



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
“GEL ANTISÉPTICO”, EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTOR

RÓMULO MAURICIO BENAVIDES VACA

DIRECTOR

ING. MANUEL CHILQUINGA

Ibarra, Enero del 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se realizó con la finalidad de contribuir, a una sociedad con menos cantidad de personas que sufran de enfermedades de carácter microbiológico, a causa de una asepsia inadecuada, y para tal fin se hizo un “Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”. A más de contribuir con un el buen vivir, esta investigación servirá como herramienta de apoyo para futuros microempresarios, ya que en este documento se analiza con detalle, las herramientas necesarias para la toma de decisiones, al emprendimiento de cualquier empresa, como son, planificación, estrategias empresariales, índices financieros y otros, que se deben tomar en cuenta no solo en este tipo de empresas. La investigación empieza con la determinación del objetivo general que consiste en: Elaborar el estudio de factibilidad para la producción, comercialización del gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra. Los objetivos específicos servirán de respaldo al objetivo general, los cuales son los siguientes: (a) Realizar un estudio de mercado para establecer el porcentaje de demanda insatisfecha del Gel antiséptico, (b) Estructurar las bases teóricas y científicas que permitan sustentar la investigación del proyecto, (c) Realizar la estructura organizacional de la empresa en creación, lo que nos ayudará a establecer un plan para su funcionamiento, (d) Elaborar el estudio y análisis financiero de la comercialización y producción del gel antiséptico, lo que ayudará a establecer si el proyecto es rentable, (e) Analizar los principales impactos social, económico, empresarial que generará, la ejecución del proyecto y observar los aspectos positivos que se obtendrán para el conglomerado social. El marco teórico, contiene el conjunto de expresiones, que se utilizarán en el desarrollo de este proyecto, lo que nos permitirá tener una mejor comprensión del mismo. El estudio de mercado nos permitió saber, que existe demanda insatisfecha, precio adecuado, los canales de distribución y elementos tan sutiles como el gusto de nuestros futuros clientes. En la propuesta estratégica se detalla, la parte organizativa de la microempresa, visión, misión, principios, estrategias, que se aplicarán, para ser eficientes y competentes frente al mercado. El estudio

económico financiero nos permitirá conocer el tamaño de la microempresa, los requerimientos en infraestructura para su buen funcionamiento por medio del establecimiento de costos, determinación del punto de equilibrio y de indicadores financieros, como el VAN, TIR, y la relación beneficio/costo, lo que nos dará una mejor idea, de la rentabilidad del negocio. Al final de la investigación, se realizó una valuación cualitativa y cuantitativa del impacto que tendrá la microempresa, en el entorno de la ciudad de Ibarra, el cual, haciendo un balance general de las variables que intervienen, este sería positivo.

EXECUTIVE SUMMARY

The current work was performed with the finality of contributing, with a society of fewer quantity of people who suffer of microbiological character sicknesses, due to an inadequate asepsis, and for such result it was performed a “Study of feasibility for the creation of the production enterprise and commercialization of antiseptic gel, in Ibarra city, province of Imbabura”. Besides contributing with the good living, this investigation will be used as a supportive tool for future micro entrepreneurs, because in this document the necessary tools are analyzed with details, for the making the decisions, to the entrepreneurship of any company, such as planning, enterprise strategies, financial indexes among others, which have to be kept on mind not only in these kinds of enterprises. The investigation starts with the determination of the general objective, which are the following ones: (a) to make a marketing study to establish the unsatisfied demand percentage of the antiseptic gel, (b) to structure the theoretical and scientific bases that can sustain the project investigation, (c) to make the organizational structure of the company in creation, which will help us to establish a plan for its functioning, (d) to elaborate the financial study and analysis of the commercialization and production of the antiseptic gel, which will help to establish if the project is profitable, (e) to analyze the principal social economical and enterprising impacts which the execution of the project will generate and to observe the positive aspects that we will get for the social conglomerate. The theoretical framework has the sets of expressions, which will be used in the development of this project, which will permit us to have a better comprehension of it. The marketing study permitted us to know, that there is an unsatisfied demand, adequate price, the distribution channels and very suitable elements such as the taste of our future clients. In the strategic proposal it is detailed, the organizational part of the micro enterprise, vision and mission, principles and strategies, which will be applied, to be efficient and competitive in front to the market. The financial economical study will permit us to know the size of the micro enterprise, the requirements in infrastructure for its good performance through the costs establishment,

determination of the equilibrium point and financial indicators, such as VAN, TIR, and the benefit/cost relation. Which will give us a better idea, of the business profit. At the end of the investigation, it will be performed a qualitative and quantitative evaluation of the impact that the micro enterprise will have, around Ibarra city, which doing a general balance of the variables that involved, this would be positive.

DECLARACIÓN

Yo, Mauricio Benavides, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Mauricio Benavides

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado MAURICIO BENAVIDES, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTISÉPTICO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por el tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los catorce días del mes de Agosto del 2011.

Ing. Manuel Chiliquinga

CI.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACION DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	1001972627		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Benavides Vaca Rómulo Mauricio		
DIRECCIÓN:	Ibarra		
EMAIL:	romulomauricio2000@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022545924	TELÉFONO MÓVIL	099643764

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTISÉPTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR:	Rómulo Mauricio Benavides Vaca
FECHA: AAAAMMDD	2012-01-18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A
ASESOR/DIRECTOR:	ING. MANUEL CHILQUINGA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rómulo Mauricio Benavides Vaca, con cédula de identidad Nro. 100197262-7 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de junio 2011

EL AUTOR

ACEPTACIÓN

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:Rómulo Mauricio Benavides Vaca

Nombre:Msc Ximena Vallejo

C.C.:1001972627

Cargo:JEFE DE BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR, DEL TRABAJO DE GRADO, A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Mauricio Benavides, con cédula de identidad N° 1001972627, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GEL ANTISÉPTICO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”..

”Que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la institución facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor, me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento, en el momento que hago la entrega del trabajo final, en formato impreso y digital a la Biblioteca, de la Universidad Técnica del Norte”.

Mauricio Benavides

C.I. No 1001972627

Ibarra, a los diez días del mes de agosto, del 2011.

DEDICATORIA

A mis hijos Johan, Estefanía y Valeria, a los que espero motivar, por medio del ejemplo, para que ellos puedan forjarse un futuro prometedor.

A mis padres, los cuales desde siempre, han sido un pilar fundamental en mi vida y gracias a ellos, he ido progresando paso a paso.

Y a todos mis amigos, que me han sabido dar su apoyo y ánimo, para seguir adelante.

Mauricio Benavides

AGRADECIMIENTO

Quiero manifestar mis agradecimientos:

A mis catedráticos por saber compartir sus conocimientos sin egoísmo alguno.

A mi país y a la Universidad Técnica del Norte, por tener esta institución de tan alta calidad educativa.

En especial, a Andrea Rocha, por ayudarme en la parte técnica en el proceso de elaboración del gel antiséptico.

A mi Asesor Ing. Manuel Chilingua, quien con su paciencia y buen criterio, me supo guiar para terminar con éxito este proyecto.

Y a mis padres y todos mis amigos, que de una manera u otra aportaron con un granito de arena para la consecución de mis objetivos.

Mauricio Benavides

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado, es una investigación para la creación de una microempresa, elaborando gel antiséptico y comercializándolo, en la ciudad de Ibarra, para lograr este objetivo propuesto, se desarrollaron los siguientes capítulos:

Capítulo 1: Determinación de la investigación.- En este primer capítulo se hace una referencia a la motivación por la que se escogió el tema, y una breve historia del virus de la gripe A H1N1 y los objetivos que persigue el presente proyecto.

Capítulo 2: Marco Teórico.- este capítulo pretende brindar, de la mejor manera las definiciones más acertadas, para que el lector llegue a familiarizarse, con la terminología utilizada, en el presente texto.

Capítulo 3: Estudio de Mercado.- Aquí se realizó el estudio de campo, lo cual permitió nutrir la investigación con datos reales, gustos, preferencias de los posibles clientes, para brindarles un mejor servicio y que se ajuste a la realidad Ibarreña, se realizaron 12 preguntas las cuales fueron evaluadas, analizadas y con su respectivo gráfico, para una mejor comprensión.

Capítulo 4: Propuesta Estratégica.- En este capítulo se realiza el plan para la operación de la microempresa, determinando la visión, la misión, principios y valores del negocio, las estrategias de la microempresa, la forma como se organizará, para ser más competitivos.

Capítulo 5: Estudio Económico Financiero.- En este capítulo se hace una análisis pormenorizado de los ingresos que se obtendrán, costos y gastos que se incurrirán en la operación del negocio, se determinará la utilidad que genera la microempresa, en base a los datos obtenidos con el estudio de mercado, se establece los estados de resultados proyectados, y con herramientas financieras, se determina la factibilidad del emprendimiento del negocio.

Capítulo 6: Impactos.- Este capítulo nos permitirá, ver con mayor claridad, el efecto que tendrá la implementación de la empresa, en la ciudad de Ibarra, en donde se pretende impulsar el negocio.

ÍNDICE TEMÁTICO

CAPÍTULO 1.....	24
1. DETERMINACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.1. Antecedentes	24
1.2. Objetivos	26
1.2.1. Objetivo General	26
1.2.2. Objetivos específicos.....	27
1.3. Justificación	27
1.4. Descripción y Alcance del Proyecto	28
CAPÍTULO 2.....	30
2. MARCO TEÓRICO.....	30
2.1. ¿Qué son los microorganismos?	30
2.2. Definiciones de virus	30
2.3. La gripe A H1N1	31
2.4. El buen cuidado de la salud	32
2.5. El Gel Antiséptico.....	32
2.6. Componentes del Gel Antiséptico, definiciones y funciones	33
2.7. Formulación del Gel Antiséptico.....	35
2.8. La empresa.....	36
2.8.1. Clases de empresas	37
2.8.2. La Microempresa.....	38
2.8.3. Requisitos generales de constitución de la empresa.....	38
2.9. Organización de la Empresa	39
2.10. Sistema del proceso de producción del Gel antiséptico.....	39
2.10.1. Definición del producto	39
2.10.2. Materia Prima	40
2.10.3. Proceso de producción	40
2.10.4. Costos.....	41
2.10.5. Gastos.....	41
2.10.6. Precio	41
2.10.7. Mercado	42
2.10.8. Oferta	42
2.10.9. Demanda	43
2.10.10. Canales de Distribución	43
2.10.11. Evaluación Financiera.....	44
2.10.12. Punto de equilibrio.....	44
2.10.13. Valor actual neto.....	45
2.10.14. Tasa interna de retorno	45
2.10.15. Relación beneficio costo.....	46
2.10.16. Periodo de recuperación.....	47
2.10.17. Análisis de sensibilidad	47
CAPÍTULO 3.....	48
3. ESTUDIO DE MERCADO	48
3.1. Planteamiento del problema de investigación	48
3.2. Objetivos de la investigación.....	48

3.3.	Identificación de los productos y/o servicios.....	48
3.3.1.	Características	48
3.3.2.	Productos o servicios sustitutos.....	50
3.3.3.	Normativa Sanitaria técnica y comercial.....	50
3.4.	Consumidor del producto.....	51
3.5.	Estructura del mercado	52
3.5.1.	Monopolio	52
3.5.2.	Oligopolio.....	52
3.5.3.	Competencia perfecta	52
3.6.	Investigación.....	53
3.6.1.	Segmentación	53
3.6.2.	Población o Universo	54
3.6.3.	Tamaño de la muestra.....	54
3.6.4.	Metodología de la investigación de campo	56
3.6.5.	Diseño del instrumento de investigación.....	56
3.6.6.	Levantamiento de la investigación	56
3.6.7.	Tabulación y procesamiento de la información.....	57
3.7.	Análisis de la demanda	76
3.7.1.	Factores que afectan la demanda.....	76
3.7.2.	Comportamiento Histórico de la demanda.....	77
3.7.3.	Demanda actual	78
3.7.4.	Proyección de la demanda	78
3.8.	Análisis de la oferta	79
3.8.1.	Factores que la afectan la oferta	79
3.8.2.	Comportamiento Histórico de la oferta	80
3.8.3.	Oferta actual	80
3.8.4.	Proyección de la Oferta	80
3.9.	Proyección de la demanda insatisfecha	81
3.10.	Conclusiones	82
CAPÍTULO 4.....	84	
4.	PROPUESTA ESTRATÉGICA	84
4.1.	La Microempresa	84
4.2.	Nombre o razón social	84
4.3.	Titularidad de propiedad de la Empresa	85
4.3.1.	Requisitos	85
4.4.	Tipo de empresa.....	86
4.5.	Base Filosófica.....	86
4.5.1.	Misión.....	86
4.5.2.	Visión	87
4.5.3.	Principios.....	87
4.5.4.	Valores.....	89
4.6.	La Organización.....	90
4.7.	Organigrama Estructural.....	91
4.8.	Descripción de Funciones.....	92
4.8.1.	De la Junta de Socios.....	92
4.8.2.	Del Presidente.....	94
4.8.3.	Del Gerente General.....	95
4.8.4.	Del Asesor Legal	96

4.8.5.	De la Secretaria	96
4.8.6.	Del Departamento de Recursos Humanos	97
4.8.7.	Del Departamento de Producción.....	98
4.8.8.	Del Departamento de Finanzas.....	99
4.8.9.	Del Departamento de Comercialización.....	100
4.9.	Estrategias Empresariales	101
4.9.1.	Determinar dónde estamos	102
4.9.2.	Determinar dónde queremos llegar	103
4.9.3.	Determinar cómo llegar hasta allí.....	104
4.9.4.	Implementación de estrategias empresariales	112
4.10.	Estrategias Mercado lógicas de posicionamiento	116
4.11.	Estrategias operativas.....	117
4.12.	Estrategias financieras.....	117
4.12.1.	Largo plazo	117
4.12.2.	Estrategias financieras a corto plazo.....	119
4.12.3.	Análisis Financiero	121
CAPÍTULO 5.....	122	
5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	122
5.1.	Costos de operación	122
5.1.1.	Costos de producción	122
5.1.2.	Presupuesto de costos de producción	125
5.1.3.	Gastos de administración.....	132
5.1.4.	Gastos de venta.....	133
5.2.	Costo total de operación de la empresa	134
5.3.	Activos fijos de producción	134
5.4.	Activos fijos de oficinas y ventas	135
5.5.	Inversión inicial en activo fijo y diferido.....	135
5.5.1.	Terreno y obra civil	135
5.5.2.	Activo Diferido.....	136
5.5.3.	Inversión total en activo fijo y diferido	136
5.6.	Depreciación y amortización de activo fijo y diferido.	137
5.7.	Determinación de la TMAR de la microempresa	138
5.8.	Determinación del capital de trabajo	139
5.8.1.	Valores e inversiones.....	139
5.8.2.	Inventarios	140
5.8.3.	Cuentas por cobrar.....	140
5.9.	Valor del activo circulante.....	141
5.10.	Pasivo circulante	141
5.11.	Financiamiento de la inversión	142
5.12.	Determinación del punto de equilibrio o producción mínima económica	143
5.12.1.	Costos Fijos.....	143
5.12.2.	Costos variables	144
5.12.3.	Volumen, Ingresos, CF, CV.....	145
5.12.4.	Gráfico del punto de equilibrio.....	146
5.12.5.	Determinación de los ingresos por ventas	147
5.13.	Balance general inicial	147

5.14.	Determinación del estado de resultados con inflación, sin financiamiento y con variación de la producción.	148
5.15.	Estado de resultados con inflación, con financiamiento y con variación de la producción.	149
5.16.	Posición financiera inicial de la empresa	150
5.16.1.	Tasa circulante (TC)	150
5.16.2.	Tasa rápida o prueba acida (TR).....	150
5.16.3.	Tasa de solvencia o aplancamiento.....	150
5.17.	Evaluación financiera.....	151
5.17.1.	Flujo de caja sin financiamiento	152
5.17.2.	Flujo de caja con financiamiento	153
5.17.3.	Cálculo del VAN sin financiamiento.....	153
5.17.4.	VAN con financiamiento	154
5.17.5.	Cálculo del TIR sin financiamiento	154
5.17.6.	TIR con financiamiento	155
5.17.7.	Cálculo del beneficio/costo sin financiamiento	155
5.17.8.	Cálculo del beneficio/costo con financiamiento.....	156
5.17.9.	Tiempo de recuperación de la inversión, sin financiamiento	157
5.17.10.	Tempo de recuperación de la inversión con financiamiento .	157
CAPÍTULO 6	156
6.	IMPACTOS	156
6.1.	Análisis de impactos del estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	156
6.2.	Impactos e indicadores de análisis, en torno a la implementación de la microempresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.....	159
6.2.1.	Impacto Administrativo.....	159
6.2.2.	Impacto Financiero	160
6.2.3.	Impacto Social	161
6.2.4.	Impacto Económico.....	162
6.2.5.	Impacto Empresarial.....	163
6.2.6.	Impacto Comercial	164
6.2.7.	Impacto Ambiental	165
6.2.8.	Impacto General	167
CONCLUSIONES	168
RECOMENDACIONES	170
FUENTES DE INFORMACIÓN	172

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nro. 1	49
Foto del producto	49
Figura Nro. 2	53
Cantón Ibarra.....	53
Figura Nro. 3	91
Organigrama.....	91
Figura Nro 4.....	109
Proceso de venta directa de gel antiséptico.....	109
Figura Nro. 5	110
Canales de distribución	110
Figura Nro 6.....	113
Funcionalidad de equipo de trabajo	113
Figura Nro 7.....	146
Punto de Equilibrio	146

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nro 1.....	54
Población de análisis	54
Cuadro Nro. 2.....	55
Población de análisis	55
Cuadro Nro. 3.....	77
Comportamiento Histórico de la demanda.....	77
Cuadro Nro. 4.....	79
Proyección de la demanda.....	79
Cuadro Nro. 5.....	81
Proyección de la oferta.....	81
Cuadro Nro. 6.....	81
Proyección de la demanda insatisfecha.....	81
Cuadro Nro. 7.....	103
Matriz FODA	103
Cuadro Nro 8.....	104
Demanda insatisfecha periodo 2012-2016.....	104
Cuadro Nro 9.....	105
Demanda y ventas 2012	105
Cuadro Nro 10.....	106
Costo de materias primas 2012	106
Cuadro Nro 11.....	106
Producción mes de enero 2012	106
Cuadro Nro 12.....	107
Almacenamiento de gel antiséptico enero 2012.....	107
Cuadro Nro 13.....	107
Producción diaria enero 2012.....	107
Cuadro Nro. 14.....	111

Canal Productor – consumidor final	111
Cuadro Nro 15.....	111
Canal Productor – intermediario - cliente	111
Cuadro Nro. 16.....	115
Ventas estimadas en el mes de enero 2012	115
Cuadro Nro 17.....	116
Desfase de ventas mes de enero 2012	116
Cuadro Nro. 18.....	116
Ajuste de presupuesto de ventas mes de febrero 2012.....	116
Cuadro Nro 19.....	119
Financiamiento de la inversión	119
Cuadro Nro. 20.....	121
Programa de entradas de efectivo enero - mayo 2012	121
Cuadro Nro 21.....	122
VAN y TIR sin financiamiento	122
Cuadro Nro 22.....	123
VAN y TIR con financiamiento.....	123
Cuadro Nro 23.....	122
Capacidad instalada: aprovechamiento anual	122
Cuadro Nro 24.....	125
Costo de materias primas	125
Cuadro Nro 25.....	126
Costo de envases y embalajes	126
Cuadro Nro 26.....	127
Costos de otros materiales.....	127
Cuadro Nro 27.....	127
Equipo de trabajo	127
Cuadro Nro 28.....	128
Costo de energía eléctrica	128
Cuadro Nro 29.....	128
Consumo de agua	128
Cuadro Nro 30.....	129
Costo de mano de obra directa	129
Cuadro Nro 31.....	129
Costo de mano de obra Indirecta.....	129
Cuadro Nro 32.....	130
Costo de combustible, gasolina Súper	130
Una camioneta.....	130
Cuadro Nro 33.....	130
Costo de mantenimiento.....	130
Cuadro Nro 34.....	131
Costo de control de calidad.....	131
Cuadro Nro 35.....	131
Presupuesto de costos totales de producción	131
Cuadro Nro 36.....	132
Gastos de administración	132
Cuadro Nro 37.....	132
Gastos de administración	132

Cuadro Nro 38.....	133
Gastos de venta	133
Cuadro Nro 39.....	133
Gastos de venta	133
Cuadro Nro 40.....	134
Costo total de operación.....	134
Cuadro Nro 41.....	134
Activo fijo de producción.....	134
Cuadro Nro 42.....	135
Terreno y obra civil.....	135
Cuadro Nro 43.....	136
Activo diferido	136
Cuadro Nro 44.....	136
Inversión total en activo fijo y diferido.....	136
Cuadro Nro 45.....	137
Depreciación y amortización de activos fijos y diferidos de producción	137
Cuadro Nro 46.....	138
Determinación de la TMAR y la inflación considerada.....	138
Cuadro Nro 47.....	138
Cuadro de inversiones y ponderación	138
Cuadro Nro. 48.....	139
Valores e inversiones	139
Cuadro N° 49.....	141
Activo circulante	141
Cuadro Nro 50.....	142
Financiamiento de la inversión	142
Cuadro Nro 51.....	142
Tabla de amortización de la deuda.....	142
Cuadro Nro 52.....	143
Clasificación de costos	143
Cuadro Nro 53.....	143
Costos Fijos.....	143
Cuadro Nro. 54.....	144
Costos Variables	144
Cuadro Nro 55.....	145
Costos Fijos.....	145
Cuadro Nro 56.....	147
Ingresos por ventas.....	147
Cuadro Nro. 57.....	147
Balance General	147
Cuadro Nro. 58.....	148
Estado de resultados pro-forma con inflación, sin financiamiento y con variación de producción.	148
Cuadro Nro 59.....	149
Estado de resultados pro-forma con inflación, con financiamiento y con variación de producción.	149
Cuadro Nro 60.....	152
Flujo de caja sin financiamiento.	152

Cuadro Nro 61.....	153
Flujo de caja con financiamiento	153
Cuadro Nro 62.....	155
Relación Beneficio/Costo sin financiamiento	155
Cuadro Nro. 63.....	156
Relación Beneficio/Costo con financiamiento.....	156
Cuadro Nro 64.....	157
Tiempo de recuperación de la inversión	157
Cuadro Nro 65.....	157
Tiempo de recuperación de la inversión	157
Cuadro Nro 66.....	156
Escala de Valoración Cualitativa y Cuantitativa.....	156
Cuadro Nro 67.....	159
Impacto administrativo.....	159
Cuadro Nro. 68.....	160
Impacto Financiero.....	160
Cuadro Nro 69.....	161
Impacto Social.....	161
Cuadro Nro. 70.....	162
Impacto económico	162
Cuadro Nro 71.....	164
Impacto Empresarial	164
Cuadro Nro 72.....	165
Impacto Comercial	165
Cuadro Nro 73.....	166
Impacto Ambiental.....	166
Cuadro Nro 74.....	167
Impacto General	167

C A P Í T U L O 1

1. DETERMINACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Según la National Geographic en el documental “La gripe porcina: Los datos científicos tras la pandemia 2009” la gripe A H1N1, empezó en abril del 2009, en una pequeña población agrícola de México llamada La Gloria. Edgar Hernández un niño de 5 años fue el primer caso confirmado y sobrevivió al virus.

A nivel mundial hasta el 22 de noviembre del 2009 se revelan más de 622482 casos confirmados y al menos 7826 defunciones.

En el Ecuador el primer caso se presentó, el 14 de mayo del 2009, en la ciudad de Guayaquil, y hasta noviembre del 2009 existen 88 muertes por causa de la influenza AH1N1 y en la semana 45 se habrían incrementado el número de casos en Imbabura.

En nuestra ciudad de Ibarra, actualmente parecía que ya se había olvidado sobre la gripe porcina o AH1N1, hasta que en el mes de marzo del 2010 el Vice Alcalde de la ciudad fue presa de esta enfermedad, lo cual se hizo noticia local. Esto nos hace notar que hay que tomar conciencia y ver que la enfermedad no distingue estatus, ni clase social, cualquier persona de la ciudad está en riesgo de contraer esta enfermedad.

Uno de los principales motivos para que la gente se contagie con facilidad se debe a que el virus es de tipo aeróbico, se transmite por medio del aire y polvo, una persona contagiada la puede transmitir por medio de sus flujos corporales, estornudando, tosiendo, por contacto de piel a piel, o tocando cualquier objeto contaminado y sirviendo como medio de transmisión.

Según el boletín número 12 del Ministerio de Salud Pública de Imbabura la vacunación en la provincia de Imbabura comenzó el 5 de abril del 2010 con una dotación de 13000 dosis, como medida preventiva, y en épocas invernales el incremento de casos puede aumentar.

Las vacunas estarán destinadas principalmente a las personas vulnerables, ancianos y mujeres embarazadas, el resto de la ciudadanía tenemos que reforzar nuestras medidas de higiene y estar atentos de las recomendaciones que dé el Ministerio de Salud Pública, y la prevención es la mejor arma contra este tipo de virus tomando medidas como el lavado de manos con agua y jabón, el uso de gel antiséptico, limpieza de los espacios de uso común y al estornudar o toser cubrirse con el antebrazo.

Hemos hablado solo de un tipo de virus, pero hay que prevenirse de varios tipos de virus, hongos, bacterias, que en cualquier momento nos pueden afectar a nosotros o a cualquier miembro familiar. Una solución es tener un gel antiséptico portable, el cual resultaría eficaz en contra de la gripe común, Gripe A (H1N1), gripe Aviar (H5N1), SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo), Polio virus, Herpes virus, virus de la hepatitis B y C.

La razón de usar un gel antiséptico es que es mucho más eficaz que el agua y jabón ya que mata la mayoría de la flora microbiana.

El producto será elaborado con la colaboración de una Bióloga Farmacéutica quien se encargará de la supervisión de la calidad del producto. Para que un tratamiento sea eficaz debe contener un 60% de alcohol, nuestro producto contendrá un 70%.

Esta tecnología proviene de los hospitales, los cuales han estado usando esto por años, el gel es de secado rápido y no necesita de agua y jabón, haciendo el

proceso de higienización más rápido que de costumbre, y de gran comodidad, ya que puede transportar un pequeño envase en su cartera, bolso o maletín.

Con el estudio de mercado que se realizará intentamos determinar, cual va a ser la preferencia del cliente con respecto a los geles personales, y elaborar un producto que se ajuste al gusto del cliente, y con la calidad y garantía de un producto confiable, la comercialización no se centrará solamente a nivel personal, nuestra ambición es llegar a Instituciones y organismos estatales, colegios, restaurantes, hoteles etc.

Especialmente en restaurantes y hoteles la desinfección debe ser prioritaria porque en estos lugares se manipula productos alimenticios, y el personal debería estar desinfectado.

Es nuestra fe y esperanza que elaborando un buen estudio de mercado y determinando los canales de comercialización óptimos, logremos incrementar los pedidos de nuestro gel, día a día.

En un análisis rápido sobre los precios de los geles portátiles en el mercado de Ibarra, en supermercados y farmacias los cuales van desde el 1,60 a 3 dólares en presentaciones de 200 ml, y pretendemos establecernos con un precio competitivo.

Nuestra salud es lo más importante, pongamos un ejemplo si compramos un perro de unos mil dólares seguro vamos a tratar de prevenir que se enferme, y si eso hacemos con nuestra mascota ¿por qué no cuidamos nuestra salud?, será necesario preguntar a las personas que ya no tienen su salud completa y determinar cuánto les cuesta mantenerse saludables, solo ahí valoramos lo que tenemos.

1.2. *Objetivos*

1.2.1. Objetivo General

Elaborar el estudio de factibilidad para la producción y comercialización del gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Estructurar las bases teóricas y científicas, que permitan sustentar la investigación del proyecto.
- ✓ Realizar un estudio de mercado para establecer el porcentaje de demanda insatisfecha, del Gel antiséptico.
- ✓ Realizar la estructura organizacional de la empresa en creación
- ✓ Elaborar el estudio y análisis financiero de la comercialización y producción del gel antiséptico
- ✓ Analizar los principales impactos social, económico, empresarial que generará la ejecución del proyecto.

1.3. Justificación

Una de las medidas más eficaces para controlar cualquier tipo de pandemias o epidemias es la prevención. Con el presente trabajo investigativo se pretende indicar las ventajas que tiene el usar el tipo de producto que se pretende elaborar, para la comunidad Ibarreña, y de esta manera contribuir a la eliminación o control de este tipo de virus o bacterias que acechan a la buena salud de los ciudadanos, y que en algunos casos pueden ser mortales.

Tomar buenas decisiones en lo que respecta a mejorar el estilo de vida, es lo mejor que se puede hacer para mantener una vida sana, es una forma de cuidar nuestra salud física y mental.

En la actualidad la gripe A H1N1 es uno de los virus populares por la pandemia que se suscitó en el 2009, y que ha cobrado muchas vidas a nivel mundial, pero el que ya no sea noticia en los medios de comunicación no quiere decir que dejó de ser peligrosa, podemos entrarnos a la página del Ministerio de salud pública de

Imbabura y veremos noticias de actividades que realizan para el control de esta pandemia.

La pretensión del proyecto es crear un producto económico para la ciudadanía, y que el producto esté al alcance de la economía Ibarreña, y al mismo tiempo genere fuentes de trabajo para la región, con la visión de mejorar, mediante el esfuerzo continuo y motivación de los que conformen la microempresa, que se pretende crear, ya que nuestro mejor capital será el humano y se debe valorarlo y capacitarlo, para obtener los mejores logros en producción y rentabilidad.

Un beneficio adicional personal sería el ganar experiencia en la formación de una micro empresa la cual espero no sea la primera y sirva como punto de partida para crear una nueva línea de productos, o incluso otro tipo de empresa, las limitaciones según los grandes empresarios no están en el capital con el que se comience, si no en las ideas que se genere.

La materia prima que se utiliza para la elaboración del gel se la consigue fácilmente en cualquier local de venta de productos químicos de los cuales tenemos en Ibarra como Chemlake, Proquim, Casa Liva, pero con el fin de abaratar costos según el número de pedidos que alcancemos, se podrá conseguir, de la ciudad de Quito a menor precio.

1.4. Descripción y Alcance del Proyecto

El proyecto consiste en el estudio y evaluación de factibilidad para la creación de la empresa encargada de la producción y comercialización del “Gel Antiséptico”, el producto que se pretende brindar se lo realizará mediante una alianza estratégica entre la parte técnica que lo supervisará una Bioquímica Farmacéutica y la parte administrativa, que la realizará el autor de la presente obra.

La realización de un estudio de mercado, tanto de la oferta, como de la demanda, nos permitirá determinar la demanda insatisfecha existente del producto y a la vez, tener determinado los antecedentes de la cuantía para el flujo de caja.

El establecimiento de las bases teóricas y científicas nos servirá como modelo de referencia para el desarrollo y sustento del proyecto basándonos en toda la bibliografía disponible como son normas, leyes, libros, e Internet.

Se realizará las propuestas del proyecto mediante un estudio de factibilidad en donde estableceremos nuestras metas, propósitos y estrategias a seguir y principalmente el financiamiento adecuado, para cumplir con los objetivos que la empresa se proponga.

Se elaborará también un estudio económico financiero con la inversión inicial del proyecto y con las ventas, costos y gastos proyectados que éste demande, para determinar si el proyecto es rentable y observar las posibilidades de crecimiento de la empresa y el tiempo de recuperación de la inversión.

Al final de la investigación realizada, se determinará los principales impactos que se presentarán con la implantación del negocio, en la parte social, económico, empresarial, las mismas que se determinarán en carácter positivo o negativo.

C A P Í T U L O 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1. *¿Qué son los microorganismos?*

Según Microsoft Encarta 2009 (2008) dice: “**Microorganismo, también llamado microbio, ser vivo que, debido a su pequeño tamaño, solo se puede observar utilizando microscopios ópticos o electrónicos.**”

Según Diccionario de la lengua española edición electrónica (1995) dice: “**De micro- y organismo. Microbio nombre genérico que designa los seres organizados sólo visibles al microscopio, como bacterias, infusorios, levaduras, etc.**”

Se podría decir que son seres vivos diminutos que viven en nuestro entorno y que en algunos casos son los responsables de varias enfermedades microbianas que aquejan a los seres humanos.

La ciencia que estudia los micro organismos es la Microbiología los microbios tienen múltiples formas y tamaños. Si un virus tuviera el tamaño de una pelota de tenis, una bacteria sería del tamaño de media cancha de tenis y una célula eucariota sería como un estadio entero de fútbol.

2.2. *Definiciones de virus*

Según Microsoft Encarta 2009 (2008) dice: “**Virus (en latín, ‘veneno’), entidades orgánicas compuestas tan sólo de material genético, rodeado por una envuelta o envoltura protectora.**”

Según Diccionario de la lengua española edición electrónica (1995) dice: “**Virus es el organismo de estructura más sencilla que se conoce. Es capaz de reproducirse en el seno de células vivas específicas, siendo sus componentes esenciales ácidos nucleicos y proteínas.**”

Entidad orgánica u organismo que necesita de una célula para poder reproducirse, muchos biólogos no lo consideran como un ser vivo.

2.3. *La gripe A H1N1*

Wikipedia menciona: “La gripe A (H1N1) surgida en 2009, es una pandemia causada por una variante del *Influenzavirus A* de origen porcino (subtipo H1N1), conocido oficialmente por la Organización Mundial de la Salud como Virus H1N1/09 Pandémico. Esta nueva cepa viral es conocida como *gripe porcina* (nombre dado inicialmente), *gripe norteamericana* (propuesto por la Organización Mundial de la Salud Animal) y *nueva gripe* (propuesto por la Unión Europea), nombres que han sido objeto de diversas controversias. El 30 de abril de 2009 la Organización Mundial de la Salud (OMS) decidió denominarla *gripe A (H1N1)*. Ésta es una descripción del virus: la letra *A* designa la familia de los virus de la gripe humana y de la de algunos animales como cerdos y aves, y las letras *H* y *N* (Hemaglutininas y Neuraminidasas) corresponden a las proteínas de la superficie del virus que lo caracterizan.

El origen de la infección es una variante de la cepa H1N1, con material genético proveniente de una cepa aviaria, dos cepas porcinas y una humana que sufrió una mutación y dio un salto entre especies (o heterocontagio) de los cerdos a los humanos, y contagiándose de persona a persona. Según expertos (como el jefe del Departamento de Microbiología del Hospital Mount Sinai de Toronto, el doctor Donald Low), está por confirmarse la relación entre el virus de la gripe porcina H1N1 y el de los casos confirmados en México.”

La gripe A H1N1 es una enfermedad altamente infecciosa la cual ya ha causado algunas muertes en la ciudad de Ibarra, la última muerte causada a saber por esta enfermedad fue el 23 de mayo un hombre de 46 años de edad fallece en el Hospital San Vicente de Paúl.

Los brotes de esta enfermedad puede presentarse en cualquier momento, pero las épocas en donde la gente es más vulnerable serían en los días lluviosos o fríos.

2.4. *El buen cuidado de la salud*

Las labores de prevención son más efectivas si se toman a nivel colectivo que a nivel individual.

A nivel individual, las medidas de prevención son extremar medidas de higiene: no saludar de beso ni de mano, evitar lugares concurridos (metro, auditorios, escuelas, iglesias, bancos, etc.), usar tapabocas y lavarse las manos constantemente con detergente o desinfectante como el gel antiséptico que se basa en alcohol.

La estrategia de prevención comunitaria requerirá de campañas de comunicación. Intentar elevar a normas sociales las medidas precautorías tendría probablemente más impacto que el realizar simplemente una campaña informativa.

Según los diarios locales la campaña de vacunación de la gripe A H1H1 terminó el 31 de mayo y se logró vacunar a 33.713 personas de un total de más de 400 mil en la provincia de Imbabura.

La poca aceptación de la vacuna, probablemente se debió a los rumores de que era peligrosa para el organismo y que no cumplía con los requerimientos de calidad y que por esa razón había efectos secundarios graves, lo que posteriormente fue desmentido por la Directora de Salud de Imbabura, Ana María Puga.

2.5. *El Gel Antiséptico*

Últimamente, los productos para desinfectar las manos han alcanzado gran popularidad. El gel antiséptico es usado, en muchos casos, como alternativa del agua y el jabón, especialmente cuando no hay acceso a los mismos.

El gel antiséptico está hecho en base de alcohol, proviene de la tecnología hospitalaria, dado que médicos y personal del área de la salud, ha estado usando este método de rápida acción durante años.

2.6. Componentes del Gel Antiséptico, definiciones y funciones

El gel antiséptico esta compuesto principalmente por los ingredientes que se nombran a continuación:

Alcohol etílico

El compuesto químico etanol, conocido como alcohol etílico, es un líquido incoloro e inflamable con un punto de ebullición de 78 °C. Mezclable con agua en cualquier proporción. Su fórmula química es $\text{CH}_3\text{-CH}_2\text{-OH}$, principal producto de las bebidas alcohólicas como el vino (alrededor de un 13%), la cerveza (5%) o licores (hasta un 50%).

Carbopol

El carbopol (también conocido como carbómeros), una matriz compuesta por largas cadenas de moléculas de ácido acrílico con enlaces cruzados a otras sustancias específicas, que ha sido puesto de interés para dispensar medicamentos de manera continua y manteniendo la dosis terapéutica del medicamento. O sea, en vez de tomar 15 pastillas para cumplir el tratamiento, se piensa que el uso del carbopol puede dispensar el medicamento en una dosis continua para que se cumpla el tratamiento equivalente a las 15 pastillas. El carbopol no es el medicamento, es solo el medio de transporte, por razón de su composición. Cuando esta cadena de moléculas se humedecen, se torna en gel, parte del mecanismo de acción que le hace efectivo en dispensar fármacos.

Trietanolamina

La trietanolamina, frecuentemente abreviada como TEA, en el mercado de productos químicos, especialmente, o tratada como trieta es un compuesto químico orgánico que posee la fórmula química $\text{C}_6\text{H}_{15}\text{NO}_3$.

Se presenta como un líquido viscoso (aunque cuando es impuro puede presentarse como un sólido, dependiendo de la temperatura), sin impurezas, de color amarillo pálido, y volátil, totalmente soluble en agua y mezclable con la mayoría de los solventes orgánicos oxigenados. Posee un olor amoniacal suave.

Este producto químico se utiliza como ingrediente para balancear la acidez en preparaciones cosméticas, de higiene y en productos de limpieza.

Propilenoglicol

El propilenoglicol —con frecuencia incorrectamente llamado "propilenglicol"— conocido también por el nombre sistemático propano-1,2-diol, es un compuesto orgánico, usualmente insípido, inodoro, e incoloro líquido aceitoso claro, compuesto que atrae agua en forma de vapor o líquido de su ambiente y mezclable con agua, acetona, y cloroformo. Se utiliza como humectante en productos farmacéuticos, Cosmética, alimentos y tabaco. Su fórmula química es $C_3H_8O_2$.

Glicerina

El propanotriol, glicerol o glicerina es un alcohol formado por tres moléculas su fórmula química es $C_3H_8O_3$, la glicerina en el gel antiséptico aumenta su detergencia, da blancura a la piel, y la suaviza, proviene de grasas y aceites naturales.

Agua destilada

El agua destilada es aquella cuya composición se basa en la unidad de moléculas de H_2O . Es aquella a la que se le han eliminado las impurezas e iones mediante destilación. La destilación es un método en desuso para la producción de agua pura a nivel industrial. Esta consiste en separar los componentes líquidos de una mezcla.

2.7. *Formulación del Gel Antiséptico*

EQUIPOS:

Probeta

Vasos

Balanza

Agitador

Frascos plásticos

MATERIA PRIMA:

Carbopol

Trietanolamina

Propilenglicol

Glicerina

Alcohol etílico

Agua destilada cs

Formular y fabricar 100g de un gel desinfectante para manos, con la siguiente formulación:

Carbopol	0,50%
Trietanolamina	0,30%
Propilenglicol	2%
Alcohol etílico	70,00%
Glicerina	0,30%
Agua destilada cs	26,88%

CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS DEL PRODUCTO

Aspecto: Homogéneo, sin grumos

Olor: agradable

SUGERENCIA

Adicionar poco a poco la trietanolamina hasta darle la viscosidad deseada.

PROCEDIMIENTO DE MANUFACTURA:

Pesar y medir los componentes de la formulación

Dispersar el carbopol en agua destilada

Adicionar poco a poco la Trietanolamina

Sobre el gel adicionar el propilenglicol y el alcohol

Adicionar perfume

CONTROL DE CALIDAD

Organolépticos; Color, olor, aspecto

Físicos: pH, prueba de la acción del gel al friccionar en la manos.

Microsoft Encarta 2009 dice: **“organoléptico. Dicho de una propiedad de un cuerpo: Que se puede percibir por los sentidos.”**

2.8. La empresa

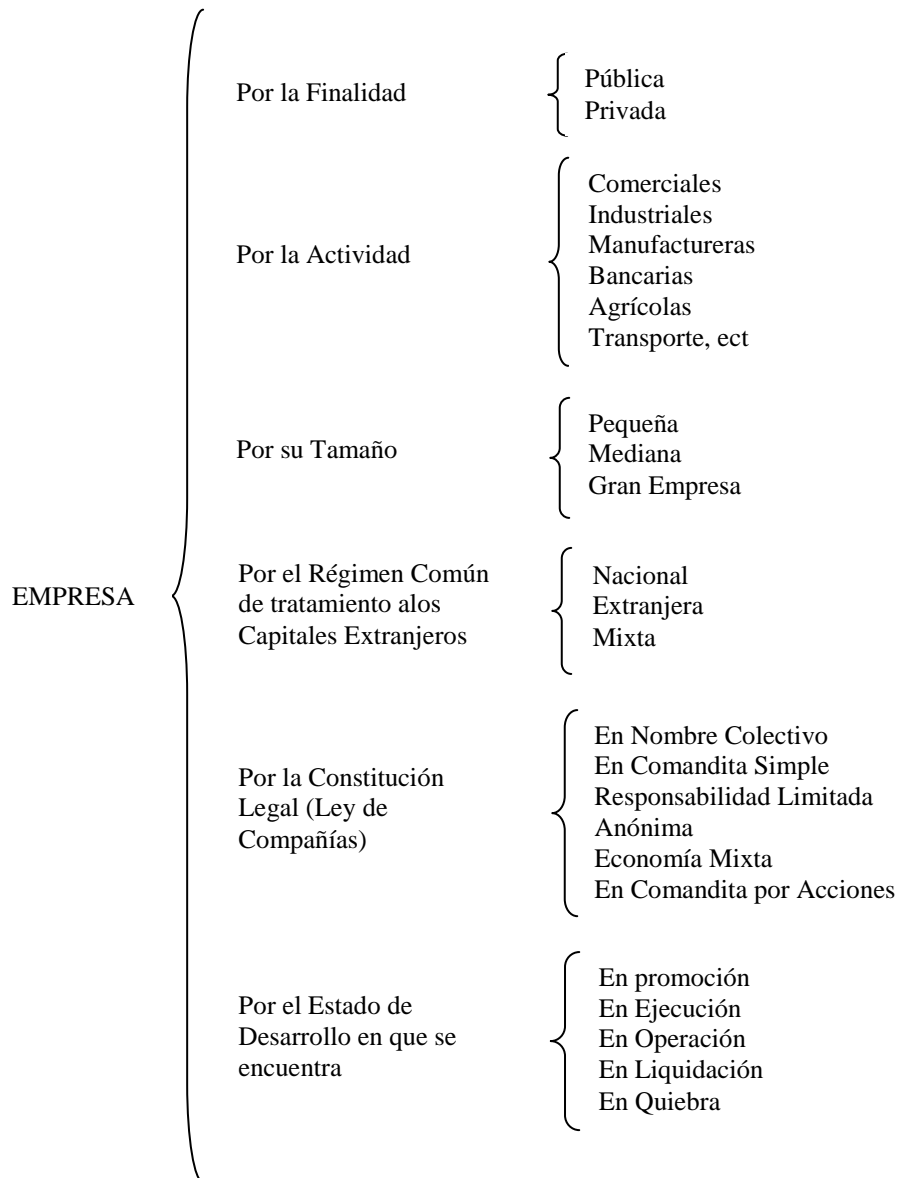
Pedro Zapata (1996) Pag. 1 dice: **“La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que al ser vendidos producirán un valor marginal conocido como utilidad”.**

Manuel Chilibingua (2007) Pag 1 dice: **“Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”.**

Podríamos expresar que empresa es un ente económico que mediante el trabajo conjunto y mejoramiento continuo del producto ofrece bienes de calidad y a un precio razonable, con el objeto de obtener una utilidad económica.

2.8.1. Clases de empresas

La empresa es clasificada de varias maneras por algunos autores, pero aquí les presentaré una manera general de clasificarlas y de acuerdo a nuestro medio según el Ing. Manuel Chiliquinga (2007), pag 1, nos presenta el siguiente cuadro.



2.8.2. La Microempresa

Luis Torres Rodríguez (2008), Pag 6, Creación y Formalización de la Microempresa civil dice: “Es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 20 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

Según Jhon H. Magill y otros (2005), Microempresas y microfinanzas en el Ecuador, pag 6 dice: “Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.”

La microempresa en el Ecuador es la organización que nos brinda la posibilidad de obtener libertad financiera, mediante un trabajo disciplinado y un esfuerzo conjunto de los que la integren.

2.8.3. Requisitos generales de constitución de la empresa

Los requisitos generales para la creación de una microempresa depende del tipo de empresa que se quiera conformar si se quiere conformar una empresa de hecho sin ninguna solemnidad se necesitaría:

El Registro Único de Contribuyentes

Patente Municipal

Permiso Sanitario

2.9. Organización de la Empresa

Idalberto Chiavenato (2000), Administración de recursos humanos, pag 7 dice: **“Una Organización es un sistema de actividades consciente, coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella”.**

Wikipedia dice: **“Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. También se definen como un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.”**

La empresa es dependiente de su organización para el logro de las metas propuestas, siempre habrá problemas y el éxito de la empresa depende de la unidad organizacional, y de las capacidades de sus miembros.

2.10. Sistema del proceso de producción del Gel antiséptico

2.10.1. Definición del producto

Philip Kotler , Dirección de Marketing, Análisis, Planificación, Gestión y Control dice: **“Todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o deseo”.**

Wikipedia dice: **“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad”.**

El producto es la imagen de la empresa, la cual es ofrecida al cliente y se espera satisfacer sus expectativas, brindándole un beneficio y calidad.

2.10.2. Materia Prima

Wikipedia dice: “Se conocen como materias primas a los materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo”.

Diccionario de bolsa expresa: “Producto no elaborado que se incorpora en la primera fase del proceso de producción para su posterior transformación”.

Definiríamos a la materia prima como el elemento que se incorpora al producto final.

2.10.3. Proceso de producción

CD EDICIONES DIDÁCTICA MULTIMEDIA, Contabilidad de Costos, Capítulo 4, Apartado 2 manifiesta: “Definimos el proceso como aquella función planeada o conjunto de operaciones que mediante la utilización de cierta tecnología o simplemente determinada estructura, consigue transformar unas entradas (materias primas) en salidas (productos finales)”.

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/> dice “Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor”.

Consiste en la descripción del conjunto de actividades necesarias para la obtención de bienes o servicios, de tal manera que este bien especificado los elementos de entrada(materias primas) y con una secuencia estructurada de acciones se obtenga los elementos de salida (productos finales).

2.10.4. Costos

CD EDICIONES DIDÁCTICA MULTIMEDIA, Contabilidad de Costos, Capítulo 4, Apartado 2, expresa: **“Se entiende por costo la medida y valoración del consumo realizado o previsto por la aflicción racional de los factores, para la obtención de un producto, trabajo o servicio”**.

Carlos M. Gimenez (1995), Costos para Empresarios, pag 12, manifiesta: **“El costo, en sentido lato, está representado por la suma de los esfuerzos, expresados cuantitativamente, que es necesario realizar para lograr una cosa”**.

Se podría decir que costo es lo que le cuesta al empresario, sea en tiempo o dinero producir un bien o servicio.

2.10.5. Gastos

Robert F. Meigs, (2000), Contabilidad: La base para decisiones Gerenciales pag 93 dice: **“Los gastos son costos de los bienes y servicios utilizados en el proceso de obtención de ingreso”**.

Bernard Hargadon (1998), Principios de Contabilidad, menciona pag 40, manifiesta: **“gastos (o egresos) son los desembolsos (disminuciones de activos) que la empresa debe hacer para ayudar a crear la renta”**.

Los gastos son la salida o consumo de activos para la obtención de una renta o utilidad.

2.10.6. Precio

Wikipedia dice: **“Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, etc”**.

German Arboleda Vélez, Proyectos Formulación, Evaluación y Control, pag 53 manifiesta: **“El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”**.

CD EDICIONES DIDÁCTICA MULTIMEDIA, Contabilidad de Costos, Capítulo 4, Apartado 2, dice: **“Se entiende por precio la expresión monetaria dada a un producto o servicio según el valor asignado por el mercado o por el cálculo expresado en términos de oportunidad del valor de un trabajo realizado por la propia empresa en un determinado tiempo”**.

Es el valor monetario que se le otorga a un determinado bien o servicio ofrecido en el mercado.

2.10.7. Mercado

Philip Kotler , Dirección de Marketing, Análisis, Planificación, Gestión y Control (1993) dice: **“Un mercado es un conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor”**.

Monchon y Beker (2008), Economía Principios y Aplicaciones, pag 45, expresa, manifiesta: **“Por mercado se entiende la institución social (que corresponde o no un lugar físico) en la cual los bienes y servicios, como así también los factores, se intercambian libre y voluntariamente”**.

Se comprende por mercado el lugar donde se realizan transacciones de negocios entre compradores y vendedores.

2.10.8. Oferta

Carlos E. Rodríguez (2009), Diccionario de Economía, pag 35 dice: **“Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de**

adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización“.

Wikipedia dice: “En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento”.

Alberto C. Sigales (2003), La naturaleza de la riqueza, pag 128 manifiesta: “Son los diferentes bienes que el productor a puesto en venta. Generalmente están directamente relacionados con las necesidades actuales del benefactor”.

Se entiende como la cantidad de bienes y servicios que el productor pone a disposición de los compradores.

2.10.9. Demanda

Carlos E. Rodríguez (2009), Diccionario de Economía, pag 94 dice: “Está constituida por todas las cantidades que los productores de determinado bien o servicio están dispuestos a ofrecer a cada nivel de precio”.

Alberto C. Sigales (2003), La naturaleza de la riqueza, pag 128 manifiesta: “Demanda no es más que las necesidades, gustos o caprichos que tiene el benefactor y que aún no se han satisfecho”.

Se entiende a la demanda como las necesidades o deseos por bienes o servicios que tiene el consumidor que espera satisfacer.

2.10.10. Canales de Distribución

Gabriel Baca Urbina (2006), Evaluación de proyectos, pag 59, expresa: “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información”.

German Arboleda Velez, Proyectos Formulación, Evaluación y Control(2001), pag 56 manifiesta: **“La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”**.

Un canal de distribución es la forma por la cual el productor o fabricante pone a disposición del consumidor sus productos para que los adquiera.

2.10.11.Evaluación Financiera

German Arboleda Velez, Proyectos Formulación, Evaluación y Control (2001), pag 339 manifiesta: **“Define desde el punto de vista de un inversionista, si los ingresos que recibe son superiores a los ingresos que aporta. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir y emplea precios del mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y de financiación y los ingresos que genera el proyecto”**.

César Aching Guzmán, Matemáticas Financieras para la toma de decisiones Empresariales (2006), pag 61, dice: **“La evaluación financiera de proyectos consiste en la aplicación de algunos indicadores de conveniencia económica al flujo de caja estimado de un negocio”**.

La evaluación financiera es proceso mediante el cual definida la inversión inicial los ingresos, los costos, los beneficios futuros se determina la rentabilidad del proyecto en la etapa de operación.

2.10.12.Punto de equilibrio

Gabriel Baca Urbina (2006), Evaluación de proyectos, pag 180, dice: **“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”**.

German Arboleda Velez, Proyectos Formulación, Evaluación y Control (2001), pag 339, manifiesta: **“El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad”**.

Es el volumen de ventas que se requiere para que los ingresos totales cubran los costos totales, teóricamente en este punto la empresa no registraría pérdida y tampoco utilidades, hay muchos que consideran al punto de equilibrio como un indicador financiero, pero hay que tomar en cuenta que este no considera el valor del dinero, en el tiempo.

2.10.13. Valor actual neto

Gabriel Baca Urbina (2006), Evaluación de proyectos, pag 221, dice: **“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”**.

César Aching Guzmán, Matemáticas Financieras para la toma de decisiones Empresariales (2006), expresa: **“El VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios deducida la inversión. Actualiza a una determinada tasa de descuento i los flujos futuros. Este indicador permite seleccionar la mejor alternativa de inversión entre grupos de alternativas mutuamente excluyentes”**.

El valor actual neto o valor presente neto es igual a la sumatoria de los ingresos a una tasa de interés i , menos la inversión inicial. Su interpretación es muy sencilla si el VAN es mayor que cero el proyecto es aceptable, si el VAN es igual a cero es indiferente y si el VAN es menor a cero no es rentable.

2.10.14. Tasa interna de retorno

Gabriel Baca Urbina (2006), Evaluación de proyectos, pag 224, dice: **“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”**

FONCREI (2000), Manual para la Formulación y Evaluación de Proyectos, pag 40, expresa: **“La tasa interna de retorno (TIR) se define como aquella tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, equilibra o nivela sus valores al presente”**.

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con ingresos y egresos en periodos regulares.

En la evaluación de proyectos de inversión cuando la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de descuento se acepta el proyecto en caso contrario debe ser descartado.

2.10.15. Relación beneficio costo

German Arboleda Velez, *Proyectos Formulación, Evaluación y Control* (2001), pag 357 nos dice: **“La relación beneficio – costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés i ”.**

Carlos E. Rodríguez, *Diccionario de Economía, Etimológico, Conceptual y Procedimental* (2009), dice: **“ABC (Análisis Beneficio – Costo) Análisis económico básico para la toma de decisiones, realizado a partir de una matriz o secuencia lógica de asignar y ordenar valores positivos y negativos de un proyecto; implica la comparación de los beneficios (como sinónimo de ingresos) y los costos de dicho proyecto, el cual puede consistir en la producción de un bien, provisión de un servicio, construcción de conocimiento, etc.**

Será en principio viable todo proyecto cuyo saldo sea positivo”.

A este método algunos libros lo consideran como complementario al método de valor actual o valor presente.

La relación beneficio costo se lo realiza calculando todos los beneficios (ingresos) calculados al valor actual sobre todos los costos igualmente calculados al valor actual.

Esto nos quiere decir que si la relación de estos dos rubros es mayor a uno el proyecto se justifica desde un punto de vista financiero, si es igual a uno es indiferente y si es menor a uno no es aconsejable.

2.10.16. Periodo de recuperación

Escorsa y Valls (1998), Tecnología e innovación en la empresa, Dirección y Gestión, pag 130, expresa: **“denominado también payback, paycash, payout, o payoff es el tiempo en que se tarda en recuperar la inversión inicial”**.

FONCREI (2000), Manual para la Formulación y Evaluación de Proyectos, pag 40, manifiesta: **“En su versión más simple, el período de recuperación mide el número de años que tomaría a los beneficios, sin descontar (flujos de caja netos positivos), el repagar la inversión”**.

El período de recuperación se lo entendería como el número de años requerido para recuperar la inversión mediante el cálculo de flujo de efectivo positivo de la inversión sea igual el flujo de efectivo negativo de la inversión una vez iniciado el proyecto.

2.10.17. Análisis de sensibilidad

Gabriel Baca Urbina (2006), Evaluación de proyectos, pag 235, dice: **“Se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto”**.

Moyer, McGuigan y Kretlow (2000), Administración financiera contemporánea, pag 410, dice: **“Procedimiento que se emplea para evaluar el cambio en algún objetivo, como el valor neto presente, ante cambios en una variable que influye en tal objetivo, como el precio del producto, uno de los elementos del flujo de efectivo”**.

El análisis de sensibilidad es un método en el que se realiza cambios en las variables fundamentales del proyecto y posteriormente se observan variaciones en el VPN y la TIR, lo cual permitirá tomar la decisión más razonable.

C A P Í T U L O 3

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. *Planteamiento del problema de investigación*

Contrarrestar por medio de la prevención los virus, bacterias y fauna microbiana que causan enfermedades contagiosas en el organismo, de la población Ibarreña.

3.2. *Objetivos de la investigación*

Uno de los principales objetivos de la investigación es la obtención de información que nos ayude a:

- ✓ Determinar la oferta y la demanda del mercado.
- ✓ Definir si existe demanda insatisfecha en el mercado.
- ✓ Tomar decisiones para la anticipación de la evolución del mercado
- ✓ Establecer el precio apropiado del gel antiséptico y poder competir.
- ✓ Definir el tamaño indicado de la microempresa según la demanda insatisfecha
- ✓ Determinar los canales de distribución apropiados para el buen funcionamiento de la microempresa.

3.3. *Identificación de los productos y/o servicios*

3.3.1. Características

Nuestro gel antibacterial es un producto el cual varía su viscosidad dependiendo de la temperatura, compuesto principalmente de agua y alcohol el cual es utilizado para tratamientos higiénicos. El gel está elaborado para reducir la resequedad,

irritabilidad y alergias que puedan ser ocasionadas por el uso prolongado del producto.

Figura Nro. 1
Foto del producto



3.3.2. Productos o servicios sustitutos

Como producto sustituto tendríamos el agua y el jabón, pero el gel antiséptico se puede utilizar solo, o como un producto complementario al agua y el jabón, el agua y el jabón no elimina totalmente los microorganismos y el gel antiséptico sí los elimina por estar hecho a base de alcohol.

3.3.3. Normativa Sanitaria técnica y comercial

Normativas Sanitarias

Para la elaboración del gel antiséptico necesitamos obtener:

Permiso sanitario y

Registro sanitario según los art. 134 y 137 de la Ley Orgánica de Salud.

Según la siguiente página web

http://www.msp.gov.ec/dps/imbabura/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=40 del Ministerio de Salud Pública de la Dirección Provincial

de Salud de Imbabura se solicita los siguientes requisitos para el funcionamiento:

- ✓ Solicitud valorada
- ✓ Planilla de Inspección.
- ✓ Permiso del CONSEP (en caso de comercialización de psicotrópicos)
- ✓ Título del profesional responsable (Bioquímico farmacéutico – Técnico Dental-Veterinario-copia)
- ✓ Carnet actualizado del profesional responsable (copia)
- ✓ Listado de productos con número de Registro Sanitario
- ✓ Copia de carnets de Salud Ocupacionales
- ✓ Copia de la Cédula del propietario.
- ✓ Copia del RUC del establecimiento.
- ✓ Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Papeleta de Votación

Norma técnica

Buenas prácticas de manufactura para elaboración de productos higiénicos (industrias grandes).

Normativa Ecuatoriana para plantas elaboradoras de productos higiénicos (industrias grandes)

Técnicas para la elaboración del gel

Norma INEN para la elaboración de productos higiénicos (industrias grandes)

Mejoramiento en el desempeño del servicio, en la satisfacción del cliente, en la productividad, la eficiencia y la reducción de costos.

Norma Comercial

La microempresa se la piensa construir como empresa civil para lo cual se necesita:

Llenar el estatuto de constitución y

Legalizarlo ante un juez de lo civil o notario público

Y para su funcionamiento necesitaremos:

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) y

La Patente Municipal.

3.4. Consumidor del producto

El producto está dirigido o tiene como mercado objetivo los negocios de la ciudad de Ibarra.

3.5. Estructura del mercado

3.5.1. Monopolio

El monopolio es aquel mercado en el que existe un solo oferente que tiene plena capacidad para determinar el precio.

En Ibarra, no se daría este tipo de competencia, porque existen varios distribuidores de gel antiséptico, la mayoría son de Quito, con marcas reconocidas como Doctor Clean, Protex, Sani, Kimberly

3.5.2. Oligopolio

Corresponde a situaciones en que unos pocos competidores se encuentran en un mismo mercado.

Como en el caso anterior tampoco habría un oligopolio ya que existen competidores tanto de Quito como de Ibarra, los principales distribuidores de nuestra ciudad son PRODISPRO y Carlos Arias.

3.5.3. Competencia perfecta

Es la situación en la cual se encuentran en el mercado una gran cantidad de oferentes del mismo producto o servicio.

Hablar de competencia perfecta sería algo teórico pero puede encajarse mejor aquí la competencia que tendríamos, debido que, a saber no hay empresas que se dediquen específicamente a la realización de este producto, o los productores que existan no están llegando eficientemente al mercado al cual nos enfocamos.

3.6. Investigación

3.6.1. Segmentación

Segmentación geográfica

La investigación de mercado se realizará en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra.

Para la identificación de la segmentación del mercado del presente proyecto he tomado como mercado objetivo o mis posibles clientes a los negocios de la ciudad de Ibarra y determinar quiénes tienen la necesidad del uso del producto a ofertarse.

Figura Nro. 2
Cantón Ibarra



Segmentación demográfica

El producto será dirigido a, los negocios de la ciudad de Ibarra quienes considero son los consumidores potenciales especialmente, hoteles, restaurantes, clínicas, hospitales.

3.6.2. Población o Universo

La población total de negocios que existen en la ciudad de Ibarra es de 5846 según la municipalidad de Ibarra dato pedido en el mes de julio del 2010. El número de negocios de la parroquia Guayaquil de Alpachaca se incluyó dentro de la parroquia San Francisco la distribución de los negocios se indica en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro 1
Población de análisis

PAROQUIAS	CANTIDAD	%
CARANQUI	101	1,7
SAN ANTONIO	279	4,8
SAGRARIO	970	16,6
SAN FRANCISCO	4347	74,3
PIORATO	99	1,7
ALPACHACA	50	0,9
TOTAL	5846	100

Fuente: Municipio de Ibarra.

Elaborado por: Mauricio Benavides

3.6.3. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fue definida en base a la siguiente fórmula:

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

A continuación detallaré las variables que componen la fórmula

n = número de elementos de la muestra

Z = Corresponde al nivel de confianza elegido 95% que según la tabla de índices de la curva normal es 1,96

δ^2 = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno p 50% de éxito q 50% de fracaso $p \times q$ 0,25 varianza

N = Número de elementos del universo

e = margen de error permitido 5%

Aplicando la fórmula a la población de empresas como mercado objetivo obtenemos lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (5846)}{(0,05)^2 (5846-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0,25) (5846)}{(0,0025) (5845) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{5614,4984}{15,5729}$$

$$n = 360,53$$

$$n = 361$$

Para realizar el número de encuestas en las diferentes parroquias del cantón Ibarra, se calculó la muestra y se distribuyó porcentualmente en función de la cantidad de individuos.

Cuadro Nro. 2
Población de análisis

PAROQUIAS	CANTIDAD	PORCENTAJE	MUESTRA
CARANQUI	101	2%	6
SAN ANTONIO	279	5%	17
SAGRARIO	970	17%	60
ALPACHA	50	1%	3
SAN FRANCISCO	4347	74%	268
PIORATO	99	2%	6
TOTAL	5846	100%	361

Fuente: Municipio de Ibarra.

Elaborado por: Mauricio Benavides

3.6.4. Metodología de la investigación de campo

Para la investigación de campo se utilizó varios métodos para la obtención de información.

Para la obtención de información primaria se realizó encuestas in situ, a los negocios de la ciudad de Ibarra.

Otro método utilizado fue la observación directa por medio del cual se pudo detectar las necesidades de los consumidores.

Para la recolección de información secundaria se revisó en fuentes externas como informes, libros, revistas, información en Internet.

3.6.5. Diseño del instrumento de investigación

El diseño del instrumento de investigación fue basado principalmente en los objetivos del proyecto del gel antiséptico, se realizó una encuesta cuidando de que el estudio realizado durante el levantamiento de la información de la encuesta me diera la suficiente información sobre las 4 P (producto, plaza, promoción, precio).

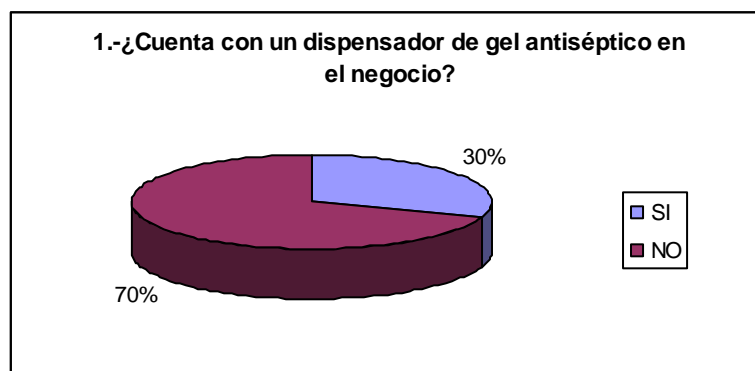
3.6.6. Levantamiento de la investigación

Se realizó la sectorización de las parroquias urbanas del cantón Ibarra, identificando los sectores que poseen mayor y menor cantidad de negocios, y como se verificó la alta concentración de negocios en las parroquias San Francisco y El Sagrario, se realizó 4 encuestas en cada una de las cuadras, en los sectores que poseen menos negocios, se aplicó dos encuestas, en el resto de los sectores una o dos encuestas por cada cuadra dependiendo de la cantidad de negocios existentes.

3.6.7. Tabulación y procesamiento de la información

1.- ¿Cuenta con un dispensador de gel antiséptico en el negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	109	30,2
NO	252	69,8
TOTAL	361	100



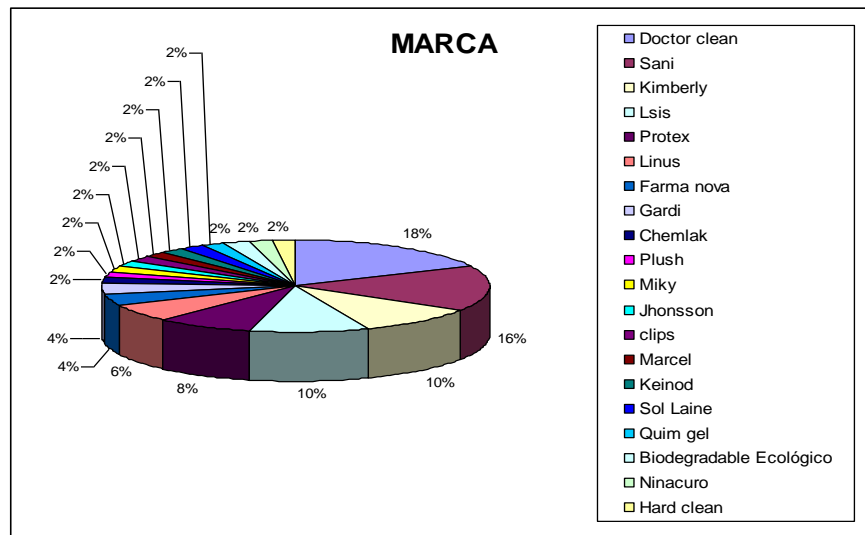
ANÁLISIS

Los datos obtenidos de la investigación de mercado para la producción y comercialización de gel antiséptico, en la zona urbana, de la ciudad de Ibarra, son los siguientes:

De los 5846 negocios existentes, en la ciudad de Ibarra, el 70% de los encuestados que representan a 4092 negocios, manifiestan que no cuentan con un dispensador de gel antiséptico en sus locales y el 30% que representa a 1754 negocios, expresan que cuentan con un dispensador de gel antibacterial en su local.

MARCAS

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Doctor Clean	9	18,0
Sani	8	16,0
Kimberly	5	10,0
Lsis	5	10,0
Protex	4	8,0
Linus	3	6,0
Farma nova	2	4,0
Gardi	2	4,0
Chemlak	1	2,0
Plush	1	2,0
Miky	1	2,0
Jhonsson	1	2,0
Clips	1	2,0
Marcel	1	2,0
Keinod	1	2,0
Sol Laine	1	2,0
Quim gel	1	2,0
Biodegradable Ecológico	1	2,0
Ninacuro	1	2,0
Hard clean	1	2,0
TOTAL	50	100

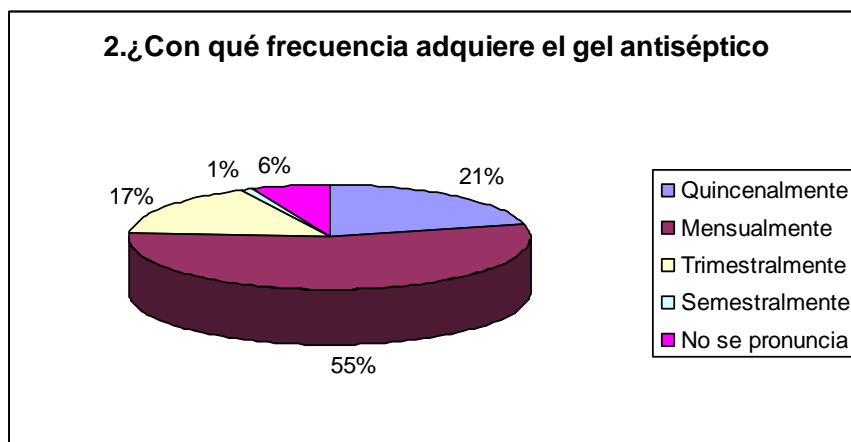


ANÁLISIS

De los 5846 locales comerciales existentes, en la ciudad de Ibarra, el 18% de los negocios que representan 1052, utilizan gel antiséptico de marca Doctor Clean, el 16% que son 935 negocios usan la marca Sani, seguido con un empate técnico del 10% de las marcas Kimberly y Lsis que representan a 585 negocios cada uno, un 8% utilizan la marca Protex, que representa a 468 locales y con porcentajes bajo un 6%, las marcas como Linus, Farma Nova, Gardi, Plush, entre otras.

2. ¿Con qué frecuencia adquiere el gel antiséptico?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Quincenalmente	23	21,1
Mensualmente	60	55,0
Trimestralmente	18	16,5
Semestralmente	1	0,9
No se pronuncia	7	6,4
TOTAL	109	100

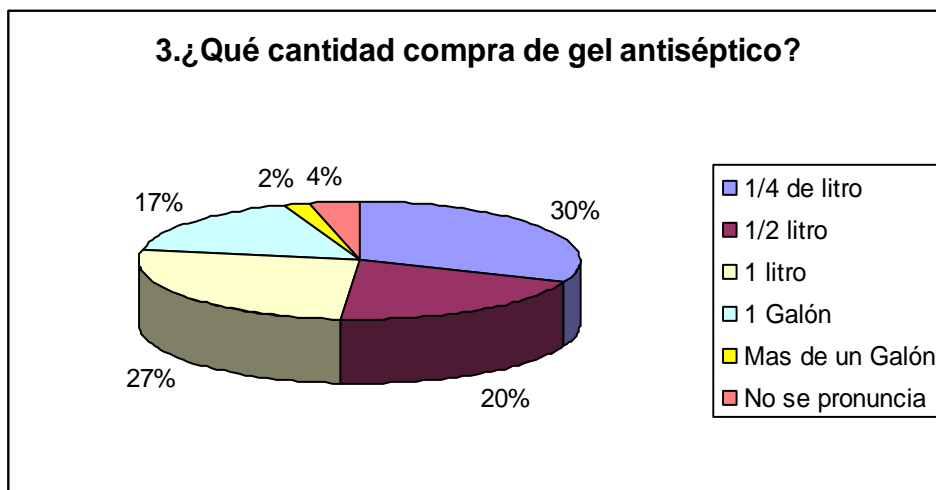


ANÁLISIS

Un 55% de los negocios encuestados que representan a 965 de las 1754 empresas que compran gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra, manifiestan que adquieren mensualmente, para el uso en sus locales comerciales, un 21% que significa 368 negocios adquieren gel antiséptico quincenalmente, seguido por un 17% que se dicen adquirir el gel de forma trimestral, esto representa a 298 negocios, un 6% de la población encuestada, no se pronuncian.

3. ¿Qué cantidad compra de gel antiséptico?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1/4 de litro	34	31,2
1/2 litro	22	20,2
1 litro	29	26,6
1 Galón	18	16,5
Mas de un Galón	2	1,8
No se pronuncia	4	3,7
TOTAL	109	100

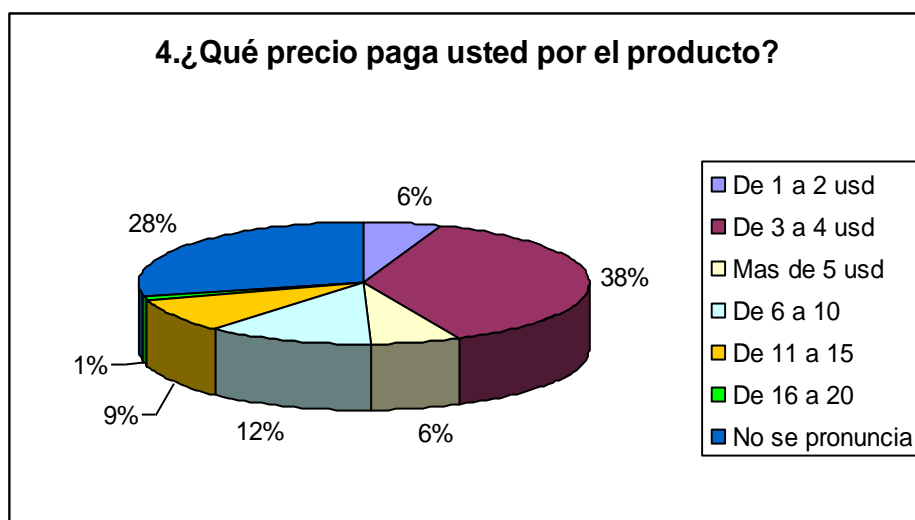


ANÁLISIS

Un 30% de los negocios encuestados que representan 526 de las 1754 empresas que compran gel, en la ciudad de Ibarra, manifiestan que compran ¼ de litro de gel antiséptico, el 27 % de los negocios que son 474 adquieren 1 litro de gel, un 20% adquieren ½ litro de gel antiséptico que representan 351 negocios y un 17% compran un galón de gel antiséptico que representan 298 negocios, el 4% que representa 70 negocios no se pronuncian y un 2% adquieren más de un galón.

4. ¿Qué precio paga usted por el producto?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 usd	6	5,5
De 3 a 4 usd	41	37,6
Mas de 5 usd	7	6,4
De 6 a 10	13	11,9
De 11 a 15	10	9,2
De 16 a 20	1	0,9
No se pronuncia	31	28,4
TOTAL	109	100

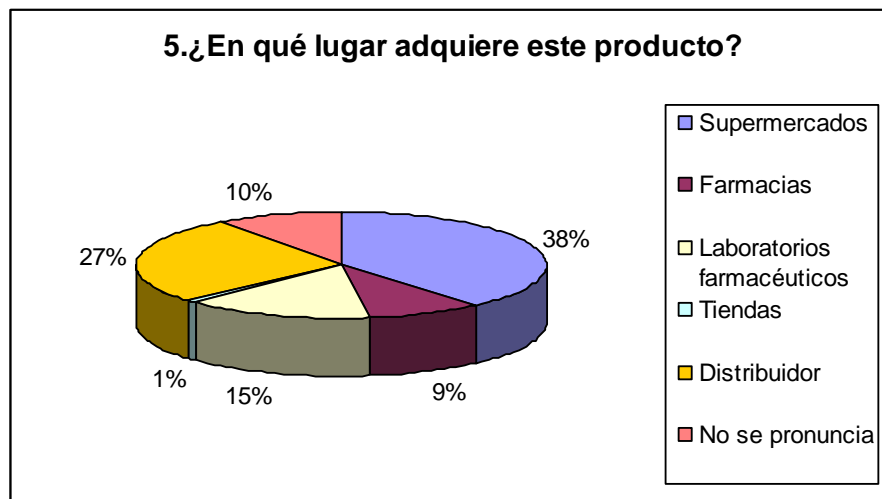


ANÁLISIS

De los 1754 locales comerciales que comprarían gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra, el 38% de los negocios que representan 667 pagan de 3 a 4 dólares por el gel antiséptico que adquieren, un 28% de los encuestados que representan a 491 no se pronuncian, el 12% que son 210 negocios pagan de 6 a 10 dólares por el gel antiséptico, el 9% que es 158 negocios compran el gel de 11 a 15 dólares, con un empate técnico del 6% se encuentran las opciones de 1 a 2 dólares y más de 5 dólares, esto representa a 105 compradores respectivamente y un 1% pagan de 16 a 20 dólares, por el gel antiséptico.

5. ¿En qué lugar adquiere este producto?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	42	38,5
Farmacias	10	9,2
Laboratorios farmacéuticos	16	14,7
Tiendas	1	0,9
Distribuidor	29	26,6
No se pronuncia	11	10,1
TOTAL	109	100

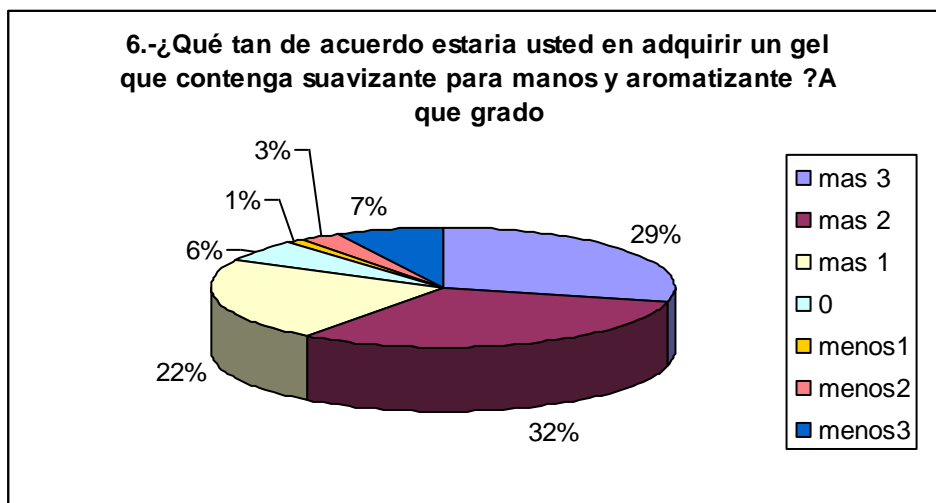


ANÁLISIS

Un 38% de los negocios encuestados que representan 667 de las 1754 empresas existentes, en la ciudad de Ibarra, manifiestan que adquieren el gel antiséptico en supermercados, un 27 % que es 473 negocios lo adquieren por medio de distribuidores directos, el 15% que representan 263 negocios compran el gel antiséptico en laboratorios Farmacéuticos, el 10% de encuestados que representan a 175 no se pronuncian, el 9% compran en Farmacias estos representan a 157 negocios y un 1% lo adquieren en tiendas.

6.- ¿Qué tan de acuerdo estaría usted en adquirir un gel que contenga suavizante para manos y aromatizante? A qué grado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
más 3	104	28,8
más 2	113	31,3
más 1	81	22,4
0	21	5,8
menos1	5	1,4
menos2	10	2,8
menos3	27	7,5
TOTAL	361	100

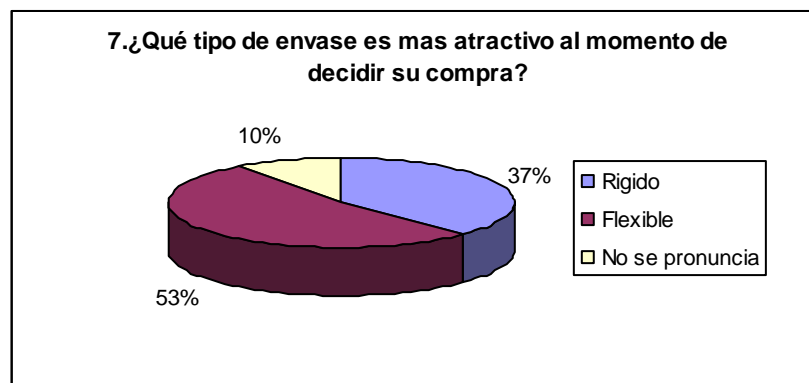


ANÁLISIS

De los 5846 locales comerciales existentes, en la ciudad de Ibarra, el 32% de los negocios que representan 1871 dicen que están medianamente de acuerdo en adquirir un gel que contenga suavizante para manos y aromatizante, el 29% que son 1695 negocios se encuentran muy de acuerdo en adquirir el gel, un 22% que representan 1286 negocios están de acuerdo en adquirir el gel, el 7% se pronuncia que se encuentra muy en desacuerdo en adquirir el gel que contenga suavizante para manos y aromatizante lo cual representarían 409 negocios y un 6 % que representa 351 negocios dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en adquirir esta clase de producto.

7. ¿Qué tipo de envase es más atractivo al momento de decidir su compra?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Rígido	135	37,4
Flexible	190	52,6
No se pronuncia	36	10,0
TOTAL	361	100

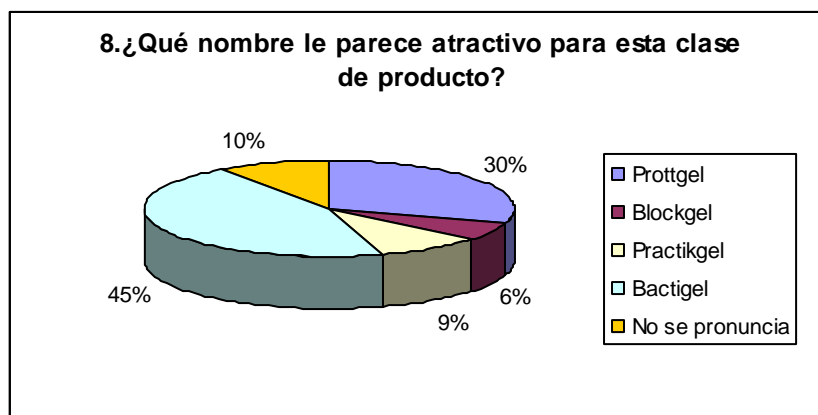


ANÁLISIS

Un 53% de los negocios encuestados que representan a 3098 de los 5846 negocios existentes, en la ciudad de Ibarra, manifiestan que el envase más atractivo al momento de decidir la compra es un flexible, un 37% que son 2163 negocios dicen que un envase rígido es por el que más se inclinan, al momento de decidir su compra, en esta clase de productos y un 10% de los encuestados que representan a 585 no se pronuncian.

8. ¿Qué nombre le parece atractivo para esta clase de producto?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Prottgel	108	29,9
Blockgel	22	6,1
Practikgel	33	9,1
Bactigel	162	44,9
No se pronuncia	36	10,0
TOTAL	361	100

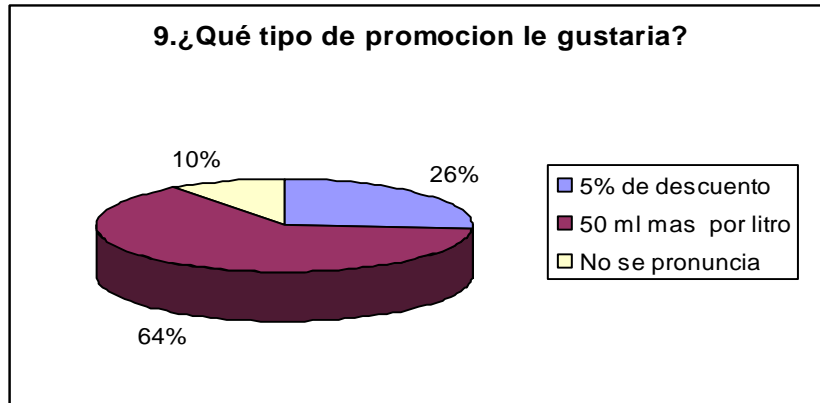


ANÁLISIS

Un 45% de los negocios encuestados que representan a 2631 de los 5846 negocios existentes, en la ciudad de Ibarra, manifiestan que el nombre más llamativo es el de Bactigel, un 30% que son 1754 negocios les pareció atractivo el nombre Prottgel, el 10% que representan 585 negocios no se pronuncian, el 9% que representan 526 encuestados les agradó el nombre de Praktikgel y a un 6% les gustó el nombre Blockgel lo cual representa 350 negocios.

9. ¿Qué tipo de promoción le gustaría?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
5% de descuento	94	26,0
50 ml más por litro	231	64,0
No se pronuncia	36	10,0
TOTAL	361	100

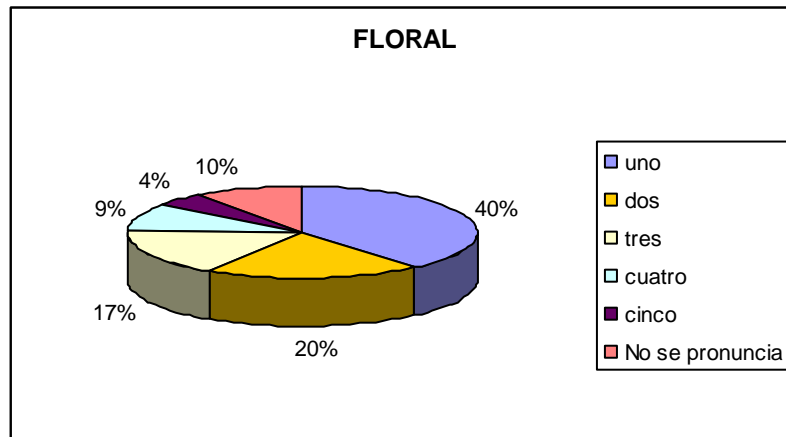


ANÁLISIS

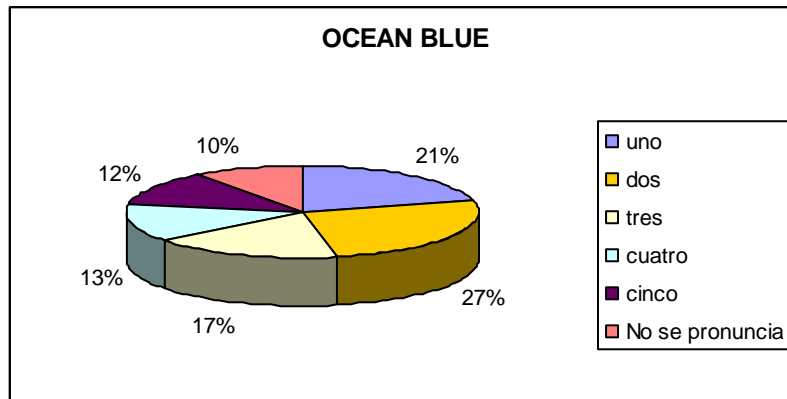
De los 5846 locales comerciales, existentes, en la ciudad de Ibarra, el 64% de los negocios que representan 3741 dicen que la promoción que le gustaría es la de 50ml más por un litro y un 26 % que sería 1520 manifiestan que les gustaría el 5% de descuento por la compra del gel y tan solo un 10% de los encuestados que representan a 585 negocios no se pronuncian.

10. ¿Cuál de los siguientes aromas es más agradable para usted? Califique del 1 a 5

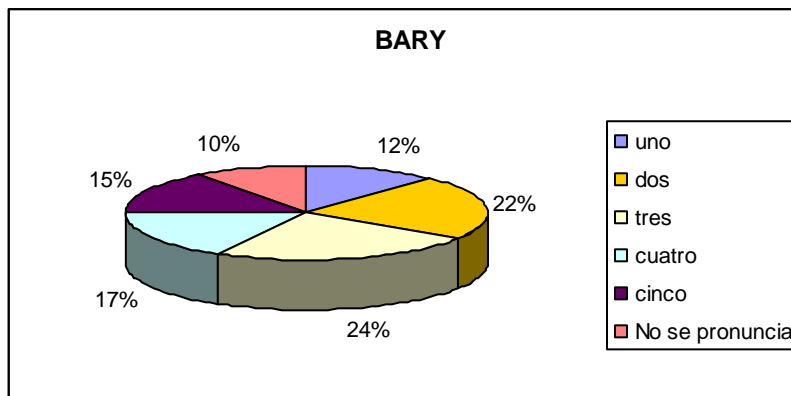
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Floral		
Uno	140	38,8
Dos	73	20,2
Tres	61	16,9
Cuatro	34	9,4
Cinco	16	4,4
No se pronuncia	37	10,2
TOTAL	361	100



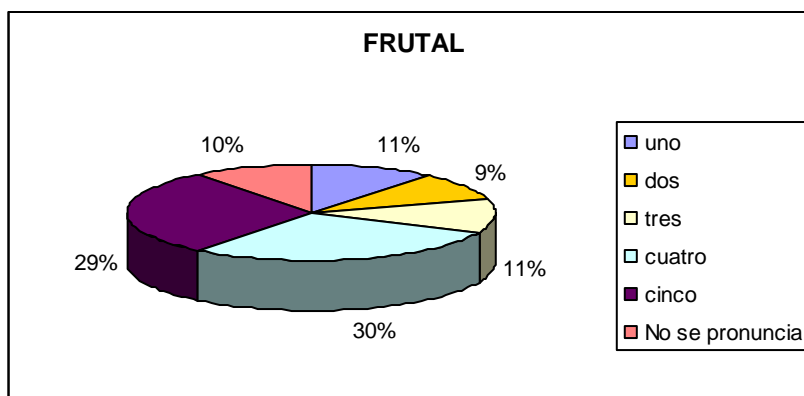
Ocean blue		
Uno	76	21,1
Dos	93	25,8
Tres	63	17,5
Cuatro	48	13,3
Cinco	44	12,2
No se pronuncia	37	10,2
TOTAL	361	100



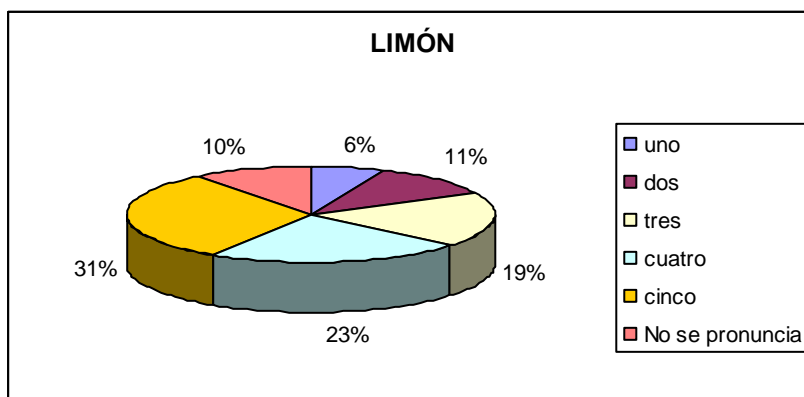
Bary		
Uno	43	11,9
Dos	80	22,2
Tres	87	24,1
Cuatro	61	16,9
Cinco	53	14,7
No se pronuncia	37	10,2
TOTAL	361	100



Frutal		
Uno	40	11,1
Dos	34	9,4
Tres	40	11,1
Cuatro	105	29,1
Cinco	105	29,1
No se pronuncia	37	10,2
TOTAL	361	100



Limón		
Uno	23	6,4
Dos	40	11,1
Tres	68	18,8
Cuatro	82	22,7
Cinco	111	30,7
No se pronuncia	37	10,2
TOTAL	361	100



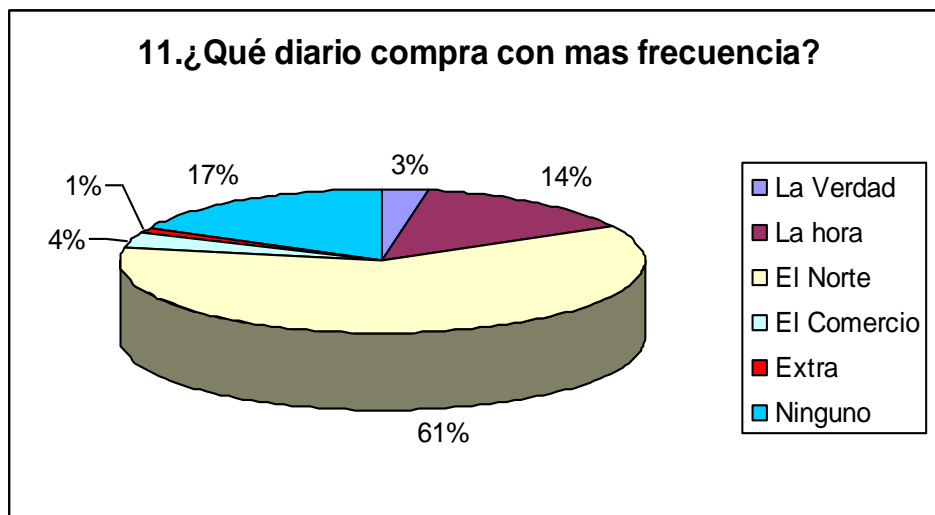
ANÁLISIS

Para esta pregunta realicé un análisis global de los aromas y tenemos la siguiente información:

De los 5846 locales comerciales existentes, en la ciudad de Ibarra, el aroma que mayor acogida tiene es Floral con un 40% de acogida en el mercado que representa a 2338 locales, seguidamente del aroma Ocean Blue con un 27% que representa a 1578 negocios y en tercer lugar el aroma Bary con un 24% que representa a 1403 locales, los dos aromas restantes que son Frutal y Limón tiene un porcentaje bajo de aceptación para ser el aroma de su preferencia.

11. ¿Qué diario compra con más frecuencia?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Verdad	10	2,8
La hora	51	14,1
El Norte	220	60,9
El Comercio	13	3,6
Extra	5	1,4
Ninguno	62	17,2
TOTAL	361	100

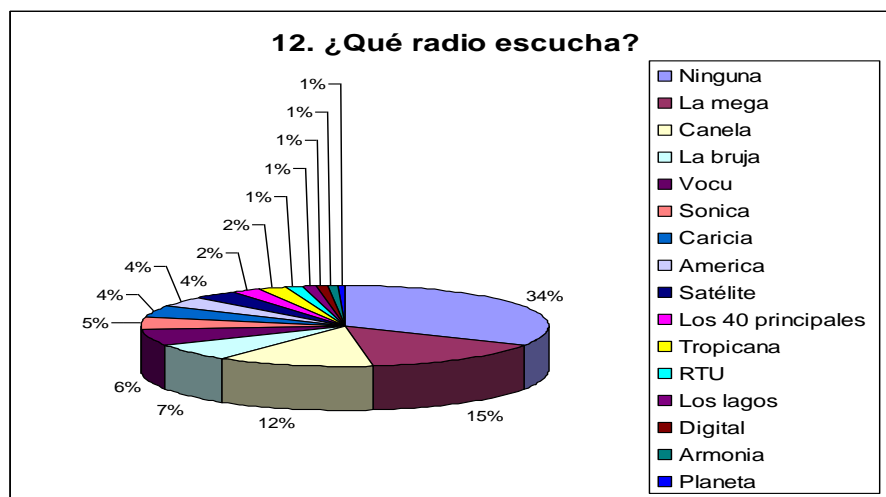


ANÁLISIS

De los 5846 locales comerciales existentes en la ciudad de Ibarra el 61% de los negocios que representan 3566 compran con más frecuencia el diario El Norte, un 17% que son 994 negocios no adquieren ningún diario, el 14% que son 818 negocios compran el diario La Hora y con porcentajes inferiores al 4% están Diarios como El Comercio, La Verdad y el Extra.

12. ¿Qué radio escucha?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	117	32,4
La mega	54	15,0
Canela	44	12,2
La bruja	25	6,9
Vocu	23	6,4
Sonica	18	5,0
Caricia	16	4,4
América	14	3,9
Satélite	13	3,6
Los 40 principales	8	2,2
Tropicana	8	2,2
RTU	5	1,4
Los lagos	4	1,1
Digital	3	0,8
Armonía	3	0,8
Planeta	2	0,6
Activa	1	0,3
Sonorama	2	0,6
Mágica	1	0,3
TOTAL	361	100



ANÁLISIS

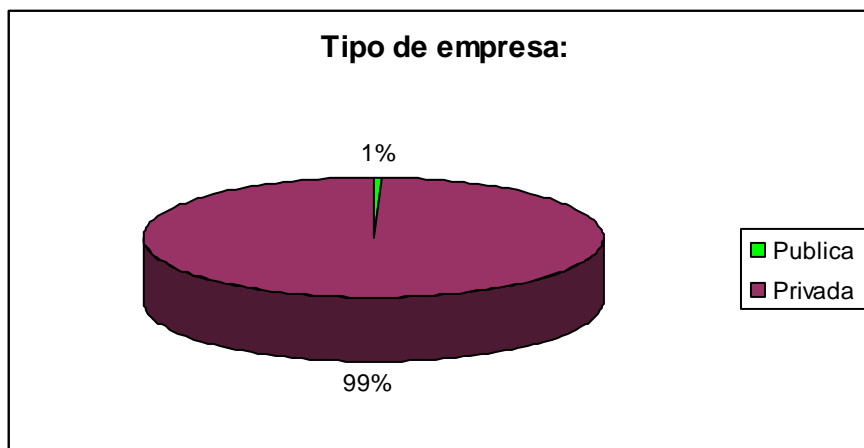
Un 33% de los negocios encuestados que representan a 1929 de los 5846 negocios que existen, en la Ciudad de Ibarra, expresan que no escuchan ninguna radio, el 15% que son 877 negocios escuchan con más frecuencia la radio La Mega ,12%

dice que escucha la radio Canela que representan 702 negocios, seguidos con un empate técnico de un 7% y 6% las radios La Bruja y Vocu que representan 409 y 351 negocios respectivamente, con porcentajes inferiores al 5% se encuentran radios como: Sónica, Caricia, América, satélite, Los 40 Principales, RTU, Los Lagos, Digital, Armonía y Planeta.

DATO TÉCNICO

Tipo de empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pública	2	0,6
Privada	359	99,4
TOTAL	361	100



ANÁLISIS

El 99% por ciento de la información fue levantada en el sector público lo cual representa 5788 negocios de 5846 empresas existentes en la ciudad de Ibarra y tan solo el 1% se levantó información, en el sector Público.

3.7. *Análisis de la demanda*

La demanda del producto que ofrecerá la nueva microempresa, en la ciudad de Ibarra, especialmente a los negocios de este sector, según la investigación realizada, el uso del gel antiséptico es destinado a los empleados de los negocios, no es para beneficio de los clientes.

Esta investigación se levantó casi en su totalidad a empresas Privadas debido a que en las públicas existía mucha demora para brindar información y se manifestó que ellos adquieren dependiendo de las fechas de asignación del presupuesto y compran para todo el año.

3.7.1. Factores que afectan la demanda

Crecimiento empresarial

El ecuatoriano es un ser emprendedor y el ibarreño no es excepción; como se demostrará en el cuadro siguiente se tiene una tasa de crecimiento empresarial en la ciudad de Ibarra del 17,85%, lo cual significa que la demanda de gel antiséptico, aumentará.

Precio esperado

Este es un factor muy importante y especialmente para los negocios que esperan abaratar sus costos de operación, por tal motivo brindaremos nuestro producto con todas las ventajas y beneficios que tiene a precio bastante competitivo.

Precio de Productos Sustitutos

Un producto sustituto podría ser el jabón, pero este no tiene la capacidad para eliminar la totalidad de la flora bacteriana, estos dos productos jabón y gel, pueden complementarse, pero el gel tiene la ventaja de que puede utilizarse sin agua.

Hábitos de consumo

Actualmente los dueños de los negocios utilizan el gel antiséptico para el uso de sus trabajadores, pero en el proceso de la venta del producto esperamos cambiar esa visión y hacerle notar que también debe estar dirigido al cliente de su negocio

como un valor agregado a la atención que le preste, especialmente si estos son locales en los cuales se consume productos alimenticios.

Nivel de ingresos de la empresa

El precio del producto no es muy alto, con un dosificador adecuado se obtendrá la cantidad justa para que frote sus manos y entre los dedos y así permitir el control del consumo del gel.

3.7.2. Comportamiento Histórico de la demanda

Por la insuficiencia de datos para determinar una demanda historia del gel antiséptico, se realiza un análisis de la tasa de crecimiento de los negocios, en la ciudad de Ibarra, por ser el mercado objetivo del proyecto.

**Cuadro Nro. 3
Comportamiento Histórico de la demanda**

Años	Número de Negocios	$i = (C_n / C_o) - 1$
2004	2.370	
2005	2.721	0,14810127
2006	3.181	0,16905549
2007	3.883	0,22068532
2008	4.637	0,19417976
2009	5.382	<u>0,16066422</u>
	$\sum i =$	0,89268606
	$n =$	5
	$\sum i/n =$	0,17853721
		$i = 17,85\%$

Fuente: Municipio de Ibarra.
Elaborado por: Mauricio Benavides

$$i = (C_n / C_o) - 1$$

De donde

C_n = número de negocios en el año n

C_o = número de negocios en el año inicial

i = tasa de crecimiento anual

n = número de años transcurridos

3.7.3. Demanda actual

Según los resultados obtenidos en las encuestas, actualmente hasta el mes de julio del 2010, se tendría 3566 posibles consumidores de gel antiséptico, estos potenciales compradores consumirían en promedio 1,25 litros mensuales y a un precio promedio, de 3,45 dólares, el litro.

3.7.4. Proyección de la demanda

Estableceremos la proyección de la demanda, mediante la tasa de crecimiento de los negocios de la ciudad de Ibarra, y lo proyectaremos en base a la demanda actual.

Cuadro Nro. 4
Proyección de la demanda

AÑOS	Negocios que desean Gel Antiséptico $C_n = C_o(1+0,1785)^n$
2010	3.566
2011	4.203
2012	4.953
2013	5.837
2014	6.879
2015	8.106

Fuente: Municipio de Ibarra.

Elaborado por: Mauricio Benavides

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

De donde

C_n = número de negocios en el año n

C_o = número de negocios iniciales (año base conocido)

$i = 0,1785$ (tasa de crecimiento demostrado en cuadro anterior)

n = número de años transcurridos entre el año base y el que se va a calcular

3.8. *Análisis de la oferta*

3.8.1. Factores que la afectan la oferta

Crecimiento empresarial

A mayor cantidad de negocios que se dediquen a ofertar productos químicos, estos tienen que ser de mejor calidad.

Precios de los insumos

La economía ecuatoriana es estable y la variación de los precios es baja, y los precios de los insumos para la elaboración de gel se espera que no sufran cambios significativos.

Tecnología

Implementando tecnología habrá mayor ahorro en costos, y de manera paralela una mayor oferta del producto.

Precio Esperado

Nuestro precio será competitivo sin menoscabar las ventajas que tiene cualquier otro gel y con la ventaja competitiva de que podemos producir un gel, de acuerdo con las especificaciones que desee el cliente.

3.8.2. Comportamiento Histórico de la oferta

Según datos obtenidos por el municipio de Ibarra se tendría de cinco o seis negocios que elaboran productos químicos en la ciudad de Ibarra, pero estos no se dedican exclusivamente al gel antiséptico.

En esta zona urbana tenemos dos principales distribuidores de gel antiséptico, Carlos Arias y PRODISPRO

3.8.3. Oferta actual

El número de negocios que están siendo atendidos actualmente por la competencia según la investigación de mercado realizado en Ibarra son 1754 y que el consumo del producto se lo realiza en su mayoría con una frecuencia promedio al mes de 1,25 litros a un precio promedio de 3,45.

Los precios varían según las marcas, por lo que hay que determinar los costos, para poder determinar un precio competitivo.

3.8.4. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta me basé en los datos obtenidos de información primaria y luego a cada año se multiplico la tasa de crecimiento de las empresas.

Cuadro Nro. 5
Proyección de la oferta

AÑOS PROYECTADOS	Negocios que Compran Gel Antiséptico Cn= Co(1+0,1785)ⁿ
2010	1754
2011	2067
2012	2436
2013	2871
2014	3383
2015	3987

Fuente: Municipio de Ibarra.
Elaborado por: Mauricio Benavides

3.9. Proyección de la demanda insatisfecha

Cuadro Nro. 6
Proyección de la demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA PRODUCTORES	DEMANDA NEGOCIOS	SUREÁVIT/DÉFICIT
2010	1.754	3.566	(1.812)
2011	2.067	4.203	(2.136)
2012	2.436	4.953	(2.517)
2013	2.871	5.837	(2.966)
2014	3.383	6.879	(3.496)
2015	3.987	8.106	(4.119)

Fuente: Información Directa. Referencia: Litros
Elaborado por: Mauricio Benavides

3.10. Conclusiones

Mediante la investigación de mercado sobre el nivel de aceptación que tienen los propietarios de negocios, acerca de la producción y distribución de gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra, se ha podido determinar que existe demanda insatisfecha del producto.

Hay muchos dueños de negocios que manifestaban que comprarían el producto siempre y cuando el producto les sea entregado en su negocio, para lo cual, habría que diseñar un plan logístico de ventas para su distribución.

En relación al precio del producto, éste varía mucho dependiendo de la marca del mismo, por lo que hay que establecer los costos y determinar un valor que sea competitivo y rentable.

Las principales competencias para este producto vienen de empresas de la ciudad de Quito y por marcas reconocidas como Doctor Clean, Protex, Sani, Kimberly, debido a que, en la ciudad de Ibarra, no hay empresas que se dediquen específicamente a realizar este producto, dos de los principales distribuidores de este producto, tanto para el uso, como para la comercialización es PRODISPRO y Carlos Arias.

El tipo de envase que manifiestan tendría más acogida, sería el flexible debido a que es más fácil manejar, en todo caso sobre la preferencia en cuanto a envase se podría crear las dos clases de envases ya que la diferencia porcentual no es tan grande la una de la otra.

La promoción que más le gustaría al consumidor es la mayor cantidad de producto.

Se tuvo como resultados que los tres principales aromas que desearían son 1º Floral, 2º Ocean Blue y 3º Bary, los dos aromas restantes, no tienen mucha acogida, debido a que su aroma es demasiado fuerte.

Para la publicidad, el principal diario que adquieren los locales comerciales es EL NORTE, con una diferencia muy grande con respecto a los otros dos medios de la localidad y en radios, las de mayor sintonía son: La Mega y Canela.

C A P Í T U L O 4

4. PROPUESTA ESTRATÉGICA

Constituye el plan que agrupa un conjunto de tareas y recursos, para lograr el fin institucional. En el desarrollo de las actividades de la microempresa intervendrá con todos sus componentes: la base filosófica, la misión, visión y las metas a las cuales propone llegar la empresa. La propuesta establece, el conjunto de elementos, que permitirán lograr la visión institucional.

4.1. *La Microempresa*

La microempresa será una organización que persiga un fin económico y comercial, a través de la producción de gel antiséptico “Bactigel”, para satisfacer la demanda y necesidades del público, a través de la innovación permanente. Para maximizar sus utilidades se apoyará en estrategias, objetivos, tácticas y políticas de actuación, lo que garantizará su estabilidad y permanente crecimiento en el mercado.

4.2. *Nombre o razón social*

El nombre de la microempresa será “Químicos Benavides&Rocha” y se constituirá como una sociedad estratégica, conformada por la Bioquímica Farmacéutica Andrea Rocha, que se encargará de la parte técnica-productiva y el autor de la investigación del área administrativa, financiera y comercial.

“Químicos Benavides&Rocha”

4.3. Titularidad de propiedad de la Empresa

4.3.1. Requisitos

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías, cuyo capital total o mayoritario, pertenezcan a una entidad del sector público.

a) El nombre

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado, en las intendencias de compañías.

b) Solicitud de aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

c) Socios y capital

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

d) Capital

Consulta:10/02/2.011 blogs.monografias.com dice: El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e

intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán avaluados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

4.4. Tipo de empresa

“Químicos Benavides&Rocha” será un tipo de empresa industrial, cuya actividad será la producción de químicos. A través del proceso de producción transformará el alcohol etílico, trietanolamina, carbopol, propilenoglicol, agua destilada, glicerina, en el gel antiséptico, que constituirá el principal producto de venta, de la organización.

4.5. Base Filosófica

La base filosófica de la microempresa propone un modelo de mejora continua de la calidad en producto y el mejor servicio al cliente, de acuerdo a las necesidades de la población, y a las capacidades de innovación del talento humano con ímpetu emprendedor. Es posible generar utilidades, comercializando un producto que satisfaga una necesidad sentida de la población como es la prevención de infección nosocomial.

4.5.1. Misión

“Químicos Benavides&Rocha” será una microempresa de producción, comercialización y distribución de gel antiséptico “Bactigel”, buscando satisfacer las necesidades de los dueños de los negocios y clientes, brindando un buen servicio, mediante el trabajo en equipo y mejora continua en los procesos”.

4.5.2. Visión

“Para el año 2014 “Químicos Benavides&Rocha”, será una empresa líder en producción de gel antiséptico “Bactigel, en el Canton Ibarra, y en un plazo de 5 años nuestro gel será uno de los más conocidos, tanto por los dueños de negocios y clientes en general, en la provincia de Imbabura.”

4.5.3. Principios

a) Compromiso social

Debe existir predisposición consciente y responsable del microempresario en el diseño, elaboración y distribución de gel antiséptico, de acuerdo a las necesidades de la población. El compromiso con la sociedad se logrará con el conocimiento de las bondades del producto y la forma de uso, a través de la protección de las manos y de esta forma prevenir la infección nosocomial.

b) Criticidad

Si la microempresa se constituye en el espejo de los consumidores, los propietarios aceptarán las críticas constructivas sobre la calidad de gel antiséptico y calidad del servicio al cliente (Intermediario). La microempresa a través de los medios necesarios, podrá influir en forma constructiva en las personas, en el uso del producto, promocionando una cultura del buen vivir, a través de la protección de las manos y la prevención de la infección nosocomial.

c) Eticidad

Los propietarios y administradores de la microempresa de producción de gel antiséptico, deben guiarse por los valores éticos de honestidad, honradez y

responsabilidad, en la utilización de insumos de calidad para la elaboración del producto, para satisfacer a distribuidores y consumidores finales.

d) Aprendizaje

La microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, será una unidad productiva, en la que propietarios y trabajadores tendrán el deseo permanente de aprender, de innovar la calidad del gel antiséptico y sobre todo, la forma de servir al cliente, se convertirá en una estrategia competitiva.

e) Cultura

El uso de gel antiséptico se repuntó debido a infecciones nosocomial, provocadas por enfermedades, virales como la influenza porcina, que han afectado a la población de Imbabura y el Ecuador en general. Frente a estas enfermedades se ha recomendado a la población extremar precauciones de higiene como: no saludar de beso ni de mano, usar tapabocas, y lavarse las manos constantemente, con detergente o desinfectante, como gel antiséptico o alcohol. En caso de presenciar síntomas de gripe o temperatura elevada, acudir a un hospital, lo antes posible. Se sabe que el virus causante de la gripe porcina no se transmite consumiendo carne de cerdo probablemente infectada, ya que el virus no resiste altas temperaturas como las empleadas para cocinar alimentos. Frente a esta realidad, es importante adoptar una cultura de uso de un producto, que evite la contaminación de enfermedades.

f) Ecologismo

Uno de los objetivos de, “Químicos Benavides&Rocha”, será contribuir con el medio ambiente y promocionar el desarrollo sustentable; conjugando políticas internas propias de la institución, las impartidas por el gobierno central y

gobiernos seccionales, para culturizar a la población, sobre el buen uso de los productos y un adecuado reciclaje de desperdicios.

4.5.4. Valores

a) Honestidad

Directivos y trabajadores de, “Químicos Benavides&Rocha”, serán transparentes y modestos en sus actividades administrativas, productivas y de comercialización. Para la elaboración del gel antiséptico se utilizará materias primas e insumos, en proporciones correctas; se fijará un precio de venta justo, a distribuidores, para que puedan llegar con un precio competitivo a sus clientes.

b) Respeto

Los directivos deben fomentar una convivencia entre, “Químicos Benavides&Rocha”, y el consumidor final, escuchando y satisfaciendo siempre los deseos y necesidades de los clientes.

c) Justicia

La microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, debe tomar decisiones sociales ecuanímes, a través de consenso. Si se produjera una epidemia en Imbabura y en el Ecuador; y tuviera la capacidad de abastecer la demanda de producto que permita paliar la enfermedad, lo hará. De ninguna manera dejará de producir o almacenar el producto, para hacer uso de la subida de precios, por falta de oferta del gel antiséptico, en el mercado.

d) Responsabilidad

Los propietarios de, “Químicos Benavides&Rocha”, deben tener conciencia del alcance de que todo lo que hacen, o dejan de hacer con respecto a la calidad del

gel antiséptico, la calidad del servicio al cliente y los efectos después de uso del producto, es de su exclusiva responsabilidad. Deben tener capacidad para aceptar las consecuencias, de un hecho realizado libre y voluntariamente.

e) Laboriosidad

Los propietarios al desarrollar su actividad productiva, conjugarán esfuerzos para obtener resultados de manera autónoma, o con la ayuda de su equipo de trabajo que dispondrá de gran poder de transformación. En la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, trabajará una laboratorista, que ha adquirido los conocimientos y ha perfeccionado su destreza, en elaboración de productos químicos, sintiendo la necesidad de ser parte de un equipo de trabajo, para formar una microempresa y con la ayuda de sus trabajadores, producir gel antiséptico.

f) Solidaridad

Es una expresión de los miembros de la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, respecto a las enfermedades, que pueden desarrollarse en las comunidades de mayor pobreza de la provincia de Imbabura. La organización colaborará con su contingente, en materiales y equipo humano, para paliar las necesidades de la población.

4.6. *La Organización*

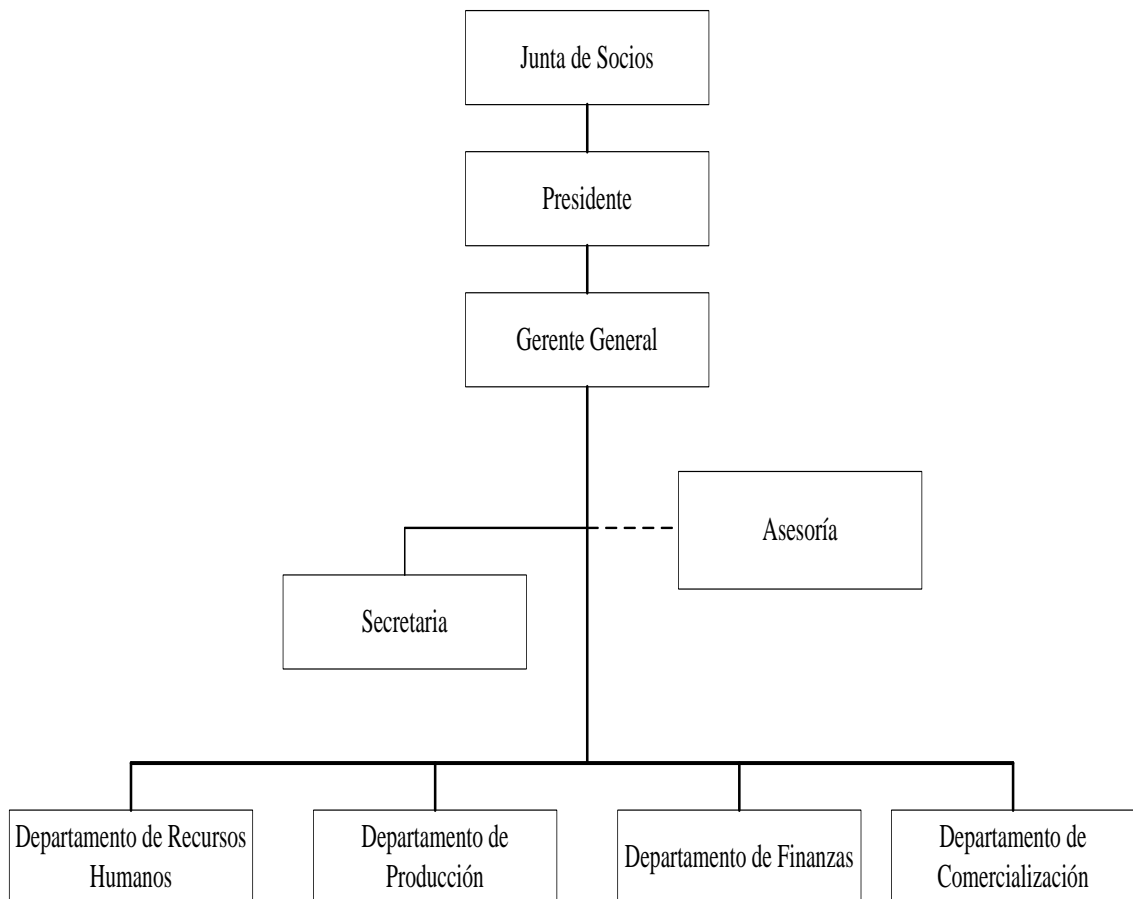
La microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, será una organización con personería jurídica de responsabilidad limitada. El principio de existencia se efectuará en el momento de estar en el Registro Mercantil; la compañía tiene patrimonio, no pertenece a los socios, es inembargable por deudas personales. Estará domiciliada, en la ciudad de Ibarra y estará integrada por dos socios. Esta microempresa dispondrá de áreas de trabajo como: Recursos Humanos, Producción, Finanzas y Comercialización para el desarrollo de sus actividades.

El propósito de esta unidad productiva, será producir gel antiséptico, para contribuir a eliminarr la contaminación de enfermedades virales, de la población de Ibarra.

“Químicos Benavides&Rocha”, será identificada con número de RUC....., e iniciará sus actividades en el año 2012.

4.7. Organigrama Estructural

Figura Nro. 3
Organigrama



Fuente: Estudio de factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”
Elaborado por: Mauricio Benavides

4.8. Descripción de Funciones

4.8.1. De la Junta de Socios

Según Ley de Compañías del Ecuador, en su artículo 116, afirma que "La Junta General, formada por los socios, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general, no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así, en la referida convocatoria". [Consulta 22/04/2011].

Funciones generales

- a) Designar y remover administradores y gerente
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente. En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo

menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

- 1) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

4.8.2. Del Presidente

Objetivo

Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General, de acuerdo al artículo quince de la Ley de Compañías, que rige el gobierno y la administración por la Junta general de socios, el presidente y el gerente.

Funciones generales

- a) Art. 19: Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente, a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación, por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.
- b) Art. 23: Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía, y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario, el gerente o el socio, que en su falta la Junta elija en cada caso.
- c) Art 28: Deberes y atribuciones del presidente de la compañía:
 - Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares, a la junta general de socios;
 - Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
 - Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;
 - Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;
 - Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

- Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

4.8.3. Del Gerente General

Objetivo

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades, de acuerdo a las políticas institucionales establecidas por la Junta General.

Funciones generales

- a) Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico,
- b) También deberán cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.
- c) Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.
- d) Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

4.8.4. Del Asesor Legal

Objetivo

Asesorar a la Junta General y al Gerente de la microempresa en temas exclusivamente de tipo legal, de acuerdo a las necesidades de la institución.

Funciones generales

- a) Redactar y tramitar contratos laborales
- b) Legalizar convenios institucionales
- c) Procesar trámites judiciales
- d) Interpretar disposiciones legales respecto al funcionamiento de empresas (Industriales) químicas.
- e) Entre otras

4.8.5. De la Secretaria

Objetivo

Atender a personal de la empresa, proveedores, distribuidores y público en general, de acuerdo a funciones establecidas.

Funciones generales

- a) Atender en primera instancia a todo el personal que tenga relación con la empresa
- b) Redactar y tramitar oficios, convenios, disposiciones
- c) Procesar solicitudes de compra y de crédito de distribuidores de gel antiséptico.
- d) Procesar la información de proveedores sobre entrega de pedidos y pagos de mercadería.

- e) Orientar a proveedores y distribuidores sobre la forma de iniciar los trámites, plazos y términos de la relación comercial con la microempresa.
- f) Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes sobre los compromisos y demás asuntos de trabajo.

4.8.6. Del Departamento de Recursos Humanos

Objetivo

Alinear las políticas de Recursos Humanos con las estrategias de la microempresa.

Funciones generales

- a) Coordina y dirige el proceso de reclutamiento y selección de personal
- b) Describe las responsabilidades que definen cada puesto de trabajo y las cualidades que debe tener el personal que lo ocupe.
- c) Capacitar y desarrollar programas para el mejoramiento de los conocimientos de los trabajadores.
- d) Evalúa el desempeño del personal, como estrategia de mejoramiento de la productividad.
- e) Brindar ayuda psicológica a los trabajadores en función de mantener la armonía y buscar solución de problemas que se presenten.
- f) Informa sobre las políticas y procedimientos de recursos humanos, mediante memorándums o en forma personal.
- g) Cumplir con la liquidación de sueldos y más beneficios de Ley en tiempo y forma establecidos.
- h) Cumplir con la atención médica y medidas de higiene y seguridad en el trabajo.
- i) Crear una cultura de comunicación y colaborar con otras áreas de la microempresa como gerencia, producción, finanzas y comercialización.
- j) Asegurar un entorno de trabajo saludable para el medioambiente.

4.8.7. Del Departamento de Producción

Objetivo

Describir la actividad productiva de la microempresa como un subsistema empresarial, con entradas (factores de producción) y salidas (producto), y relacionadas entre sí mediante la función de producción.

Funciones generales

- a) Determinar la cantidad a producir de gel antiséptico, considerando la capacidad productiva de la microempresa y su política de stocks.
- b) Calcular y clasificar los principales tipos de costos.
- c) Valorar la importancia de las innovaciones tecnológicas y la implantación generalizada de las nuevas tecnologías.
- d) Mostrar una actitud crítica hacia los principales problemas provocados por la actividad productiva de la microempresa, sobre el medio ambiente y las soluciones prácticas más significativas para tratarlos.
- e) Definir los métodos de trabajo
- f) Realizar la medición del rendimiento de trabajo en función de los recursos.
- g) Planear y distribuir las instalaciones
- h) Definir las políticas de higiene y seguridad industrial
- i) Realizar control de calidad
- j) Diseño de producto
- k) Diseño de empaque
- l) Ingeniería de producto
- m) Ingeniería de planta
- n) Compras y Logística Interna
- o) Llevar un control estadístico de producción e inventarios

4.8.8. Del Departamento de Finanzas

Objetivo

Coordinar la entrega de información contable-financiera al Gerente y la Junta de Socios.

Funciones generales

- a) Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones.
- b) Analizar la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas.
- c) La forma de obtener fondos y de proporcionar el financiamiento de activos que requiere la empresa para elaborar los productos. Esta área representa las decisiones de financiamiento o las decisiones de estructura del capital de la empresa.
- d) Analizar las cuentas específicas e individuales del balance general, con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera, de la microempresa.
- e) Análisis de las cuentas individuales del estado de resultados: ingresos y costos.
- f) Control de costos con relación al valor producido, principalmente, con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos, un precio competitivo y rentable.
- g) Socializar con otras gerencias funcionales, para que la organización opere de manera eficiente. Todas las decisiones de negocios que tengan implicaciones financieras, deberán ser consideradas en las decisiones de negocios de la gerencia general, que afectan al crecimiento de ventas y, consecuentemente, modifican los requerimientos de inversión, por lo tanto se deben considerar sus efectos sobre la disponibilidad de fondos, las políticas de inventarios, recursos, personal, entre otras.

- h) Vinculará a la microempresa con los mercados de dinero y capitales, ya que en ellos es en donde se obtienen los fondos y en donde se negocian los valores de la empresa, siempre con autorización previa del Gerente General.
- i) Procesará información de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la microempresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes, con un alto grado de probabilidad y certeza (Flujo de caja).
- j) Gestionará los aspectos financieros de todas las compras que se realizan en la empresa.
- k) Negociará con clientes, en temas relacionadas con crédito y cobranza de productos (Gel antiséptico).
- l) Optimizará los niveles de inventario para mantener los niveles más óptimos, además de un control completo de bodega, monitoreo y arqueos que aseguren que no existe faltantes.
- m) Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia.
- n) Supervisará el proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, viáticos, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- o) Administrar en forma directa los Bancos (obtención, amortización y renovación de préstamos).
- p) Elaboración de reportes financieros, de ventas y producción para la Gerencia General y Junta de Socios.

4.8.9. Del Departamento de Comercialización

Objetivo

Coordinar las actividades de ventas a través de una adecuada planificación, organización, dirección y control del departamento de comercialización.

Funciones generales

- a) Elaborar planes y presupuestos de ventas, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para ejecutarlos.
- b) Establecer metas y objetivos de crecimiento en ventas de acuerdo a investigaciones de mercados, periódicas.
- c) Conocer la demanda de gel antiséptico y realizar un pronóstico de ventas.
- d) Determinar el tamaño y estructura de compradores (Dueños de negocios), para planificar la distribución, considerando, sobre todo tiempos de entrega y cumplimiento.
- e) Determinar las zonas dónde se va a realizar las entregas de gel, establecer las cuotas de ventas promedio de cada zona y definir el aporte de ingresos colectivo.
- f) La responsabilidad del gerente de comercialización comprende las necesidades relativas al manejo de materiales que intervienen en la elaboración del gel antiséptico, desde el inicio del proceso de producción hasta llegar al consumidor. Esta actividad comprende los costos y métodos de transporte, la localización de los proveedores y los costos de manejo e inventarios.
- g) Realizar evaluaciones de desempeño de la fuerza de ventas de distribución a negocios y distribuidores.
- h) Las estrategias de ventas regulan las relaciones entre productores, distribuidores, detallistas y clientes. Tienen que ver con las condiciones de ventas, calidad del producto, forma de distribución, créditos, cobros y entrega de pedidos.

4.9. Estrategias Empresariales

Constituye el conjunto de orientaciones, metas y medios que se identifican con la finalidad de definir el camino por dónde seguirá la microempresa.

Aquí se establecen las acciones, y tácticas operativas de la microempresa. Estas actividades permitirán integrar el propósito de las áreas de la microempresa y del

personal que labora en ella. Los alcances, limitaciones y prioridades del que hacer empresarial incide en cada uno de ellos.

Para formular la estrategia de la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, implica tres grandes pasos:

4.9.1. Determinar dónde estamos

Si hablamos de estrategias empresariales iniciamos determinado dónde estamos; es decir, con qué elementos contamos en este momento. “Químicos Benavides&Rocha” es una idea proyecto, que está en la fase de elaboración del estudio de factibilidad. Se ha determinado la necesidad de la población del gel antiséptico, a través del estudio de mercado. Se ha procesado la información financiera que ha dado resultados favorables, a través del balance de resultados, balance general, flujos de caja y la evaluación financiera, a través de indicadores como el VAN, TIR, B/C. El personal que laborará en la microempresa tendrá calidez y profesionalismo, para atender a los clientes, en los puestos administrativos, operativos o de apoyo.

Cuadro Nro. 7

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
Talento humano, con conocimientos específicos y técnicos	Mejorar la eficiencia operativa, la productividad, apoyándose en el conocimiento y la tecnología.
Capacidad para aprovechar la tecnología.	Innovar los procesos productivos, a través de la utilización de nuevos métodos.
Capacidad de negociación y distribución	Potencializar la comercialización de gel antiséptico para mejorar el nivel de ventas e ingresos.
Calidad de gel antiséptico	Aprovechar la calidad del gel para posicionar la marca a través de canales de distribución efectivos y una promoción adecuada, acorde a las necesidades del cliente.
Debilidades	Amenazas
Capacidad de la planta	Pérdida de negocios por falta de cobertura
Disponibilidad de tecnología dura (Máquinas y equipos)	Bajo nivel de productividad y de competitividad
Bajo nivel de posicionamiento del producto en el mercado.	Bajo nivel de ingresos y rentabilidad no satisfactoria

Fuente: Estudio de Factibilidad Microempresa “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

4.9.2. Determinar dónde queremos llegar

Una vez que se ha determinado dónde estamos, a través de la misión “Producción de gel antiséptico “Bactigel” de excelente calidad, para por medio de la higiene de las manos, prevenir la infección nosocomial”, luego, corresponde determinar dónde queremos llegar, en nuestra visión, que es “Ser una empresa de producción de gel antiséptico “Bactigel” de calidad competitiva, que contribuya a mejorar la calidad de vida de la gente con la prevención de la infección

nosocomial”. Para lograr este propósito, se apoyará en los valores y objetivos en forma corporativa.

4.9.3. Determinar cómo llegar hasta allí

El cómo se define con un plan estratégico, que contiene un conjunto de componentes, actividades y toma de decisiones de diversa índole, apoyados en los siguientes factores:

Qué productos y servicios ofrecer

- a) **Producto:** Gel antiséptico “Bactigel”
- b) **Servicio:** Esmerada atención al intermediario y al consumidor final.

Qué demanda del mercado satisfacer

Cuadro Nro 8
Demanda insatisfecha periodo 2012-2016

Años	Oferta Productores	Demanda Negocios	Déficit mensual	Déficit anual
2012	1.754	3.566	-1.812	27180
2013	2.067	4.203	-2.136	32040
2014	2.436	4.953	-2.517	37755
2015	2.871	5.837	-2.966	44490
2016	3.383	6.879	-3.496	52440

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mauricio Benavides

La demanda que va a cubrir la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, es el valor de la demanda potencial insatisfecha, 27180 litros de gel antiséptico para

el año 2012, cantidad obtenida por medio de la investigación de mercado, que corresponde al número de negocios que desean ser atendidos para uso del personal; quienes han manifestado que su promedio de consumo es de 1,25 litros mensual, a un precio promedio de USD 3,35, por 1000 gramos.

¿A qué segmento de clientes atender?

El segmento mercado que ha determinado, “Químicos Benