfectantes de dinero | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar los productos en empresa</li> </ul> | Desinfectantes de dinero | Empresas |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

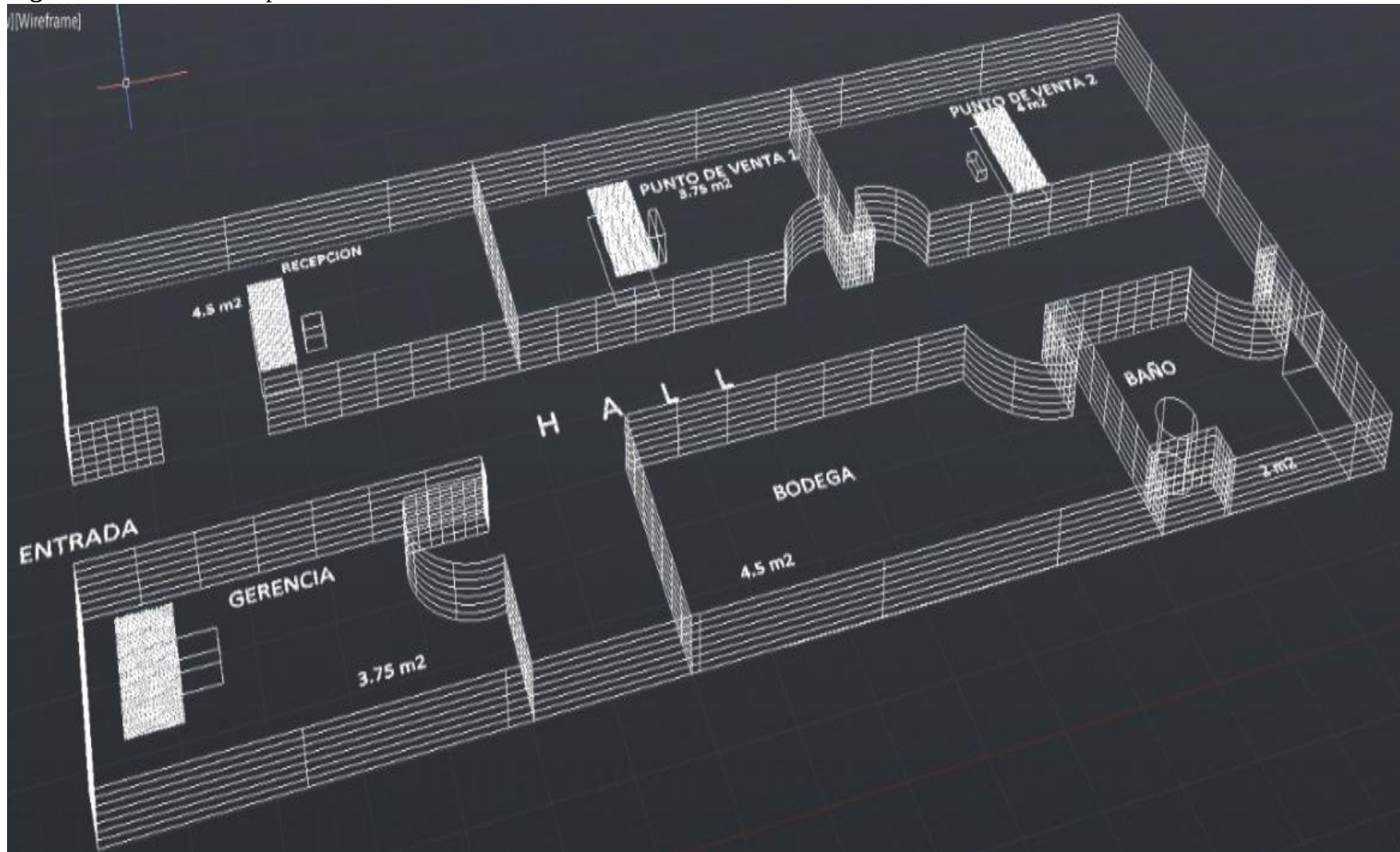
El sistema de distribución (UDIMA, 2021) se ciñe a la gestión del flujo y de las interrupciones en los materiales (materias primas, componentes, subconjuntos, productos acabados y suministros) y personas asociadas al proceso de distribución o logístico de una empresa. La logística va de la mano con la planificación, organización y control del conjunto de actividades de movimiento y almacenamiento, juega un papel protagonista en el plano de integración de las actividades del sistema técnico-productivo, cuyo máximo exponente tiene que ver con el aseguramiento de un flujo que se dirige a suministrar al

cliente los productos y servicios demandados teniendo en cuenta su solicitud desde el mismo momento que surge la necesidad del cliente.

En la empresa Dess dispondrá de siete áreas para satisfacer al cliente en absoluto. Dichas áreas son: el stock del producto que estará en la *bodega* para su distribución; los implementos de bioseguridad que se presentará en el área de *Recepción* donde se tomará la temperatura, existirá gel antibacterial automático y bandejas desinfectantes ; el área de *Hall* dónde el cliente podrá identificar todas las áreas de la empresa y tomar asiento si desea; habrá dos áreas de *puntos de venta* para brindar toda la información del producto al cliente; el área de *gerencia* donde se resolverá cualquier inconveniente de los clientes y su respectiva revisión y asuntos administrativos ; y por último el área del *baño*.

A continuación, en la Figura 18 se detalla las instalaciones de la empresa DESS.

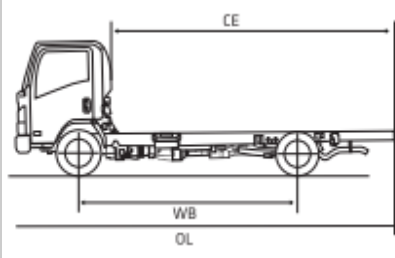
**Figura 18** Plano de la empresa Dess



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

En la siguiente Tabla 25 se demuestra la descripción de los equipos.

**Tabla 25** Descripción de equipos

| EQUIPOS                                                                                                                    | CANTIDAD | CARACTERÍSTICAS                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Furgón</p>                             | 1        | <p>Chevrolet NHR<br/>Camión Ligero (0 a 3 toneladas)<br/>Motor (Cilindraje): 3400</p>  <p>Longitud Total: 473cm<br/>Altura Total: 215cm</p> |
| <p>Vitrina</p>                           | 1        | <p>Vitrina de vidrio con pulido brillante</p> <p>Dimensiones:<br/>Altura: 1.80cm<br/>Ancho: 1m</p>                                                                                                                            |
| <p>Escritorio Gerente</p>               | 1        | <p>Escritorio de oficina tipo L</p> <p>Dimensiones<br/>Ancho: 1,50<br/>Largo: 1,50<br/>Color: Negro</p>                                                                                                                       |
| <p>Escritorios Asistentes de venta</p>  | 2        | <p>Dimensiones<br/>120cm*60cm*70cm<br/>Aceros sólidos 0.80mm<br/>Pintura electrostática en polvo<br/>precocida a 180 grados</p>                                                                                               |

|                                                                                     |   |                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Silla Gerente                                                                       | 1 |                                                                                                                                                                         |
|    |   | <p>Sillón Ergonómico con espaldar alto plus<br/> Cuerina Industrial<br/> Espuma de alta densidad<br/> Base metálica cromada de 5 puntas reforzadas<br/> Color negro</p> |
| Sillas de espera                                                                    | 6 |                                                                                                                                                                         |
|   |   | <p>Silla Eames<br/> Asiento en polipropileno de alta resistencia<br/> Estructura base de madera con soportes de metal</p>                                               |
| Counter recepción                                                                   | 1 |                                                                                                                                                                         |
|  |   | <p>Dimensiones<br/> Ancho: 1m<br/> Alto: 1,20cm<br/> Fondo: 0,50cm</p>                                                                                                  |
| Teléfonos                                                                           | 2 |                                                                                                                                                                         |
|  |   | <p>Pantalla LCD de 3 líneas<br/> Reloj<br/> Usa pilas AAA</p>                                                                                                           |

|         |   |                                                                 |
|---------|---|-----------------------------------------------------------------|
| Tablets | 2 | iPad Air 4ta Generación retina<br>16 gb<br>Tamaño pantalla: 10" |
|---------|---|-----------------------------------------------------------------|



|                    |   |                                               |
|--------------------|---|-----------------------------------------------|
| Computador Gerente | 1 | Quadcore i5, 3.6ghz Turbo, 8ram,<br>1tb Disco |
|--------------------|---|-----------------------------------------------|



|                                |   |                                                                      |
|--------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|
| Computador Asistentes de venta | 3 | iMac Intel Core i3 21.5" 3.02ghz<br>1TB HDD 4gb Ram ATI Radeon<br>HD |
|--------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|



|           |   |                                                                                                         |
|-----------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Impresora | 1 | Marca Ricoh<br>MPC 305<br>Impresión/copiado con escáner de<br>una velocidad de 30 páginas por<br>minuto |
|-----------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|                                                                                                                            |   |                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Traje de bioseguridad</p>              | 3 | Traje 100% nylon impermeable con tratamiento antilíquido elástico en capucha puños y basta |
| <p>Implementos de bioseguridad</p>       | 1 | Termómetro digital, bandejas desinfectantes y gel antibacterial automático                 |
| <p>Equipos de seguridad industrial</p>  | 1 | Casco, guantes, traje de bioseguridad, faja para la espalda, zapatos                       |
| <p>Kit limpieza</p>                     | 1 | Carro trapeador, escoba automática, galón desinfectante                                    |

**Fuente:** (OLX Ecuador, 2020) (Patiotuerca Ecuador, 2020) (Mercado Libre Ecuador, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor



En la siguiente Tabla 26 se demuestra el personal.

**Tabla 26** Personal

| Actividad                                                          | Tiempo | No. Personas |
|--------------------------------------------------------------------|--------|--------------|
| Descargar de camión la mercadería                                  | 1h     | 1            |
| Ubicar la mercadería en la bodega                                  | 1h     | 1            |
| Dar la bienvenida al cliente                                       | 5min   | 1            |
| Asignar un asesor                                                  | 10min  | 1            |
| Describir el producto y llamar la atención del cliente             | 30min  | 1            |
| Indicar las formas de pago                                         | 10min  | 1            |
| Indicar la lámpara UV con el logo de la empresa (diseño virtual)   | 20min  | 1            |
| Facturar los productos                                             | 10 min | 1            |
| Entregar el diseño virtual a la persona encargada de la producción | 10min  | 2            |
| Entregar los productos a la empresa                                | 1h     | 1            |

**Fuente:** (Zendesk, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

### 2.2.3 Tecnología a aplicar

La empresa DESS a largo plazo utilizará un sistema llamado ERP (TIC Portal, 2020) que es la planificación de recursos empresariales lo cual ayudará a una buena automatización de la empresa. También se dispondrá de información de la empresa y de una base de datos. Además, con este sistema se podrá visualizar si el producto ya debe reemplazarse.

### 2.2.4 Factores que afectan las operaciones

La empresa Dess podría ser afectada por los siguientes factores:

- Cierre de vías debido a construcciones imprevistas, y otros eventos de fuerza mayor.
- Inadecuada colocación de los productos en la bodega por lo cual se pueden romper o destruir.
- Robos y asaltos en la zona.
- Choque del camión al transportar la mercadería.
- Retrasos de proveedores.

## 2.3 Capacidad de Producción

### 2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La empresa DESS está considerada dentro del sector comercio al por mayor y al por menor. El comercio al por mayor y al por menor es volver a vender un producto nuevo o usado a minoristas, usuarios industriales, comerciales, instituciones o profesionales como también a mayoristas (Camino Mogro, Reyes Indio, Apraes Gutiérrez, Bravo Ronquillo, & Herrera Arboleda, 2017).

Para calcular la tasa de crecimiento del sector se utilizó la fórmula de Tasa de crecimiento (Cova Solutions, 2017) tomando el número de empresas del sector de dos años significativos del año 2012 y año 2019 (Directorio de Empresas y Establecimientos, 2020).

#### Datos

Número de empresas año 2012 = 292294

Número de empresas año 2019 = 300140

$$\frac{\text{Valor final} - \text{Valor inicial}}{\text{Valor inicial}} * 100$$
$$\frac{300140 - 292294}{292294} * 100$$

La tasa de crecimiento del sector sería de 2,68%.

A continuación, en la Tabla 27 se presenta la capacidad de producción futura con la tasa de crecimiento de sector (Sector comercio al por mayor y al por menor).

**Tabla 27** Capacidad de producción futura

| Año | Tasa de crecimiento del sector | Proyección Anual |
|-----|--------------------------------|------------------|
| 1   | 2,68%                          | 6.864            |
| 2   |                                | 7.048            |
| 3   |                                | 7.237            |
| 4   |                                | 7.431            |
| 5   |                                | 7.630            |

**Fuente:** (Directorio de Empresas y Establecimientos, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## 2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución.

A continuación, en la Tabla 28 se demuestra los proveedores del producto.

**Tabla 28** Proveedor

| Proveedor | Producto                 | Sustituto | Grado de sustitución |
|-----------|--------------------------|-----------|----------------------|
| YAAL      | Desinfectantes de dinero | Alcohol   | 75%                  |

**Fuente:** (YAAL productos sanitarios, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

## 2.5 Calidad

### 2.5.1 Método de Control de Calidad

La hoja de verificación (Medrano, 2016) es un método sencillo y sistemático que está destinado a registrar y recopilar datos de manera fácil que se interfiera lo menos posible con la actividad de quien realiza el registro.

A continuación, se demuestra en la Tabla 29 la hoja de verificación de la empresa.

**Tabla 29** Hoja de verificación de la empresa

| ITEMS                   | FRECUENCIA | CUMPLIMIENTO | NO CUMPLIMEINTO |
|-------------------------|------------|--------------|-----------------|
| Limpieza                | Diario     | SI           |                 |
| Stock de producto       | Diario     | SI           |                 |
| Entrega de facturas     | Diario     |              | NO              |
| Revisión del producto   | Semanal    | SI           |                 |
| Charlas de bioseguridad | Quincenal  |              | NO              |

**Fuente:** (Medrano, 2016)

**Elaborado Por:** El Autor

El método de Pareto (Gehisy, 2017) permite asignar orden a las prioridades es decir que en la empresa existen problemas que son sin importancia y existen otros que son muy importantes que necesitan ser corregidos facilitando el estudio de las diferentes fallas que tiene la empresa.

A continuación, se demuestra en la Tabla 30 el método de Pareto.

**Tabla 30** Método de Pareto

| ITEMS                    | % FALLAS |
|--------------------------|----------|
| Desinfectantes de dinero | 20%      |
| Capacitaciones           | 10%      |
| Entrega a tiempo         | 20%      |
| Control de inventario    | 30%      |
| Falta de proveedores     | 20%      |
| <b>Total</b>             | 100%     |

**Fuente:** (Gehisy, 2017)

**Elaborado Por:** El Autor

## 2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

### 2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

A continuación, en la siguiente Tabla 31 se menciona los artículos del Código de Trabajo relacionado a Salud.

**Tabla 31** Código del trabajo

| Artículo   | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>38</b>  | Riesgos provenientes del trabajo. - Los riesgos provenientes del trabajo son de cargo del empleador y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle de acuerdo con las disposiciones de este Código, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.                                                                                                                               |
| <b>410</b> | Obligaciones respecto de la prevención de riesgos. - Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida. Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.                                                              |
| <b>418</b> | Métodos de trabajo en el transporte manual. - A fin de proteger la salud y evitar accidentes de todo trabajador empleado en el transporte manual de cargas, que no sean ligeras, el empleador deberá impartirle una formación satisfactoria respecto a los métodos de trabajo que deba utilizar.                                                                                                                                                                                                 |
| <b>436</b> | Suspensión de labores y cierre de locales. - El Ministerio de Trabajo y Empleo podrá disponer la suspensión de actividades o el cierre de los lugares o medios colectivos de labor, en los que se atentare o afectare a la salud y seguridad e higiene de los trabajadores, o se contraviniera a las medidas de seguridad e higiene dictadas, sin perjuicio de las demás sanciones legales. Tal decisión requerirá dictamen previo del jefe del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo. |

**Fuente:** (Código del Trabajo, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 32 se describe la higiene, salud y riesgos descritas por el Ministerio de Relaciones Laborales

**Tabla 32** Ministerio de Relaciones Laborales

|                            |                                                                                                                                                              |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Higiene del Trabajo</b> | Estudio y vigilancia de las condiciones ambientales en los sitios de trabajo, con el fin de obtener y conservar los valores óptimos posibles de ventilación, |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       | iluminación, temperatura y humedad                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                       | Estudio de la fijación de los límites para una prevención efectiva de los riesgos de intoxicaciones y enfermedades ocasionadas por: ruido, vibraciones, trepidaciones, radiación, exposición a solventes y materiales líquidos, sólidos o vapores, humos, polvos, y nieblas tóxicas o peligrosas producidas o utilizadas en el trabajo |
|                                       | Análisis y clasificación de puestos de trabajo, para seleccionar el personal, en base a la valoración de los requerimientos psicofisiológicos de las tareas a desempeñarse, y en relación con los riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales                                                                       |
|                                       | Promoción y vigilancia para el adecuado mantenimiento de los servicios sanitarios generales, tales como: comedores, servicios higiénicos, suministros de agua potable y otros en los sitios de trabajo                                                                                                                                 |
|                                       | Vigilancia de lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 41 (42) del Código del Trabajo, controlando, además, que la alimentación sea hecha a base de los mínimos requerimientos dietéticos y calóricos                                                                                                                                 |
|                                       | Colaboración en el control de la contaminación ambiental en concordancia con la Ley respectiva                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                       | Presentación de la información periódica de las actividades realizadas, a los organismos de supervisión y control                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Estado de salud del Trabajador</b> | Apertura de la ficha médica ocupacional al momento de ingreso de los trabajadores a la empresa, mediante el formulario que al efecto proporcionará el IESS                                                                                                                                                                             |
|                                       | Examen médico preventivo anual de seguimiento y vigilancia de la salud de todos los trabajadores                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                       | Examen especial en los casos de trabajadores cuyas labores involucren alto riesgo para la salud, el que se realizará semestralmente o a intervalos más cono según la necesidad                                                                                                                                                         |
|                                       | Atención médico-quirúrgica de nivel primario y de urgencia                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                       | Transferencia de pacientes a Unidades Médicas del IESS, cuando se requiera atención médica especializada o exámenes auxiliares de diagnóstico                                                                                                                                                                                          |
|                                       | Mantenimiento del nivel de inmunidad por medio de la vacunación a los trabajadores y sus familiares, con mayor razón en tratándose de epidemias.                                                                                                                                                                                       |
| <b>Riesgos del Trabajo</b>            | Integrar el Comité de Higiene y Seguridad de la Empresa y asesorar en los casos en que no cuente con un técnico especializado en esta materia                                                                                                                                                                                          |
|                                       | Colaborar con la Unidad de Seguridad y Salud de la empresa en la investigación de los accidentes de trabajo                                                                                                                                                                                                                            |
|                                       | Investigar las enfermedades ocupacionales que se puedan presentar en la empresa                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                       | Llevar la estadística de todos los accidentes producidos, según el formulario del IESS, a falta de un Departamento de Seguridad en la empresa.                                                                                                                                                                                         |

**Fuente:** (Ministerio de Relaciones Laborales, 2012)

**Elaborado Por:** El Autor

El personal encargado de las ventas y asesoría al cliente vestirán un traje de protección personal con el logo de la empresa para evidenciar presencia corporativa.

El personal de bodega será entregado guantes, traje de bioseguridad, casco, faja para la espalda, zapatos y el peso de carga para los hombres es de 25 kilos, para que el bodeguero se sienta seguro y evitar cualquier incidente.

## **CAPITULO III**

### **ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1 Objetivo del capítulo**

Determinar la estructura organizacional de la empresa que permita una gestión adecuada para clientes internos y externos con soporte en los indicadores establecidos.

#### **3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **3.2.1 Visión de la Empresa**

Para el año 2025 ser la empresa más reconocida en Quito en la desinfección del dinero para que mitigue los contagios de virus, bacterias y otros.

##### **3.2.2 Misión de la Empresa**

Lograr la satisfacción completa de nuestros clientes cubriendo la necesidad de higiene con productos de desinfección de dinero mediante rayos ultravioleta que eliminan virus, bacterias y otros a través del mejor servicio y promoviendo la cultura de aseo.

##### **3.2.3 Objetivos y estrategias**

#### **FODA**

Un análisis FODA o DAFO (Pursell, 2020) es una herramienta útil para comprender la situación actual y futura de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para tomar las respectivas decisiones.

A continuación, en la Tabla 33 se demuestra la matriz FODA.

**Tabla 33** Matriz FODA

| Matriz FODA      |                                                           | Análisis Interno                                                                                                             |                                                                                                      |
|------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |                                                           | Fortalezas                                                                                                                   | Debilidades                                                                                          |
|                  |                                                           | F1 Entrega oportuna del producto                                                                                             | D1 Restricciones para la movilidad                                                                   |
|                  |                                                           | F2 Facilidad y versatilidad de manejo                                                                                        | D2 No sea un artefacto primordial                                                                    |
|                  |                                                           | F3 Espacio mínimo requerido para su funcionamiento                                                                           | D3 Falta de variedad de productos                                                                    |
|                  |                                                           | F4 Bajo consumo de energía                                                                                                   | D4 Poco presupuesto                                                                                  |
|                  |                                                           | F5 Única empresa en el sector                                                                                                | D5 Daño por caída.                                                                                   |
| Análisis externo | Oportunidades                                             | Estrategias FO                                                                                                               | Estrategias DO                                                                                       |
|                  | O1 Existencia de virus, gérmenes y bacterias en el dinero | F5, O2, O3, O4 Realizar publicidad mediante redes sociales para abarcar todo el mercado del sector al ser un nuevo producto. | D2, D3, O5 Comercializar nuevos productos verificando la calidad que ofrecen los proveedores.        |
|                  | O2 No existe el producto en el mercado                    |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | O3 No existe competencia directa                          |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | O4 Tecnología avanzada                                    |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | O5 Variedad de proveedores                                |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | Amenazas                                                  | Estrategias FA                                                                                                               | Estrategias DA                                                                                       |
|                  | A1 Creación de una empresa similar                        | A1, F3, A4 Rediseñar el producto como plasmando el logo de la empresa.                                                       | D2, A4 Indicar el uso del dispositivo de forma presencial para que observen que es un buen producto. |
|                  | A2 Saturación del mercado                                 |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | A3 Productos sustitutos                                   |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | A4 Incremento de precio de proveedores                    |                                                                                                                              |                                                                                                      |
|                  | A5 Impuestos                                              |                                                                                                                              |                                                                                                      |

**Fuente:** Investigación de Campo**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 34 se demuestra la matriz EFE

**Tabla 34** Matriz EFE

| Factores Externos                                                                | Ponderación | Calificación | Total Ponderado | Subtotal |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|-----------------|----------|
| Oportunidades                                                                    |             |              |                 |          |
| Existencia de virus, gérmenes y bacterias en el dinero                           | 15%         | 4            | 0,6             | 2,52     |
| No existe el producto en el mercado                                              | 15%         | 4            | 0,6             |          |
| No existe competencia directa                                                    | 12%         | 3            | 0,36            |          |
| Tecnología Avanzada                                                              | 15%         | 4            | 0,6             |          |
| Variedad de proveedores                                                          | 12%         | 3            | 0,36            |          |
| Amenazas                                                                         |             |              |                 |          |
| Creación de una empresa similar                                                  | 4%          | 1            | 0,04            | 0,56     |
| Saturación del mercado                                                           | 8%          | 2            | 0,16            |          |
| Al reducirse el número de contagiados reducirían el nivel de ventas del producto | 8%          | 2            | 0,16            |          |
| Incremento de precio de proveedores                                              | 8%          | 2            | 0,16            |          |
| Impuestos                                                                        | 4%          | 1            | 0,04            |          |
| Total                                                                            | 100%        | 26           | 3,08            |          |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

Según el resultado obtenido es de 3,08 siendo superior a 2,5 disponiendo de factores externos muy fuertes y que la empresa dispone de mayores oportunidades que amenazas, pero sin dejar de lado que debe realizar estrategias en el ámbito externo para que se siga maximizando.

A continuación, en la Tabla 35 se demuestra la matriz EFI.



**Tabla 35** Matriz EFI

| Factores Internos                                                                      |  | Ponderación | Calificación | Total Ponderado | Subtotal |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------|--------------|-----------------|----------|--|
| Fortalezas                                                                             |  |             |              |                 |          |  |
| Entrega oportuna del producto                                                          |  | 15%         | 4            | 0,6             | 2,76     |  |
| Facilidad y versatilidad de manejo                                                     |  | 15%         | 4            | 0,6             |          |  |
| Espacio mínimo requerido para su funcionamiento                                        |  | 15%         | 4            | 0,6             |          |  |
| Bajo consumo de energía                                                                |  | 12%         | 3            | 0,36            |          |  |
| Única empresa en el sector                                                             |  | 15%         | 4            | 0,6             | 0,44     |  |
| Debilidades                                                                            |  |             |              |                 |          |  |
| Restricciones para la movilidad                                                        |  | 4%          | 1            | 0,04            |          |  |
| Los potenciales clientes no lo consideren como un artefacto primordial para la empresa |  | 8%          | 2            | 0,16            |          |  |
| Falta de variedad de productos                                                         |  | 4%          | 1            | 0,04            |          |  |
| Poco presupuesto                                                                       |  | 4%          | 1            | 0,04            |          |  |
| Que el producto se dañe al desinfectar con alcohol                                     |  | 8%          | 2            | 0,16            |          |  |
| Total                                                                                  |  | 100%        | 26           | 3,2             |          |  |

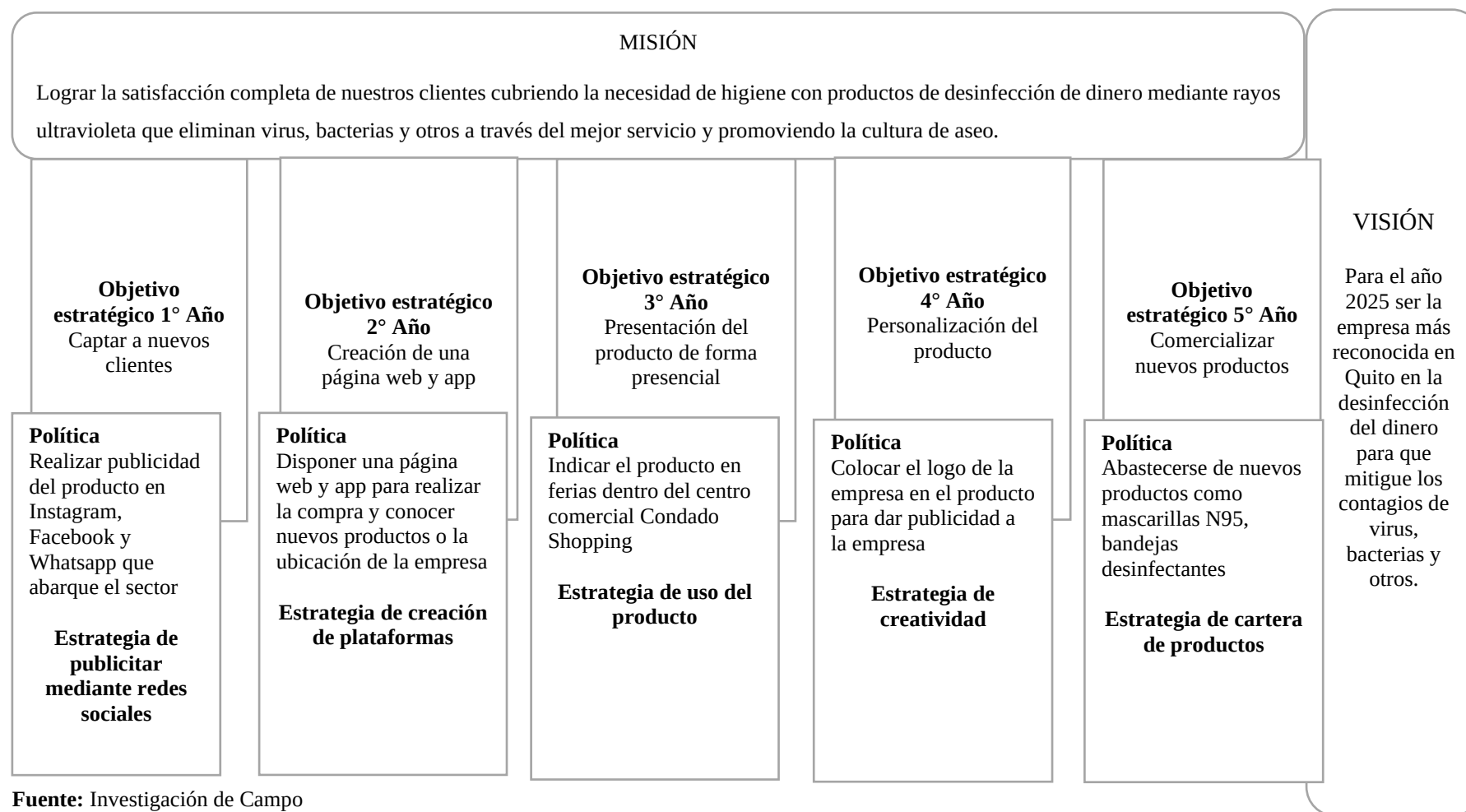
**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

Según el resultado obtenido es de 3,2 siendo superior a 2,5 siendo esto que dispone de factores internos muy fuertes. La empresa dispone de mayores fortalezas que debilidades por lo tanto es favorable. A continuación, en la tabla se muestra los objetivos estratégicos y las estrategias.

A continuación, en el gráfico 19 se demuestra los objetivos estratégicos.

**Figura 19** Objetivos Estratégicos



**Fuente:** Investigación de Campo

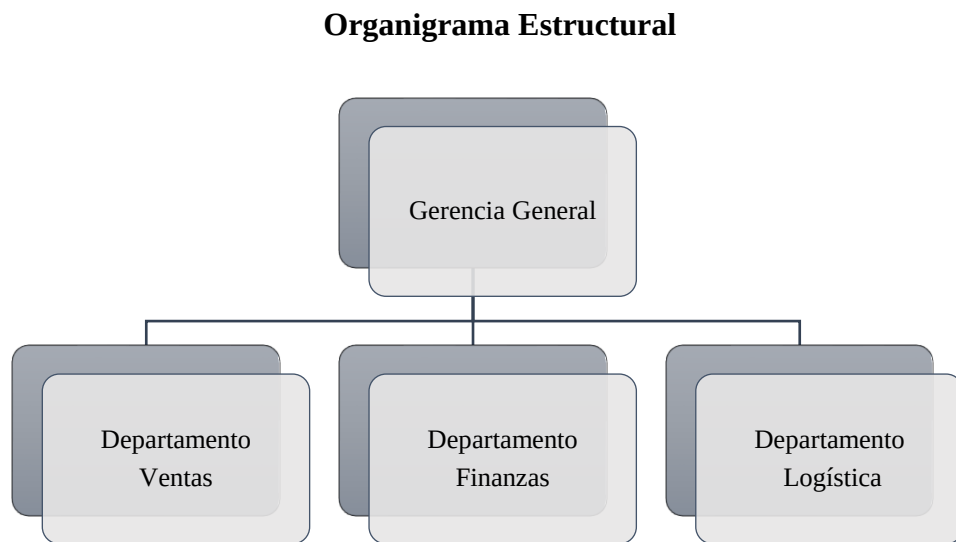
**Elaborado Por:** El Autor

### 3.3 Organización Funcional de la Empresa

#### 3.3.1 Organización Interna

A continuación, en la Figura 20 se presenta el organigrama estructural de la empresa DESS.

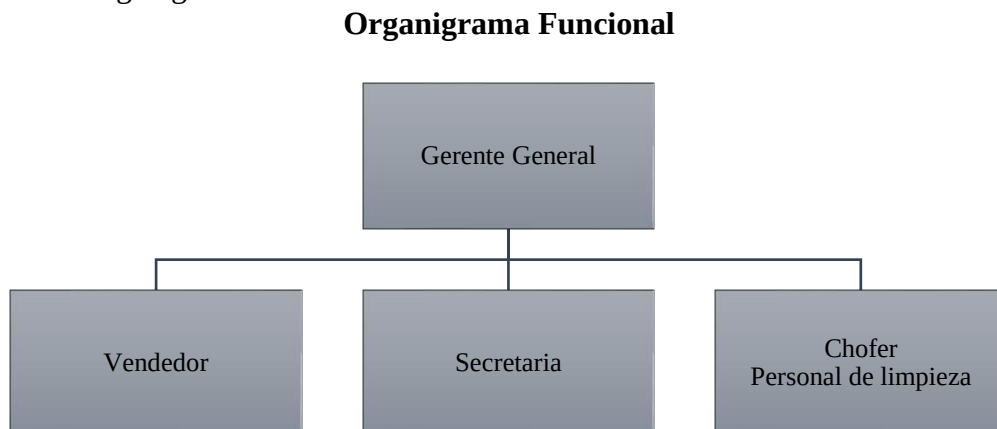
**Figura 20** Organigrama Estructural



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Figura 21 se presenta el organigrama funcional de la empresa DESS.

**Figura 21** Organigrama Funcional



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado Por:** El Autor

### 3.3.2 Descripción de puestos

A continuación, en la Tabla 36 se describe el puesto de Gerente General.

**Tabla 36** Descripción del puesto

| <b>Información Básica</b>                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Puesto                                                                                                                                                                                                                                              | Gerente General                                                                                                   |
| Jefe inmediato superior                                                                                                                                                                                                                             | No aplica                                                                                                         |
| Supervisa a                                                                                                                                                                                                                                         | Vendedores, Secretaria y Bodeguero                                                                                |
| <b>Objetivo del Puesto</b>                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                   |
| Controlar, dirigir, organizar y liderar todas las operaciones y actividades que se realizan en la empresa                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
| <b>Funciones</b>                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| a) Realizar la búsqueda de proveedores de calidad<br>b) Realizar la gestión con los proveedores<br>c) Realizar los objetivos y metas de los próximos años<br>d) Entrevistar al nuevo personal<br>e) Gestionar algún inconveniente con algún cliente |                                                                                                                   |
| <b>Requisitos mínimos para el puesto</b>                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                   |
| Título Profesional                                                                                                                                                                                                                                  | Ingeniera/o                                                                                                       |
| Experiencia                                                                                                                                                                                                                                         | 5 años de experiencia en el área comercial y administrativa                                                       |
| Habilidades                                                                                                                                                                                                                                         | Habilidades de comunicación, liderazgo, resolución de conflictos, toma de decisiones asertivas, trabajo en equipo |
| Formación                                                                                                                                                                                                                                           | Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas o afines.                                            |

**Fuente:** (Coindreau, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 37 se describe el puesto de Secretaria.

**Tabla 37** Descripción del puesto

| <b>Información Básica</b>                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Puesto                                                                                                                                                                                                                                                                  | Secretaria                                                                                              |
| Jefe inmediato superior                                                                                                                                                                                                                                                 | Gerente General                                                                                         |
| Supervisa a                                                                                                                                                                                                                                                             | Vendedores y Bodeguero                                                                                  |
| <b>Objetivo del Puesto</b>                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                         |
| Realizar la contabilidad de la empresa                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                         |
| <b>Funciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                         |
| a) Verificar los ingresos y gastos de la empresa<br>b) Pagos de nómina<br>c) Registrar la asistencia de vendedores y bodeguero<br>d) Llevar el registro de formularios a pagar del SRI<br>e) Registrar las facturas<br>f) Contabilizar el producto que ingresa a bodega |                                                                                                         |
| <b>Requisitos mínimos para el puesto</b>                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                         |
| Título Profesional                                                                                                                                                                                                                                                      | Ingeniera                                                                                               |
| Experiencia                                                                                                                                                                                                                                                             | 2 años de experiencia en el área financiera                                                             |
| Habilidades                                                                                                                                                                                                                                                             | Habilidades de trabajo en equipo, Habilidad en contabilidad y auditoría, conocimientos de Excel y Word. |
| Formación                                                                                                                                                                                                                                                               | Ingeniera en Finanzas, Ingeniera en contabilidad y auditoría o afines                                   |

**Fuente:** (Coindreau, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 38 se describe el puesto de Vendedor.

**Tabla 38** Descripción del puesto

| <b>Información Básica</b>                                                                                                                                                                                                         |                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Puesto                                                                                                                                                                                                                            | Vendedor                                                                               |
| Jefe inmediato superior                                                                                                                                                                                                           | Gerente General y Secretaria                                                           |
| Supervisa a                                                                                                                                                                                                                       | No aplica                                                                              |
| <b>Objetivo del Puesto</b>                                                                                                                                                                                                        |                                                                                        |
| Vender los productos de una manera carismática y captar nuevos clientes                                                                                                                                                           |                                                                                        |
| <b>Funciones</b>                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                        |
| a) Especificar las funciones del producto<br>b) Brindar información del producto<br>c) Indicar el producto<br>d) Brindar formas de pago<br>e) Coordinar fechas de entrega con el bodeguero<br>f) Enviar cotizaciones del producto |                                                                                        |
| <b>Requisitos mínimos para el puesto</b>                                                                                                                                                                                          |                                                                                        |
| Título Profesional                                                                                                                                                                                                                | Bachillerato                                                                           |
| Experiencia                                                                                                                                                                                                                       | 2 años de experiencia en ventas                                                        |
| Habilidades                                                                                                                                                                                                                       | Habilidades de captar clientes, habilidad de comunicación, habilidad de convencimiento |
| Formación                                                                                                                                                                                                                         | Bachiller en ciencias generales                                                        |

**Fuente:** (Coindreau, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 39 se describe el puesto de Chofer

**Tabla 39** Descripción del puesto

| <b>Información Básica</b>                                                                              |                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Puesto                                                                                                 | Chofer                                                 |
| Jefe inmediato superior                                                                                | Gerente General y Secretaria                           |
| Supervisa a                                                                                            | No aplica                                              |
| <b>Objetivo del Puesto</b>                                                                             |                                                        |
| Dejar el pedido en la dirección del cliente                                                            |                                                        |
| <b>Funciones</b>                                                                                       |                                                        |
| a) Cargar los paquetes a ser entregados<br>b) Coordinar la ruta más corta<br>c) Inspeccionar el pedido |                                                        |
| <b>Requisitos mínimos para el puesto</b>                                                               |                                                        |
| Título Profesional                                                                                     | Bachillerato                                           |
| Experiencia                                                                                            | 2 años de experiencia en ventas y disponer de licencia |
| Habilidades                                                                                            | Habilidades de manejo de vehículo, manejo de paquetes  |
| Formación                                                                                              | Bachiller en ciencias generales                        |

A continuación, en la Tabla 40 se describe el puesto de personal de limpieza

**Tabla 40** Descripción del puesto

| <b>Información Básica</b> |                              |
|---------------------------|------------------------------|
| Puesto                    | Personal de limpieza         |
| Jefe inmediato superior   | Gerente General y Secretaria |
| Supervisa a               | No aplica                    |

|                                                                                                   |                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Objetivo del Puesto</b>                                                                        |                                 |
| Mantener a la empresa limpia y desinfectada                                                       |                                 |
| <b>Funciones</b>                                                                                  |                                 |
| a) Desinfectar las áreas<br>b) Secar cuando llueve el piso<br>c) Mantener permanentemente el aseo |                                 |
| <b>Requisitos mínimos para el puesto</b>                                                          |                                 |
| Título Profesional                                                                                | Bachillerato                    |
| Experiencia                                                                                       | Sin experiencia                 |
| Habilidades                                                                                       | Habilidades de limpieza         |
| Formación                                                                                         | Bachiller en ciencias generales |

### 3.4 Control de Gestión

#### 3.4.1 Indicadores de gestión

Un indicador de gestión (Samaniego García, 2017) es una parte integral del área de planificación y autoevaluación empresarial, es un mecanismo que debe seguir un proceso para monitorear si los objetivos y metas se están cumpliendo de acuerdo a lo planificado.

En la siguiente Tabla 41 se presentan los indicadores de gestión.

**Tabla 41** Indicadores de Gestión

| Área           | Indicador                             | Concepto                                                                                                                                                                                   | Fórmula                                                                                                        |
|----------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dpto. Ventas   | Índice de crecimiento en ventas       | Mide la tasa porcentual de crecimiento en ventas.                                                                                                                                          | $\frac{\text{Ventas del año actual}}{\text{Ventas del año anterior}}$                                          |
|                | Satisfacción de los clientes          | Mide la aceptación de los clientes hacia el producto, servicio, tecnología o cumplimiento de la empresa hacia sus expectativas                                                             | Resultado de la encuesta de satisfacción                                                                       |
|                | Cuota de mercado                      | Expresa el grado de penetración en el mercado                                                                                                                                              | $\frac{\text{Unidades vendidas por la empresa en el sector}}{\text{Total de unidades vendidas por el sector}}$ |
|                | Índice de efectividad de visitas      | Mide la efectividad de las visitas realizadas por los asesores a cada cliente                                                                                                              | $\frac{\text{Número de pedidos}}{\text{Número de visitas realizadas}}$                                         |
| Dpto. Finanzas | Índice de participación en el mercado | identificar si la estrategia para crecer en el mercado (ganar participación) es a través de quitarle consumidores a la competencia o de aprovechar una tendencia creciente del mercado.    | $\frac{\text{Ventas de la empresa}}{\text{Ventas totales del sector}}$                                         |
|                | Contribución marginal                 | Si su resultado es negativo, indica que la empresa no presenta liquidez, por lo que se debe inmediatamente revisar los costos y gastos variables para verificar mecanismos para reducirlos | $\text{Ingresos operacionales} - \text{Costos y gastos variables}$                                             |

|                  | Rotación de los activos totales            | Muestra a qué nivel la empresa qué tan eficiente está siendo con la administración y gestión de sus activos | Ventas / Activos totales brutos                                                                       |
|------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dpto. Logística  | Rechazos externos                          | Permite constatar cuántos productos son devueltos por el cliente por su estado defectuoso                   | Total de unidades defectuosas reportadas por el cliente / Total de unidades entregadas al cliente     |
|                  | Rechazos internos                          | Establece el porcentaje de rechazos de la producción dentro de la organización.                             | Total de unidades defectuosas reportadas internamente / Total de unidades adquiridas por el proveedor |
| Gerencia General | Índice de satisfacción de los trabajadores | Determina el índice de satisfacción de los empleados                                                        | Resultado de encuesta de satisfacción                                                                 |

**Fuente:** (García Cediel & Carrillo Bautista, 2016)

**Elaborado Por:** El Autor

### 3.5 Necesidades De Personal

La empresa DESS al haber realizado un excelente estudio de mercado además de ofrecer un producto de calidad y útil con un servicio personalizado ha hecho que la empresa incremente sus ventas por lo tanto se ve obligada de adquirir nuevo personal para evitar la reducción de ventas y brindar el mismo servicio.

A continuación, se muestra en la Tabla 42 las necesidades del personal.

**Tabla 42** Necesidades de personal

| Año  | N.º Personal | Puesto                                        | Horas de Trabajo |
|------|--------------|-----------------------------------------------|------------------|
| 2020 | 1            | Gerente General                               | 8                |
|      | 2            | Vendedores                                    | 8                |
|      | 1            | Secretaria                                    | 8                |
|      | 1            | Chofer                                        | 8                |
|      | 1            | Personal Limpieza                             | 8                |
| 2021 | 2            | Vendedores                                    | 8                |
|      | 1            | Asistente de marketing                        | 8                |
| 2022 | 1            | Jefe de Talento Humano                        | 8                |
|      | 1            | Bodeguero                                     | 4                |
| 2023 | 1            | Asistente en servicio al cliente y post venta | 8                |
| 2024 | 2            | Auditor interno                               | 8                |
| 2025 | 1            | Contadora                                     | 8                |
|      | 1            | Supervisor de piso                            | 8                |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## CAPITULO IV

### JURÍDICO LEGAL

#### 4.1 Objetivos del capítulo

Determinar los requisitos legales que necesita la empresa para su constitución y buen funcionamiento que le permitan operar sin problemas acorde a los reglamentos ecuatorianos.

#### 4.2 Determinación de la forma jurídica

Empresa “Dess” será constituida mediante sociedad por acciones simplificadas (SAS).

“La SAS (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2021) es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos”.

#### Requisitos para constituir una SAS

A continuación, en la Tabla 43 se describe los requisitos para constituir una SAS.

**Tabla 43** Requisitos

|                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Certificado electrónico del accionista                                                                                                                                                                                                                                         |
| b) Reserva de la denominación                                                                                                                                                                                                                                                     |
| c) Contrato privado o escritura                                                                                                                                                                                                                                                   |
| d) Nombramiento                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| e) Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema:<br>Tipo de solicitante<br>Nombre completo<br>Número de identificación<br>Correo electrónico<br>Teléfono convencional y/o teléfono celular<br>Provincia<br>Ciudad<br>Dirección |
| f) Copia de cédula o pasaporte                                                                                                                                                                                                                                                    |

**Fuente:** (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor



A continuación, en la Tabla 44 se describe el procedimiento para constituir la SAS.

**Tabla 44** Constituir la SAS

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Crear reserva de denominación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ingresar al portal <a href="http://www.supercias.gob.ec">www.supercias.gob.ec</a></li> <li>Ingresar al portal de trámites – sector societario</li> <li>Ingresar usuario y Clave, escoja la opción Reserva de Denominación</li> <li>Ingresar a la opción constitución</li> <li>Seguir los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo el tipo de compañía SAS</li> <li>Imprimir la reserva</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Descargar el formato de documentos (contrato, nombramientos formularios de registro):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ingresar al portal <a href="http://www.supercias.gob.ec">www.supercias.gob.ec</a></li> <li>Ingresar a guías del usuario y descargar los formatos y documentos requeridos</li> <li>Llenar la información solicitada en los documentos descargados</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>Enviar la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Solicitud de constitución</li> <li>Un archivo PDF que contenga contrato privado / escritura y reserva debidamente firmado electrónicamente</li> <li>Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente</li> <li>Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de SAS, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante</p> <p>El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. de no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso</p> <p>Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes</p> |

**Fuente:** (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

### 4.3 Registros de marcas

La empresa “Dess” dispondrá un registro de marca que tiene un costo de \$208, lo cual es una protección de marca durante 10 años con derecho a renovación.

“Una marca (SENADI, 2018) es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas”.

A continuación, en la Tabla 45 se describe el procedimiento para registrar la marca.

**Tabla 45** Registro de marca

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Ingresar en la página del SENADI: <a href="http://www.derechosintelectuales.gob.ec">www.derechosintelectuales.gob.ec</a></li> <li>Seleccione programa/servicios</li> <li>Ingrese opción casillero virtual.</li> <li>Llene los datos que le solicitan en el casillero virtual (si es persona natural ponga sus datos con</li> </ol> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|     |                                                                                                                                                                                                    |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el ruc de la empresa)                                                                                             |
| e)  | Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero virtual |
| f)  | Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea                                                                      |
| g)  | Ingrese con su usuario y contraseña                                                                                                                                                                |
| h)  | Ingrese a la opción pagos                                                                                                                                                                          |
| i)  | Opción tramites no en línea                                                                                                                                                                        |
| j)  | Opción generar comprobante                                                                                                                                                                         |
| k)  | Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago: (ingrese el código 1.1.10.)      |
| l)  | Ingrese los datos y botón generar comprobante                                                                                                                                                      |
| m)  | Imprima el comprobante                                                                                                                                                                             |
| n)  | Asista el banco del pacifico a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea                                                                                                                 |
| o)  | Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el banco del pacífico después de haber pagado)                                                      |
| p)  | Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el nombre exacto de la marca, que desea verificar                                                                    |
| q)  | Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.                                                                                                                                                  |
| r)  | Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.                                                                        |
| s)  | Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña                                                                                                                                         |
| t)  | Opción registro                                                                                                                                                                                    |
| u)  | Escoja la opción solicitud de signos distintivos                                                                                                                                                   |
| v)  | Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca                                                                                                        |
| w)  | Después de haber ingresado los datos                                                                                                                                                               |
| x)  | Botón guardar                                                                                                                                                                                      |
| y)  | Botón vista previa                                                                                                                                                                                 |
| z)  | Botón generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00                                                                                                                                  |
| aa) | Cancele en el banco del pacífico                                                                                                                                                                   |
| bb) | Icono inicio de proceso                                                                                                                                                                            |

**Fuente:** (SENADI, 2018)

**Elaborado Por:** El Autor

#### 4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Las licencias necesarias para que la empresa Dess pueda funcionar son:

El RAET (Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, 2020) es el Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria, mediante el cual se le asigna un número al contribuyente para su inscripción en el catastro.

En la siguiente Tabla 46 se demuestra la inscripción en el RAET.

**Tabla 46** Requisitos Inscripción en el RAET

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) | El contribuyente puede descargar el formulario de solicitud en el portal tributario <a href="https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=Gesti%C3%B3n%20Tributaria#info">https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleForm.aspx?Grupo=Gesti%C3%B3n%20Tributaria#info</a> |
| b) | Llenar el formulario de Inscripción o actualización del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET)                                                                                                                                                           |
| c) | Ingresar el formulario con los requisitos establecidos para el efecto en los balcones de servicios                                                                                                                                                                      |

|                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------|
| de cualquier Administración Zonal del Distrito Metropolitano de Quito |
| d) Solicitar clave electrónica en la página web:                      |

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

## RUC

“El RUC (SRI, 2016) es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos”.

En la siguiente Tabla 47 se demuestra el procedimiento de la obtención del RUC.

**Tabla 47** Obtención del RUC

|                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Ingresar a la herramienta de Inscripción de RUC en línea                                 |
| b) Ingresar a la opción SRI en línea / RUC / Registro del portal web institucional          |
| c) Ingresar el número de cédula del titular en el campo RUC y la contraseña de SRI en línea |
| d) Aceptar las condiciones y términos                                                       |
| e) Ingresar información general del contribuyente                                           |
| f) Ingresar medios de contacto                                                              |
| g) Ingresar dirección de domicilio                                                          |
| h) Ingresar dirección del establecimiento matriz                                            |
| i) Ingresar actividades económicas                                                          |
| j) Ingresar actividad económica principal                                                   |
| k) Resumen de información ingresada                                                         |
| l) Confirmar la inscripción de RUC                                                          |

**Fuente:** (SRI, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## LUAE

“La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (Portal de servicios municipales, 2020) es el único documento habilitante para el libre ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito y están obligados a obtener esta licencia todas las personas naturales o jurídicas que ejercen actividades económicas en un establecimiento”.

En la siguiente Tabla 48 se demuestra el procedimiento de la obtención del LUAE.

**Tabla 48** Obtención del LUAE

|                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Ingresar a <a href="https://pam.quito.gob.ec/">https://pam.quito.gob.ec/</a> y seleccionar Trámites más visitados |
| b) Seleccione “LUAE Digital”.                                                                                        |
| c) Ingrese su número de RUC y su clave de Patente (RAET) y presione el botón “Ingresar”.                             |
| d) Para realizar el ingreso de una solicitud LUAE nueva seleccione el botón “Emisión”.                               |
| e) Lea la Información proporcionada y de clic en el botón “Siguiete ”.                                               |
| f) Ingrese el número de predio y en el campo Seleccionar el establecimiento del SRI, de clic en el ícono de lupa     |

|    |                                                                                                                                                                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| g) | Seleccione el establecimiento a licenciar asociado a su RUC/RISE                                                                                                                                            |
| h) | Se muestran los datos del establecimiento seleccionado, llene los campos con asterisco y de clic en el botón “Siguiente”.                                                                                   |
| i) | En el campo Búsqueda Actividad Económica, de clic en el ícono de lupa                                                                                                                                       |
| j) | En el campo Descripción de la Actividad Económica digite una descripción o el código CIU según la actividad a licenciar, luego de clic en “Seleccionar”                                                     |
| k) | Se muestra la actividad seleccionada en el Formulario, si desea añadir una nueva actividad económica nuevamente dar clic en el botón “Buscar” en el campo Búsqueda Actividad Económica                      |
| l) | Para añadir Actividades que tengan un parámetro, en el campo Descripción de la Actividad Económica digitar una descripción o el código CIU según la actividad a licenciar, luego da clic en “Seleccionar ”. |
| m) | Se mostrará el siguiente recuadro, de clic en el botón “Aceptar ”.                                                                                                                                          |
| n) | Escoja el parámetro según su actividad económica, luego dar clic en el botón “Seleccionar”.                                                                                                                 |
| o) | Se mostrará la actividad con el parámetro seleccionado, luego dar clic en el botón “Mostrar Mapa”.                                                                                                          |
| p) | Arrastrar el pin donde se encuentra el establecimiento de su actividad económica dentro del predio que se grafica, luego dar clic en el Botón “Siguiente”                                                   |
| q) | Dar clic en el recuadro de cada una de las actividades económicas escogidas y posterior en el botón “Siguiente”                                                                                             |
| r) | Llene los campos marcados con asterisco (Ingrese el correo electrónico correctamente para que la LUAE DIGITAL sea enviado al mismo) y de clic en el botón “Siguiente ”.                                     |
| s) | Revise la información ingresada y presione el botón “Siguiente”                                                                                                                                             |
| t) | Lea la Declaración, de clic en el recuadro Acepto lo estipulado en la parte superior y de clic en el botón “Guardar ”.                                                                                      |
| u) | Se generará el Formulario de Solicitud LUAE según el procedimiento correspondiente, si el sistema lo habilita realice la Declaración de reglas técnicas de “Bomberos”.                                      |
| v) | Verifique la información ingresada y remítase a lo indicado en la parte inferior del formulario de Solicitud LUAE                                                                                           |

**Fuente:** (Portal de servicios municipales, 2020)

**Elaborado Por:** El Autor

## Permiso de ocupación

“El Permiso de Ocupación (Bomberos Quito, 2021)es la autorización administrativa que el Cuerpo de Bomberos otorga a las edificaciones nuevas luego de realizar la verificación de los sistemas de prevención de incendios instalados en conformidad con los planos aprobados en el proceso de Visto Bueno.

En la siguiente Tabla 49 se demuestra el procedimiento de la obtención del permiso de ocupación.

**Tabla 49** Obtención del LUAE

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) | El responsable técnico del sistema contra incendios debe realizar sus trámites por la página de Bomberos: <a href="https://www.bomberosquito.gob.ec/">https://www.bomberosquito.gob.ec/</a> .<br>Servicios en línea e ingrese en Declarativo de Prevención de Incendios Área Técnica, con los siguientes requisitos:<br>Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.<br>Cédula propietario y profesional responsable en PDF<br>Solicitud de inspección firmado por propietario del proyecto con firma electrónica EC subir el sistema y enviar al CB-DMQ |
| b) | El día de la inspección el analista técnico le explicará los certificados que debe subir en el sistema en formato PDF con firma electrónica EC.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>Entregar el momento de la Inspección:</p> <p>Certificado de instalación del sistema de detección y alarma en conformidad con NFPA 72.</p> <p>Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.</p> <p>Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista.</p> <p>Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.</p> <p>Certificado de las Pruebas de Presión o hermeticidad del sistema de supresión con agua.</p> <p>Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras.</p> <p>Certificado de Instalación de Pararrayos.</p> <p>Registro fotográfico del Sistema contra Incendios</p> <p>Notificación de modificación de Visto Bueno de Planos CBDMQ-ISO-R-27 (Si aplica).</p> |
| c) | El analista técnico realizará la inspección a la edificación en un plazo de 4 días laborables previa coordinación con el usuario.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| d) | El analista técnico será atendido dentro de 15 minutos máximo de la hora programada de la inspección, caso contrario se retirará del lugar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| e) | Si en la inspección se verifica que la instalación cumple las condiciones de prevención de incendios se emite el permiso de ocupación al siguiente día laborable de la inspección.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| f) | Si la inspección no es favorable el usuario deberá realizar las correcciones respectivas en la edificación y reiniciar el proceso, el cual será notificado a su correo electrónico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

**Fuente:** (Bomberos Quito, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

## CAPITULO V

### EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 5.1 Objetivos del capítulo

Determinar la rentabilidad del proyecto para la puesta en marcha del mismo, mediante el análisis de los costos, gastos, ingresos e indicadores financieros.

#### 5.2 Plan de inversiones

En la siguiente Tabla 50 se muestra el plan de inversiones junto al capital de trabajo.

**Tabla 50** Plan de inversiones

| Cantidad                      | Descripción                         | Valor unitario | TOTAL            |
|-------------------------------|-------------------------------------|----------------|------------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>          |                                     |                | <b>16.459,00</b> |
| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>      |                                     |                | <b>1.277,00</b>  |
| 1                             | Vitrinas                            | 180,00         | 180,00           |
| 1                             | Escritorio Gerencia                 | 145,00         | 145,00           |
| 1                             | Sillón Gerencia                     | 199,00         | 199,00           |
| 6                             | Sillas de espera                    | 49,00          | 294,00           |
| 2                             | Escritorio asistente de ventas      | 130,00         | 260,00           |
| 1                             | Counter Recepción                   | 199,00         | 199,00           |
| <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>     |                                     |                | <b>500,00</b>    |
| 2                             | Tablets                             | 189,00         | 378,00           |
| 2                             | Teléfono                            | 61,00          | 122,00           |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b> |                                     |                | <b>2.792,00</b>  |
| 1                             | Impresora                           | 490,00         | 490,00           |
| 1                             | Computadora gerencia                | 750,00         | 750,00           |
| 1                             | Computadora secretaria              | 388,00         | 388,00           |
| 3                             | Computadora asistente de ventas     | 388,00         | 1.164,00         |
| <b>VEHÍCULO</b>               |                                     |                | <b>11.890,00</b> |
| 1                             | Furgón                              | 11.890,00      | 11.890,00        |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>      |                                     |                | <b>1.060,00</b>  |
| 1                             | RUC                                 | 50,00          | 50,00            |
| 1                             | Registro de marca                   | 500,00         | 500,00           |
| 1                             | RAET                                | 60,00          | 60,00            |
| 1                             | LUAE                                | 60,00          | 60,00            |
| 1                             | Superintendencia de compañías (SAS) | 350,00         | 350,00           |
| 1                             | Permiso de ocupación (Bomberos)     | 40,00          | 40,00            |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>     |                                     |                | <b>18.510,50</b> |

|                                      |                                                          |      |                  |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|------|------------------|
| <b>CAJA BANCOS</b>                   |                                                          |      | <b>1.029,60</b>  |
| <b>ÚTILES DE OFICINA</b>             |                                                          |      | <b>20,30</b>     |
| 1                                    | Agendas                                                  | 3,00 | 3,00             |
| 1                                    | Esferos color negro (docena)                             | 4,50 | 4,50             |
| 1                                    | Perforadora                                              | 2,50 | 2,50             |
| 1                                    | Grapadora                                                | 3,00 | 3,00             |
| 1                                    | Papel bond A4 (resmas)                                   | 4,00 | 4,00             |
| 1                                    | Carpetas doble aro                                       | 2,00 | 2,00             |
| 1                                    | Clips (caja 100 unidades)                                | 1,30 | 1,30             |
| <b>ÚTILES DE ASEO</b>                |                                                          |      | <b>51,00</b>     |
| 2                                    | Líquidos de limpieza presentación galón                  | 4,25 | 8,50             |
| 2                                    | desinfectantes naturales                                 | 5,50 | 11,00            |
| 2                                    | Escobas                                                  | 3,75 | 7,50             |
| 2                                    | Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable | 6,00 | 12,00            |
| 2                                    | Alcohol gel (galón)                                      | 6,00 | 12,00            |
| <b>PUBLICIDAD PREPAGADA</b>          |                                                          |      | <b>175,00</b>    |
| Publicidad virtual                   |                                                          |      | 175,00           |
| <b>ARRIENDO PREPAGADO</b>            |                                                          |      | <b>1.200,00</b>  |
| Arriendo oficina                     |                                                          |      | 1.200,00         |
| <b>SUELDOS Y SALARIOS PREPAGADOS</b> |                                                          |      | <b>10.886,60</b> |
| Sueldos y Salarios                   |                                                          |      | 10.886,60        |
| <b>MATERIALES Y INSUMOS</b>          |                                                          |      | <b>9.438,00</b>  |
| Costo de producción                  |                                                          |      | 9.438,00         |
| <b>TOTAL, INVERSIÓN</b>              |                                                          |      | <b>40.319,50</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

El capital de trabajo (Konfío, 2018) son los recursos o activos necesarios que debe disponer una empresa o negocio para operar con normalidad.

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### 5.3.1 Mano de Obra

En la Tabla 51 se explica la mano de obra necesaria para que la empresa DESS pueda funcionar.

**Tabla 51** Cálculo de Mano de Obra

| CAN T. | CARGO                | INGRESOS | VALOR A PAGAR | PATRO NAL | XIII   | XIV    | VACACIO NES | TOTAL, PROVISIONES | COSTO MANO DE OBRA | SUELDOS Y SALARIOS |
|--------|----------------------|----------|---------------|-----------|--------|--------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|        |                      | SBU      |               | 11,15%    |        |        |             |                    |                    | AÑO 1              |
| 2      |                      | 1.200,00 | 1.200,00      |           |        |        | 50,00       | 350,47             |                    |                    |
|        |                      | 1.200,00 |               | 133,80    | 100,00 | 66,67  |             |                    | 1.550,47           | 18.605,60          |
| 1      | Gerente General      | 800,00   | 800,00        | 89,20     | 66,67  | 33,33  | 33,33       | 222,53             | 1.022,53           | 12.270,40          |
| 1      | Secretaria           | 400,00   | 400,00        | 44,60     | 33,33  | 33,33  | 16,67       | 127,93             | 527,93             | 6.335,20           |
| 4      |                      | 1.200,00 | 1.600,00      | 178,40    | 133,33 | 100,00 | 66,67       | 478,40             | 2.078,40           | 24.940,80          |
| 2      | Vendedores           | 400,00   | 800,00        | 89,20     | 66,67  | 33,33  | 33,33       | 222,53             | 1.022,53           | 12.270,40          |
| 1      | Chofer               | 400,00   | 400,00        | 44,60     | 33,33  | 33,33  | 16,67       | 127,93             | 527,93             | 6.335,20           |
| 1      | Personal de limpieza | 400,00   | 400,00        | 44,60     | 33,33  | 33,33  | 16,67       | 127,93             | 527,93             | 6.335,20           |
|        |                      | 2.400,00 | 2.800,00      | 312,20    | 233,33 | 166,67 | 116,67      | 828,87             | 3.628,87           | 43.546,40          |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor



### 5.3.2 Depreciación

La depreciación (Vázquez Burguillo, 2016) es la afectación en cuanto al desgaste o pérdida de valor de un bien al pasar el tiempo.

En la siguiente Tabla 52 se muestra la depreciación de administrativo.

**Tabla 52** Depreciación Administrativo

| DETALLE DEL BIEN       | VIDA ÚTIL (AÑOS) | VALOR            | PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ANUAL |
|------------------------|------------------|------------------|----------------------------|--------------------|
| MUEBLES Y ENSERES      | 10               | 1.277,00         | 10,00%                     | 127,70             |
| EQUIPOS DE OFICINA     | 10               | 500,00           | 10,00%                     | 50,00              |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | 3                | 2.792,00         | 33,33%                     | 930,67             |
| VEHÍCULO               | 5                | 11.890,00        | 20,00%                     | 2.378,00           |
| <b>TOTAL</b>           |                  | <b>16.459,00</b> |                            | <b>3.486,37</b>    |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 5.3.3 Proyección de la depreciación

En la siguiente Tabla 53 se describe la proyección de la depreciación.

**Tabla 53** Proyección de la depreciación

| DETALLE DEL BIEN       | AÑO 1           | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MUEBLES Y ENSERES      | 127,70          | 127,70          | 127,70          | 127,70          | 127,70          |
| EQUIPOS DE OFICINA     | 50,00           | 50,00           | 50,00           | 50,00           | 50,00           |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | 930,67          | 930,67          | 930,67          | 0,00            | 0,00            |
| VEHÍCULO               | 2.378,00        | 2.378,00        | 2.378,00        | 2.378,00        | 2.378,00        |
| <b>TOTAL</b>           | <b>3.486,37</b> | <b>3.486,37</b> | <b>3.486,37</b> | <b>2.555,70</b> | <b>2.555,70</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 5.3.4 Detalle de Costos

DESS al ser una empresa comercializadora no dispone del proceso de fabricación de los desinfectantes de dinero, por lo tanto, no se considera mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación. Los costos (Terán Sánchez, 2011) que dispone una empresa comercializadora son costos de adquisición.

A continuación, en la Tabla 54 se explica los detalles de costos de la empresa DESS.

**Tabla 54** Detalle de Costos

| DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO           | COSTO MENSUAL   | COSTO ANUAL      |
|------------------------------------|-----------------|------------------|
| Sueldos operativos                 | 2.078,40        | 24.940,80        |
| Mantenimiento y reparación activos | 15,42           | 184,99           |
| Costo del producto                 | 3.146,00        | 37.752,00        |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>5.239,82</b> | <b>62.877,79</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 5.3.5 Proyección de Costos

Para la proyección de costos la empresa DESS se basará su cálculo tomando en consideración la tasa promedio de inflación de 1,05% (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021).

A continuación, en la Tabla 55 se explica la proyección de costos.

**Tabla 55** Proyección de costos

| DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO           | AÑO 1     | AÑO 2     | AÑO 3     | AÑO 4     | AÑO 5     |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Sueldos operativos                 | 24.940,80 | 26.802,68 | 27.084,11 | 27.368,49 | 27.655,86 |
| Mantenimiento y reparación activos | 184,99    | 186,94    | 188,90    | 190,88    | 192,89    |
| Costo del producto                 | 37.752,00 | 39.170,77 | 40.642,87 | 42.170,28 | 43.755,10 |
| <b>TOTAL</b>                       | 62.877,79 | 66.160,39 | 67.915,87 | 69.729,65 | 71.603,84 |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 5.3.6 Detalle de Gastos

A continuación, en la Tabla 56 se explica los gastos administrativos

**Tabla 56** Gastos Administrativos

| DETALLE                                    | VALOR MENSUAL   | VALOR ANUAL      |
|--------------------------------------------|-----------------|------------------|
| Gastos Sueldos Administrativos             | 1.550,47        | 18.605,60        |
| Gastos Depreciación activos fijos          | 290,53          | 3.486,37         |
| Gastos Amortización gastos de constitución | 17,67           | 212,00           |
| Gasto Útiles de Oficina                    | 6,77            | 81,20            |
| Gasto Útiles de Aseo                       | 17,00           | 204,00           |
| Gasto Arriendo                             | 400,00          | 4.800,00         |
| Gasto combustible                          | 31,50           | 378,00           |
| Gastos uniformes                           | 57,75           | 693,00           |
| Gasto Servicios Básicos                    | 315,00          | 3.780,00         |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>        | <b>2.686,68</b> | <b>32.240,17</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 57 se presentan los gastos de venta

**Tabla 57** Gastos de venta

| DETALLE                       | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL   |
|-------------------------------|---------------|---------------|
| Gasto Publicidad              | 58,33         | 700,00        |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b> | <b>58,33</b>  | <b>700,00</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

**Tabla 58** Gastos financieros

| DETALLE                         | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL     |
|---------------------------------|---------------|-----------------|
| Gasto interés                   |               | 2.557,75        |
| <b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b> |               | <b>2.577,75</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### 5.3.7 Proyección Gastos

Para la proyección de gastos al igual que la proyección de costos se tomó en consideración la tasa promedio de inflación con un valor de 1,05% (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021).

A continuación, en la Tabla 59 se explica la proyección de gastos.

**Tabla 59** Proyección de gastos

| DESCRIPCIÓN            | GASTOS   | TOTAL     |           | GASTOS    | TOTAL     |           | GASTOS    | TOTAL     |           | GASTOS    |           |           |
|------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                        | MENSUAL  | FIJOS     | VARIABLES | AÑO 1     | FIJOS     | VARIABLES | AÑO 2     | FIJOS     | VARIABLES | AÑO 3     | FIJOS     | VARIABLES |
| Gastos Administrativos | 2.686,68 | 32.240,17 |           | 32.240,17 | 33.739,86 |           | 33.739,86 | 34.055,29 |           | 34.055,29 | 33.443,37 |           |
| Gastos de Ventas       | 58,33    | 700,00    |           | 700,00    | 707,35    |           | 707,35    | 714,78    |           | 714,78    | 722,28    |           |
| Gastos Financieros     | -        | 2.557,75  |           | 2.557,75  | 2.121,34  |           | 2.121,34  | 1.635,60  |           | 1.635,60  | 1.094,97  |           |
| TOTAL                  |          | 35.497,91 | -         | 35.497,91 | 36.568,54 | -         | 36.568,54 | 36.405,67 | -         | 36.405,67 | 35.260,62 | -         |

| DESCRIPCIÓN            | TOTAL     | GASTOS    | TOTAL   |           |
|------------------------|-----------|-----------|---------|-----------|
|                        | AÑO 4     | FIJOS     | VARIAB. | AÑO 5     |
| Gastos Administrativos | 33.443,37 | 33.765,47 |         | 33.765,47 |
| Gastos de Ventas       | 722,28    | 729,87    |         | 729,87    |
| Gastos Financieros     | 1.094,97  | 493,23    |         | 493,23    |
| TOTAL                  | 35.260,62 | 34.988,56 | -       | 34.988,56 |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 5.4 Plan de Financiamiento

El proyecto de la empresa DESS será financiado con dinero propio, y recursos de terceros, como se aplica en la siguiente tabla.

A continuación, en la Tabla 60 se explica el plan de financiamiento.

**Tabla 60** Plan de financiamiento

| DESCRIPCIÓN          | TOTAL (USD)      | TOTAL (%)      |
|----------------------|------------------|----------------|
| Recursos propios     | 16.127,80        | 40,00%         |
| Efectivo             | 16.127,80        |                |
| Recursos de terceros | 24.191,70        | 60,00%         |
| Préstamo bancario    | 24.191,70        |                |
| <b>TOTAL</b>         | <b>40.319,50</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## Condiciones de crédito

En la siguiente tabla se determina, las condiciones de crédito, que otorga la Corporación Financiera Nacional (CFN).

**Tabla 61** Condiciones de crédito

|   |                       |                     |           |
|---|-----------------------|---------------------|-----------|
| 1 | Monto                 | 24.191,70           |           |
| 2 | Período               | anual               | semestral |
| 3 | Interés               | 11,00%              | 5,50%     |
| 4 | Plazo                 | 5                   | años      |
| 5 | Período de pago       | Semestral           | = 10      |
| 6 | Forma de amortización | Dividendo Constante |           |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 5.5 Cálculo de Ingresos

A continuación, en la Tabla 62 se explica el precio de venta unitario.

**Tabla 62** Determinación del precio de venta unitario

| Producto                | Unidad de medida | Costo mensual | Margen de utilidad<br>% | Precio<br>\$ | Ingresos mensuales | Unidades producidas mensual | Precio de venta unitario |
|-------------------------|------------------|---------------|-------------------------|--------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Desinfectante de dinero | unidades         | 9,16          | 101,96                  | 18,00        | 10.296,00          | 572                         | 18,00                    |
| Total                   |                  | 9,16          | 101,96                  | 18,00        | 10.296,00          | 6864                        | 18,00                    |

**Fuente:** Investigación de Campo**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Tabla 63 se explica el cálculo del ingreso anual.

**Tabla 63** Cálculo del ingreso anual

| Precio de venta unitario | Unidades vendidas (anuales) | Ingresos del primer año |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 18,00                    | 6864                        | 123.552,00              |

**Fuente:** Investigación de Campo**Elaborado Por:** El Autor

### 5.5.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de unidades vendidas se va a tomar en cuenta la proyección de la demanda que se considera la tasa de crecimiento empresarial. Para el precio de venta unitario se tomará en cuenta la tasa promedio de inflación de 1,05%.

A continuación, en la Tabla 64 se explica la proyección de ingresos.

**Tabla 64** Proyección de ingresos

| DETALLE                 | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Desinfectante de dinero | 6864              | 7048              | 7237              | 7431              | 7630              |
| Precio unitario         | 18,00             | 18,19             | 18,38             | 18,57             | 18,77             |
| <b>Total ingresos</b>   | <b>123.552,00</b> | <b>128.195,26</b> | <b>133.013,01</b> | <b>138.011,83</b> | <b>143.198,51</b> |
| <b>INGRESOS</b>         |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>TOTALES</b>          | <b>123.552,00</b> | <b>128.195,26</b> | <b>133.013,01</b> | <b>138.011,83</b> | <b>143.198,51</b> |

**Fuente:** Investigación de Campo**Elaborado Por:** El Autor

### 5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio (Rus Arias, 2020) es la intersección que se da cuando los ingresos totales igualan a los costos totales, que a partir de ese punto la empresa empezará a disponer ganancias.



A continuación, en la Tabla 65 se explica el punto de equilibrio.

**Tabla 65** Datos para el punto de equilibrio

| Detalle                 | Valores    |
|-------------------------|------------|
| Costos fijos            | 32.940,17  |
| Costos variables        | 62.877,79  |
| Ingresos totales        | 123.552,00 |
| Cantidad anual          | 6.864      |
| P. V. P                 | 18,00      |
| Costo de venta unitario | 9,16       |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

### Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE = \frac{32.940,17}{1 - \frac{62.877,79}{123.552,00}}$$

$$PE = \frac{32.940,17}{0,491082352}$$

$$PE = 67.076,67$$

### Punto de equilibrio en porcentaje

$$PE \% = \left( \frac{\text{Punto de equilibrio \$}}{\text{Ingresos totales}} \right) * 100$$

$$PE \% = \left( \frac{67.076,67}{123.552,00} \right) * 100$$

$$PE \% = 54\%$$

### Punto de equilibrio en unidades

$$PEQ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVQ} - \text{CVU}}$$

$$PEQ = \frac{32.940,17}{18,00 - 9,16}$$

18,00                      -                      9,16

$$PEQ = \frac{32.940,17}{8,84}$$

$$PEQ = 3.726$$

A continuación, en la Tabla 66 se demuestra el punto de equilibrio.

**Tabla 66** Datos para el punto de equilibrio

| Cantidad | Ventas |           | Costo variable    |          | Costo fijo | Costo total | Diferencia |
|----------|--------|-----------|-------------------|----------|------------|-------------|------------|
|          | PVP    | Total     | unitario promedio | Total    |            |             |            |
| -        | 18,00  | 0,00      | 9,16              | 0,00     | 32940,17   | 32940,17    | -32940,17  |
| 2        | 18,00  | 36,00     | 9,16              | 18,32    | 32940,17   | 32958,49    | -32922,49  |
| 242      | 18,00  | 4356,00   | 9,16              | 2216,85  | 32940,17   | 35157,01    | -30801,01  |
| 1048     | 18,00  | 18864,00  | 9,16              | 9600,22  | 32940,17   | 42540,39    | -23676,39  |
| 1223     | 18,00  | 22014,00  | 9,16              | 11203,31 | 32940,17   | 44143,48    | -22129,48  |
| 1397     | 18,00  | 25146,00  | 9,16              | 12797,24 | 32940,17   | 45737,41    | -20591,41  |
| 1863     | 18,00  | 33534,00  | 9,16              | 17066,04 | 32940,17   | 50006,21    | -16472,21  |
| 2329     | 18,00  | 41922,00  | 9,16              | 21334,85 | 32940,17   | 54275,01    | -12353,01  |
| 2795     | 18,00  | 50310,00  | 9,16              | 25603,65 | 32940,17   | 58543,81    | -8233,81   |
| 3261     | 18,00  | 58698,00  | 9,16              | 29872,45 | 32940,17   | 62812,61    | -4114,61   |
| 3726     | 18,00  | 67076,67  | 9,16              | 34136,50 | 32940,17   | 67076,67    | 0,00       |
| 4285     | 18,00  | 77130,00  | 9,16              | 39252,82 | 32940,17   | 72192,98    | 4937,02    |
| 4928     | 18,00  | 88704,00  | 9,16              | 45143,03 | 32940,17   | 78083,20    | 10620,80   |
| 5569     | 18,00  | 100242,00 | 9,16              | 51014,92 | 32940,17   | 83955,09    | 16286,91   |
| 6293     | 18,00  | 113274,00 | 9,16              | 57647,14 | 32940,17   | 90587,30    | 22686,70   |
| 6922     | 18,00  | 124596,00 | 9,16              | 63409,10 | 32940,17   | 96349,27    | 28246,73   |
| 7614     | 18,00  | 137052,00 | 9,16              | 69748,18 | 32940,17   | 102688,35   | 34363,65   |
| 8375     | 18,00  | 150750,00 | 9,16              | 76719,34 | 32940,17   | 109659,50   | 41090,50   |
| 9213     | 18,00  | 165834,00 | 9,16              | 84395,85 | 32940,17   | 117336,02   | 48497,98   |

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

A continuación, en la Figura 22 se demuestra el punto de equilibrio.

**Figura 22** Punto de equilibrio



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

El punto de equilibrio es de 3.727 unidades que debe comprar.

## 5.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados (Arias Sevilla, 2014) es una tabla en donde se muestra los ingresos y gastos de la empresa durante un período determinado en donde se puede observar si tuvo pérdidas o ganancias.

A continuación, en la Tabla 67 se muestra el estado de resultados proyectado.

**Tabla 67** Estado de resultados proyectado

| DESCRIPCIÓN                             | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|-----------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ingresos por ventas                     | 123.552,00       | 128.195,26       | 133.013,01       | 138.011,83       | 143.198,51       |
| ( - Costos de Ventas )                  | 62.877,79        | 66.160,39        | 67.915,87        | 69.729,65        | 71.603,84        |
| ( = UTILIDAD BRUTA EN VENTAS )          | <b>60.674,21</b> | <b>62.034,87</b> | <b>65.097,14</b> | <b>68.282,18</b> | <b>71.594,66</b> |
| ( - Gastos de Ventas )                  | 700,00           | 707,35           | 714,78           | 722,28           | 729,87           |
| ( = UTILIDAD NETA EN VENTAS )           | <b>59.974,21</b> | <b>61.327,52</b> | <b>64.382,37</b> | <b>67.559,89</b> | <b>70.864,80</b> |
| ( - Gastos Administrativos )            | 32.240,17        | 33.739,86        | 34.055,29        | 33.443,37        | 33.765,47        |
| ( = UTILIDAD OPERACIONAL )              | <b>27.734,04</b> | <b>27.587,66</b> | <b>30.327,08</b> | <b>34.116,52</b> | <b>37.099,33</b> |
| ( - Gastos Financieros )                | 2.557,75         | 2.121,34         | 1.635,60         | 1.094,97         | 493,23           |
| ( = UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES ) | <b>25.176,29</b> | <b>25.466,33</b> | <b>28.691,47</b> | <b>33.021,55</b> | <b>36.606,10</b> |

|     |                          |                  |                  |                  |                  |                  |
|-----|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ( - | - 15% de Participación   |                  |                  |                  |                  |                  |
| )   | Trabajadores             | 3.776,44         | 3.819,95         | 4.303,72         | 4.953,23         | 5.490,91         |
| ( = | <b>UTILIDAD ANTES de</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
| )   | <b>IMPUESTOS</b>         | <b>21.399,85</b> | <b>21.646,38</b> | <b>24.387,75</b> | <b>28.068,32</b> | <b>31.115,18</b> |
| ( - | 25% Impuesto a la Renta  |                  |                  |                  |                  |                  |
| )   |                          | 5.349,96         | 5.411,59         | 6.096,94         | 7.017,08         | 7.778,80         |
| ( = | <b>= UTILIDAD NETA</b>   |                  |                  |                  |                  |                  |
| )   |                          | <b>16.049,89</b> | <b>16.234,78</b> | <b>18.290,81</b> | <b>21.051,24</b> | <b>23.336,39</b> |

**Fuente:** (Berrío Guzmán & Castrillón Cifuentes, 2010)

**Elaborado Por:** El Autor

## 5.8 Flujo de Caja

Para el flujo de caja no se toma en cuenta las depreciaciones de los gastos administrativos ni de los gastos de venta, las depreciaciones están restadas en los gastos administrativos y en los gastos de venta, además el impuesto a la renta se paga desde el tercer año como lo estipulado en la ley.

A continuación, en la Tabla 68 se muestra el flujo de caja.

**Tabla 68** Flujo de caja

| DESCRIPCION                                      | AÑO 0            | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
|--------------------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>A INGRESOS OPERACIONALES</b>                  | <b>0,00</b>      | <b>123.552,00</b> | <b>128.195,26</b> | <b>133.013,01</b> | <b>138.011,83</b> | <b>143.198,51</b> |
| Recuperación por ventas                          |                  | 123.552,00        | 128.195,26        | 133.013,01        | 138.011,83        | 143.198,51        |
| <b>B EGRESOS OPERACIONALES</b>                   | <b>0,00</b>      | <b>95.817,96</b>  | <b>100.607,59</b> | <b>102.685,94</b> | <b>103.895,31</b> | <b>106.099,18</b> |
| Pago a proveedores                               |                  | 62.877,79         | 66.160,39         | 67.915,87         | 69.729,65         | 71.603,84         |
| Gastos de ventas                                 |                  | 700,00            | 707,35            | 714,78            | 722,28            | 729,87            |
| Gastos de administración                         |                  | 32.240,17         | 33.739,86         | 34.055,29         | 33.443,37         | 33.765,47         |
| <b>C FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>               | <b>0,00</b>      | <b>27.734,04</b>  | <b>27.587,66</b>  | <b>30.327,08</b>  | <b>34.116,52</b>  | <b>37.099,33</b>  |
| <b>D INGRESOS NO OPERACIONALES</b>               | <b>40.319,50</b> | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       |
| Créditos a contratarse a largo plazo             | 24.191,70        |                   |                   |                   |                   |                   |
| Aportes de capital                               | 16.127,80        |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>E EGRESOS NO OPERACIONALES</b>                | <b>40.319,50</b> | <b>6.418,92</b>   | <b>15.545,32</b>  | <b>15.650,46</b>  | <b>16.819,58</b>  | <b>18.389,23</b>  |
| Pago de intereses                                |                  | 2.557,75          | 2.121,34          | 1.635,60          | 1.094,97          | 493,23            |
| Pago de créditos a largo plazo                   |                  | 3.861,17          | 4.297,58          | 4.783,31          | 5.323,95          | 5.925,69          |
| Pago de participación de utilidades trabajadores |                  |                   | 3.776,44          | 3.819,95          | 4.303,72          | 4.953,23          |
| Pago de impuestos                                |                  |                   | 5.349,96          | 5.411,59          | 6.096,94          | 7.017,08          |
| Capital de Trabajo                               | 22.800,50        |                   |                   |                   |                   |                   |
| Adquisición de activos fijos                     | 16.459,00        |                   |                   |                   |                   |                   |
| Otros egresos                                    | 1.060,00         |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>            | <b>0,00</b>      | <b>-6.418,92</b>  | <b>-15.545,32</b> | <b>-15.650,46</b> | <b>-16.819,58</b> | <b>-18.389,23</b> |
| <b>G FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>             | <b>0,00</b>      | <b>21.315,12</b>  | <b>12.042,34</b>  | <b>14.676,61</b>  | <b>17.296,95</b>  | <b>18.710,10</b>  |

|          |                              |             |                  |                  |                  |                  |
|----------|------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>H</b> | <b>SALDO INICIAL DE CAJA</b> | <b>0,00</b> | <b>21.315,12</b> | <b>33.357,46</b> | <b>48.034,08</b> | <b>65.331,02</b> |
|----------|------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

|          |                                    |             |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------|------------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>I</b> | <b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b> | <b>0,00</b> | <b>21.315,12</b> | <b>33.357,46</b> | <b>48.034,08</b> | <b>65.331,02</b> | <b>84.041,12</b> |
|----------|------------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado Por:** El Autor

## 5.9 Evaluación financiera

### 5.9.1 Indicadores

#### 5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

##### Cálculo de TMAR

Para el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) se sumó la tasa promedio de inflación del Ecuador con el riesgo de inversión que se consideró un riesgo medio debido a una demanda variable y competencia considerable y se sumó a la multiplicación del riesgo con la inflación. Es una tasa donde se puede observar si se genera ganancias o no se puede generar ganancias (Baca Urbina, 2010).

$$\text{TMAR} = \% \text{recursos terceros}(\% \text{interés}) + \% \text{recursos propios}(\% \text{inflación} + \% \text{riesgo} + \% \text{riesgo} * \% \text{inflación})$$

**Tabla 69** Cálculo de TMAR

| PRESTAMO  | TASA ACTIVA | RECURSOS PROPIOS                     | RIESGO | INFLACION |
|-----------|-------------|--------------------------------------|--------|-----------|
| 60,00%    | 11,00%      | 40,00%                               | 10,00% | 1,05%     |
| i= 11,06% |             | TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO |        |           |

Para el cálculo del VAN se realizó en Excel tomando la tasa de descuento TMAR y los valores de la inversión hasta los cinco años que fueron los flujos de caja de cada año.

A continuación, en la Tabla 70 se explica el valor actual neto.

**Tabla 70** VAN

| AÑOS  | FNC        | (1+i) ^n | VALOR ACTUAL |
|-------|------------|----------|--------------|
| 0     | -40.319,50 |          | -40.319,50   |
| 1     | 21.315,12  | 1,11     | 19.192,09    |
| 2     | 12.042,34  | 1,23     | 9.762,92     |
| 3     | 14.676,61  | 1,37     | 10.713,45    |
| 4     | 17.296,95  | 1,52     | 11.368,61    |
| 5     | 18.710,10  | 1,69     | 11.072,58    |
| TOTAL |            |          | 21.790,16    |

**Fuente:** (Microsoft Excel, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

Se puede concluir el que el VAN es mayor que 0, por lo tanto, la empresa generará beneficios, como también se puede observar que el proyecto tiene viabilidad.

### 5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

A continuación, en la Tabla 71 se explica la tasa interna de retorno.

**Tabla 71 TIR**

| TIR = 31,30%      |                         |
|-------------------|-------------------------|
| TASA DE DESCUENTO | VALOR ACTUAL NETO (VAN) |
| 0,0%              | 43.721,62               |
| 5,0%              | 32.471,68               |
| 10,0%             | 23.468,54               |
| 11,5%             | 21.064,82               |
| 20,0%             | 10.159,92               |
| 27,8%             | 2.709,14                |
| 31,30%            | 0,00                    |
| 37,08%            | -3.896,64               |

**Fuente:** (Microsoft Excel, 2021)

**Elaborado Por:** El Autor

Es la tasa donde el VAN se convierte en 0. Donde la TIR tiene el 31.30% y la TMAR tiene 11,06% que se considera que el proyecto es aceptable.

### 5.9.1.3 Beneficio Costo

Para la obtención del beneficio – costo se obtuvo el valor actual neto de todos los ingresos, luego se obtuvo el valor actual neto de los egresos, para luego sumar los egresos con la inversión. El beneficio – costo se obtuvo en la división del valor actual neto de los ingresos con el valor actual neto de los egresos sumado la inversión.

Se puede concluir que el beneficio – costo es mayor que 1 por lo que el proyecto es aceptable, ya que por cada dólar se obtiene ganancias de 16 centavos.

A continuación, en la Tabla 72 se explica el beneficio – costo.



**Tabla 72** Beneficio - Costo

| <b>Años</b>    | <b>Ingresos proyectados</b> | <b>Egresos proyectados</b> | <b>Factor de actualización</b> | <b>Ingresos actuales</b> | <b>Egresos actuales</b> |
|----------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>1</b>       | 123.552,00                  |                            | 0,9004                         |                          |                         |
|                |                             | 107.502,11                 |                                | 111.245,97               | 96.794,68               |
| <b>2</b>       | 128.195,26                  |                            | 0,8107                         |                          |                         |
|                |                             | 111.960,47                 |                                | 103.930,01               | 90.768,21               |
| <b>3</b>       | 133.013,01                  |                            | 0,7300                         |                          |                         |
|                |                             | 114.722,20                 |                                | 97.095,18                | 83.743,48               |
| <b>4</b>       | 138.011,83                  |                            | 0,6573                         |                          |                         |
|                |                             | 116.960,59                 |                                | 90.709,83                | 76.873,67               |
| <b>5</b>       | 143.198,51                  |                            | 0,5918                         |                          |                         |
|                |                             | 119.862,12                 |                                | 84.744,41                | 70.934,01               |
| <b>Total</b>   |                             |                            |                                | <b>487.725,40</b>        | <b>419.114,04</b>       |
| <b>REL B/C</b> |                             | <b>1,16</b>                |                                |                          |                         |

Fuente: (Microsoft Excel, 2021)

Elaborado Por: El Autor

#### 5.9.1.4 Período de Recuperación

Para calcular el período de recuperación que es en cuanto tiempo se recupera la inversión, se tomó los flujos de caja de cada año restándole la inversión, dejando un saldo inicial y final hasta que el resultado sea positivo.

A continuación, en la Tabla 73 se explica el período de recuperación.

**Tabla 73** Período de recuperación

| <b>AÑOS</b> | <b>FNC</b> | <b>FNC ACTUALIZADO</b> | <b>FNC ACTUALIZADO ACUMULADO</b> |
|-------------|------------|------------------------|----------------------------------|
| <b>0</b>    | -40.319,50 | -40.319,50             | -40.319,50                       |
| <b>1</b>    | 21.315,12  | 19.192,09              | -21.127,41                       |
| <b>2</b>    | 12.042,34  | 9.762,92               | -11.364,48                       |
| <b>3</b>    | 14.676,61  | 10.713,45              | -651,03                          |
| <b>4</b>    | 17.296,95  | 11.368,61              | 10.717,58                        |
| <b>5</b>    | 18.710,10  | 11.072,58              | 21.790,16                        |

Fuente: (Microsoft Excel, 2021)

Elaborado Por: El Autor

## CONCLUSIONES

- a) Con relación al análisis realizado, en base a la evaluación del plan de negocios para la comercialización de los desinfectantes de dinero en el norte de la ciudad de Quito, y con los resultados obtenidos mediante la técnica de encuesta y el estudio de mercado, puedo concluir que la creación e implementación de la mencionada empresa cuenta con datos reales que evidencian la aceptación en el mercado local.
- b) En base a la planificación y organización del proceso operativo de: compras, comercialización y distribución del producto objeto principal de la empresa, se concluye que la infraestructura cuenta con todos recursos administrativos, tecnológicos, de control que permitirán la funcionalidad eficaz en todos sus niveles.
- c) Del levantamiento de necesidades del talento humano que requerirá la empresa para su óptimo funcionamiento, se han descrito las funciones de cada uno de ellos, mismas que están enfocadas a dar cumplimiento de todas las estrategias, políticas y objetivos de la empresa; con todo esto se concluye que el cumplimiento cabal de lo descrito evitará que existan falencias en el ámbito del talento humano que considero fundamental para el correcto funcionamiento de la empresa.
- d) Para la creación y funcionamiento de la empresa se han descrito todos los procesos exigidos por los entes de control, tanto en el área tributaria y los concernientes a permisos de funcionamiento; con lo cual concluyo que para la constitución de una empresa siempre debe cumplirse con toda la documentación requerida, con la finalidad de evitar a futuro que se presenten notificaciones por su incumplimiento y posibles sanciones.
- e) En el análisis financiero mediante los indicadores evaluados indican que el TIR es de 31,30%, su tasa mínima aceptable de rendimiento de 11,06% y el VAN de 21.790,16 dólares, lo cual son resultados factibles que brindan viabilidad al proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

- a) Debido a la gran rapidez de los avances tecnológicos, siempre realizar estudios de mercado, principalmente de la competencia para seguir innovando en el producto y ser los mejores en calidad dentro del mercado.
- b) Se recomienda estar pendiente en los tiempos de la realización de actividades para que el asesoramiento y la entrega del producto no tenga cuellos de botella y sea el tiempo óptimo sin demoras, para lo cual se debe utilizar recursos tecnológicos que permitan tener alertas y controles de procesos de compra, comercialización y distribución.
- c) Para que la empresa mantenga siempre la expectativa en el mercado local, recomendando que en forma periódica se realicen procesos de reingeniería que permitan actualizar todas las políticas, estrategias, permanencia en el mercado y actualizaciones del objeto al cual está orientada la misma.
- d) La empresa debe priorizar y actualizar los permisos de constitución y de funcionalidad para que no tenga ningún inconveniente futuro.
- e) En forma permanente se deben analizar los resultados financieros con la finalidad de realizar ajustes en caso de ser necesario.

## BIBLIOGRAFÍA

- Administración Zonal del espacio público. (21 de Febrero de 2014). *Administración Zonal del espacio público*. Obtenido de Ordenanzas: [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%C3%ADa/A%C3%B1o%202014/RA-2014-0001A%20-%20ADM.%20ZONALES%20SUSCRIPCION%20CONVENIOS-SUSTIV%200001%20-%20ESPACIO%20PUBLICO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%C3%ADa/A%C3%B1o%202014/RA-2014-0001A%20-%20ADM.%20ZONALES%20SUSCRIPCION%20CONVENIOS-SUSTIV%200001%20-%20ESPACIO%20PUBLICO.pdf)
- Arias Sevilla, A. (20 de Noviembre de 2014). *Economipedia*. Obtenido de Estado de resultados: <https://economipedia.com/definiciones/cuenta-de-resultados.html>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador (BCE). (2021). *Banco Central del Ecuador (BCE)*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Berrío Guzmán, D., & Castrillón Cifuentes, J. (2010). *Costos para gerenciar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicios*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Bomberos Quito. (2021). *Bomberos Quito*. Obtenido de Permiso de ocupación: <https://www.bomberosquito.gob.ec/permiso-ocupacion/>
- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Grupo Norma.
- Cabrera, N. (16 de Marzo de 2020). *Cashflow*. Obtenido de Comisiones de Venta: Guía de modelos, tipos, contabilidad y fiscal: <https://cashflow.do/es/comisiones-de-venta-modelos-tipos-contabilidad-y-fiscal/>
- Cagua Hidrovo, J. (11 de Enero de 2017). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de CONTABILIDAD SUPERIOR I: <http://fca.uce.edu.ec/GUIAS/CONTASUPERIOR1CA-UD.pdf>
- Calvo Porral, C., & Mangin, J. P. (01 de Marzo de 2017). Distribución "de especialidad": ¿Cómo influye la frecuencia de compra de los consumidores? *Researchgate*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/312191569\\_Distribucion\\_de\\_especialidad\\_Como\\_influye\\_la\\_frecuencia\\_de\\_compra\\_de\\_los\\_consumidores](https://www.researchgate.net/publication/312191569_Distribucion_de_especialidad_Como_influye_la_frecuencia_de_compra_de_los_consumidores)
- Camino Mogro, S., Reyes Indio, A., Apraes Gutiérrez, D., Bravo Ronquillo, D., & Herrera Arboleda, D. (25 de Julio de 2017). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Estudios Sectoriales: MYPYMES y Grandes

Empresas: [https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial\\_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02](https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02)

Canva. (2021). *Canva*. Obtenido de [https://www.canva.com/es\\_419/](https://www.canva.com/es_419/)

CCI. (2021). *CCI*. Obtenido de <https://www.cci.com.ec/>

Centro Comercial El Bosque. (2020). *Centro Comercial El Bosque*. Obtenido de <https://elbosque.com.ec/>

Código del Trabajo. (22 de Junio de 2020). *Código del Trabajo*. Obtenido de Código del Trabajo: [https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file\\_1604679569\\_1604679577.pdf](https://derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf)

Coindreau, R. (11 de Enero de 2021). *Perfiles de Puesto: ¿qué son, cómo hacerlos?* Obtenido de Integratec: <https://www.integratec.com/blog/perfiles-de-puesto.html>

Condado Shopping. (2020). *Condado Shopping*. Obtenido de <https://www.condadoshopping.com/>

Coronel Serrano, P. A. (21 de Febrero de 2020). *Universidad Técnica de Machala*. Obtenido de Aplicación de la matriz de perfil competitivo (MPC) para determinar la posición estratégica de la empresa JLS Rooftop Gastro-Bar: [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15409/1/E-10446\\_CORONEL%20SERRANO%20PABLO%20ANDRES.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15409/1/E-10446_CORONEL%20SERRANO%20PABLO%20ANDRES.pdf)

Cova Solutions. (26 de Noviembre de 2017). *Cova Solutions*. Obtenido de Cómo calcular la tasa de crecimiento: un concepto financiero fundamental: <https://covasolutions.com/es/blog/como-calcular-la-tasa-de-crecimiento-un-concepto-financiero-fundamental>

David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Ciudad de México: Pearson Educación.

Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE). (2019). *Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE)*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

Directorio de Empresas y Establecimientos. (Octubre de 2020). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de Distribución del número de empresas según sectores económicos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

- inec/Estadisticas\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\_Empresas\_2019/Boletin\_Tecnico\_DIEE\_2019.pdf
- El Telégrafo. (8 de Marzo de 2021). *El Telégrafo*. Obtenido de Nuevos espacios de comercialización para productores nacionales se abrieron en Quito:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/nuevos-espacios-comercializacion-productores-nacionales-quito>
- Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMP). (2016). Obtenido de Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMP):  
[http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/quitocables\\_norte/PRODUCTO%203/CAP%20CDTULO%20S/informe%20social.pdf](http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/quitocables_norte/PRODUCTO%203/CAP%20CDTULO%20S/informe%20social.pdf)
- Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas*. (29 de Junio de 2017). Obtenido de Cómo obtener autorización para uso del espacio en parques:  
[http://www.prensa.quito.gob.ec/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=26667&umt=C%F3mo%20obtener%20autorizaci%F3n%20para%20uso%20del%20espacio%20en%20parques](http://www.prensa.quito.gob.ec/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=26667&umt=C%F3mo%20obtener%20autorizaci%F3n%20para%20uso%20del%20espacio%20en%20parques)
- Estolano, D., Castillo, I., Berumen, M., & Mendoza, J. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *Dialnet*, 67-97.
- García Cediel, G., & Carrillo Bautista, M. (2016). *Indicadores de Gestión. Manual básico de aplicación para MIPYMES*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Gehisy. (11 de Abril de 2017). *Calidad y ADR*. Obtenido de Diagrama de Pareto:  
<https://aprendiendocalidadyadr.com/diagrama-de-pareto/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de ¿Qué es el RAET?:  
<https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito. (03 de Febrero de 2021). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de  
<https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito>
- Google. (2020). *Google*. Obtenido de <https://www.google.com/>
- Google Maps. (2020). *Google Maps*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Pomasqui,+Quito/@-0.0478293,-78.5109827,12.73z/data=!4m5!3m4!1s0x91d58891ab7498a7:0x238abca07d2a212a!8m2!3d-0.0400918!4d-78.4549279>

Hernández Medrano, G. (06 de Junio de 2017). *Aprendiendo calidad y ADR*. Obtenido de Diagrama de flujo o flujograma:

<https://aprendiendocalidadyadr.com/diagrama-de-flujo-o-flujograma/>

Herrera, M. (2011). *Formula para cálculo de la muestra poblaciones finitas*. Obtenido de Investigaciones:

<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

INEC. (Noviembre de 2019). *INEC*. Obtenido de Evolución del número de empresas:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2018/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2018.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2018/Principales_Resultados_DIEE_2018.pdf)

INEC. (2021). *INEC*. Obtenido de Inflación anual:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/inflaci%C3%B3n+anual/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2010). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC):

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Kay, N. (2014). *Estrategia Competitiva*. Edinburgh: Heriot Watt University. Obtenido de <https://ebs.online.hw.ac.uk/documents/course-tasters/russian/pdf/cs-bk-taster.pdf>

Kiaer, A. N. (1895). *Observaciones y experiencias sobre la enumeración representante*. Obtenido de

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84110/Evolucion\\_de\\_las\\_investigaciones\\_en\\_poblaciones\\_finitas.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Fue%20el%20estad%C3%ADstico%20Noruego%20A.%20N.,como%20una%20alternativa%20al%20censo.](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84110/Evolucion_de_las_investigaciones_en_poblaciones_finitas.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Fue%20el%20estad%C3%ADstico%20Noruego%20A.%20N.,como%20una%20alternativa%20al%20censo.)

Konfío. (11 de Junio de 2018). *Konfío*. Obtenido de Capital de trabajo:

[https://www.google.com/search?q=capital+de+trabajo++que+es+&rlz=1C1UU XU\\_esEC939EC939&biw=1366&bih=657&sxsrf=ALeKk037H4nz25dUqa8cKVVZ6x1HVEWaDg%3A1618875120131&ei=8BJ-YK\\_AB-LH\\_QaGxIqoDw&oq=capital+de+trabajo++que+es+&gs\\_lcp=Cgdn3Mtd2l6EAMyBAGjECcyBAGjECcy](https://www.google.com/search?q=capital+de+trabajo++que+es+&rlz=1C1UU XU_esEC939EC939&biw=1366&bih=657&sxsrf=ALeKk037H4nz25dUqa8cKVVZ6x1HVEWaDg%3A1618875120131&ei=8BJ-YK_AB-LH_QaGxIqoDw&oq=capital+de+trabajo++que+es+&gs_lcp=Cgdn3Mtd2l6EAMyBAGjECcyBAGjECcy)

Mackenzie, D. (2020). *COVID - 19*. Barcelona: RBA Libros. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Gun6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=covid+19+libros&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiw3MLe1a3tAhV4RDABHWHgDBAQ6AEwBHoECAEQAg#v=onepage&q=covid%2019%20libros&f=false>

Mall El Jardín. (2017). *Mall El Jardín*. Obtenido de <https://malleljardin.com.ec/>

Medrano, G. H. (2016). *Aprendiendo Calidad*. Obtenido de Hoja de verificación: <https://aprendiendocalidadyadr.com/hoja-de-verificacion-o-de-chequeo/>

Mercado Libre Ecuador. (2020). *Mercado Libre Ecuador*. Obtenido de <https://www.mercadolibre.com.ec/>

Merino, C. (2020). *El Condado (parroquia)*. Obtenido de Academic: <https://es-academic.com/dic.nsf/eswiki/408299>

Microsoft Excel. (26 de Abril de 2021). *Microsoft Excel*.

Ministerio de Relaciones Laborales. (Noviembre de 2012). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Modelo-Reglamento-de-Seguridad-y-Salud.pdf>

Ningbo Henglang Import & Export Co. (2020). *Made in China*. Obtenido de Óptica de alta potencia de entrada UV3535 6V 2W de luz UV Esterilizador UV lámpara adecuados, la desinfección UV lámpara con 9 luces LED UV: [https://es.made-in-china.com/co\\_henglang123/product\\_High-Optical-Input-Power-UV3535-6V-2W-UV-Light-Sterilizer-Suitable-Lamp-UV-UV-Disinfection-Lamp-with-9-UV-LED-Lights\\_ouyioiyug.html](https://es.made-in-china.com/co_henglang123/product_High-Optical-Input-Power-UV3535-6V-2W-UV-Light-Sterilizer-Suitable-Lamp-UV-UV-Disinfection-Lamp-with-9-UV-LED-Lights_ouyioiyug.html)

Olarte Saucedo, M., Sánchez Rodríguez, S. H., Aréchiga Flores, C. F., Bañuelos Valenzuela, R., & López Luna, M. A. (2017). Efecto de la radiación ultravioleta (UV) en animales domésticos. *Scielo*, 416-432. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcp/v10n2/2448-6698-rmcp-10-02-416.pdf>

OLX Ecuador. (2020). *OLX Ecuador*. Obtenido de <https://www.olx.com.ec/>

Pasquali, M. (14 de Diciembre de 2020). *Statista*. Obtenido de Evolución anual de la tasa de inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2025: <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

Patiotuerca Ecuador. (2020). *Patiotuerca Ecuador*. Obtenido de <https://ecuador.patiotuerca.com/>

Ponce Talancón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación



- de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Redalyc*, 113-130.  
Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>
- Portal de servicios municipales. (2020). *LUAE* . Obtenido de [https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/Aprende/Luae%20Digital%202020\\_C.pdf](https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/Aprende/Luae%20Digital%202020_C.pdf)
- Portal Shopping. (2020). *Portal Shopping*. Obtenido de <https://portalshopping.com.ec/>
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia. *Harvard Business Review*.
- PowerMBA, T. (2020). *The PowerMBA*. Obtenido de The PowerMBA: <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/#:~:text=Como%20hemos%20indicado%2C%20las%20cinco,sustitutivos%20y%20rivalidad%20entre%20competidores.>
- Primicias. (20 de Enero de 2020). *Primicias*. Obtenido de En los últimos tres años más empresas se crearon en Ecuador: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/empresas-constitucion-empresas-superintendencia-ecuador/#:~:text=Desde%202017%20la%20tendencia%20en,en%20los%20%C3%BAltimos%205%20a%C3%B1os.>
- Purita , G. (25 de Mayo de 2017). *OBS Business School*. Obtenido de Cómo utilizar Facebook Live para los negocios: <https://www.obsbusiness.school/blog/como-utilizar-facebook-live-para-los-negocios>
- Pursell, S. (15 de Noviembre de 2020). *HubSpot*. Obtenido de Qué es el análisis FODA y cómo implementarlo en tu empresa: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Quicentro Shopping . (2020). *Quicentro Shopping* . Obtenido de <https://www.quicentro.com/>
- Quindemil Torrijo, E. M., & Rumbaut León, F. (2014). La información y la comunicación en la gestión organizacional: retos en el contexto universitario. *Dialnet*, 54-67.
- Quiroa, M. (14 de Junio de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Poder de negociación de los clientes: <https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los-clientes.html#:~:text=Definimos%20el%20poder%20de%20negociaci%C3%B3n,o%20servicios%20a%20las%20empresas.&text=En%20todo%20caso%20son%20clientes,que%20les%20venden%20los%20productos.>

Roldan, P. N. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Bien Sustitutivo:  
<https://economipedia.com/definiciones/bien-sustitutivo.html>

Rus Arias, E. (06 de Mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Punto de equilibrio:  
<https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Samaniego García, K. J. (Mayo de 2017). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.  
 Obtenido de Indicadores de gestión administrativa como mecanismo de control  
 en la coordinación de postgrados PUCESE:  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1068/1/SAMANIEGO%20GARC%C3%8DA%20KARLA%20JOHANNA.pdf>

Sánchez Galán, J. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Demanda Potencial:  
<https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>

SENADI. (05 de Junio de 2018). *SENADI*. Obtenido de  
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

SRI. (20 de Mayo de 2016). *SRI*. Obtenido de LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE  
 CONTRIBUYENTES (RUC):  
[file:///C:/Users/user/Downloads/160520%20Ley%20del%20RUC%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/160520%20Ley%20del%20RUC%20(1).pdf)

SRI. (2020). *SRI*. Obtenido de  
[file:///C:/Users/joa\\_e/Downloads/GUIA%20RUC%20EN%20LINEA.pdf](file:///C:/Users/joa_e/Downloads/GUIA%20RUC%20EN%20LINEA.pdf)

Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2021). *Superintendencia de  
 compañías, valores y seguros*. Obtenido de  
<https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>

Terán Sánchez, G. (Agosto de 2011). *Ministerio de la producción*. Obtenido de Ciclo de  
 charlas informativas del taller "Crea tu empresa":  
[http://www.mac.pe/descargas/Como\\_fijar\\_tus\\_precios.pdf](http://www.mac.pe/descargas/Como_fijar_tus_precios.pdf)

TIC Portal. (2020). *TIC Portal*. Obtenido de ¿Qué es un sistema ERP y para qué sirve?:  
<https://www.ticportal.es/temas/enterprise-resource-planning/que-es-sistema-erp>

UDIMA. (15 de Marzo de 2021). *Blogs UDIMA*. Obtenido de El sistema de distribución  
 o logístico de la empresa:  
[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ackPt\\_VqjUYJ:https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-7-el-sistema-de-distribucion-o-logistico-de-la-empresa/2-](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ackPt_VqjUYJ:https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-7-el-sistema-de-distribucion-o-logistico-de-la-empresa/2-)

Unidad de Planificación Institucional. (Febrero de 2015). *Instituto Nacional de  
 Estadística y Censos*. Obtenido de Descripción de procesos y mapa de procesos:

[https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos/inec\\_institucional/transparencia/procesos\\_institucionales/descripcion\\_del\\_mapa\\_de\\_procesos.pdf](https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos/inec_institucional/transparencia/procesos_institucionales/descripcion_del_mapa_de_procesos.pdf)

Valdivieso, A. G. (14 de Julio de 2020). *Pérez Bustamante & Ponce*. Obtenido de Las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS): diez ventajas:

[https://www.pbplaw.com/es/las-sociedades-por-acciones-simplificadas-sas-diez-ventajas/#:~:text=Las%20SAS%20se%20sujetan%20a,%25%20en%20su%20l%C3%ADmite%20superior\).](https://www.pbplaw.com/es/las-sociedades-por-acciones-simplificadas-sas-diez-ventajas/#:~:text=Las%20SAS%20se%20sujetan%20a,%25%20en%20su%20l%C3%ADmite%20superior).)

Vázquez Burguillo, R. (02 de Marzo de 2016). *Economipedia*. Obtenido de

Depreciación: <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>

YAAL productos sanitarios. (2021). *YAAL productos sanitarios*. Obtenido de Lámpara UV portable Germicida: <https://www.mascarillasxmayor.com/lampara-uv-germicida-ecuador>

Zendesk. (29 de Septiembre de 2020). *Conoce las 7 etapas del proceso de ventas*.

Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/etapas-proceso-ventas/>

## ANEXO 1

### ENCUESTA



## DESINFECTANTES DE BILLETES Y MONEDAS

La presente encuesta tiene por finalidad recopilar información necesaria, que servirá para que el producto cumpla con las características y especificaciones: técnicas, de calidad, costos, confiabilidad y garantía requeridas por el consumidor.

Para lo cual sírvase contestar las siguientes preguntas que no le llevará más de dos minutos, pero que sí servirá para proporcionarle un producto acorde a sus necesidades.

**\*Obligatorio**

¿Piensa usted que el a través del dinero físico se puede transmitir enfermedades? \*

- ☐ SI
- ☐ NO

¿Sería útil para usted un artefacto que desinfecte el dinero con rayos UV? \*

- ☐ SI
- ☐ NO

¿Usted adquiriría un artefacto que desinfecte el dinero? \*

- ☐ SI
- ☐ NO

Actualmente, ¿Qué método de desinfección utiliza para el dinero? \*

- ☐ Alcohol
- ☐ Amonio Cuaternario
- ☐ Gel antibacterial
- ☐ Otro

Si su respuesta es OTRO, especifique el método de desinfección

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuánto pagaría por un artefacto que desinfecte el dinero? \*

- ☐ 16\$-18\$
- ☐ 19\$-21\$
- ☐ 22\$-24\$

¿Cuántos dispositivos requeriría para su empresa? \*

- ☐ 2-4
- ☐ 5-7
- ☐ 8-10
- ☐ 11-13
- ☐ Más de 14

¿El desinfectante de dinero lo usaría en su local de? \*

- ☐ Gasolinera
- ☐ Ferretería
- ☐ Supermercado
- ☐ Banco
- ☐ Moda
- ☐ Comida
- ☐ Otro

Si su respuesta es OTRO, especifique el local

Tu respuesta

¿Cómo le gustaría conocer al producto? \*

- ☐ Correo
- ☐ Redes sociales
- ☐ Personal
- ☐ Página web

¿Le gustaría recibir el producto en su domicilio? \*

- ☐ SI
- ☐ NO

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN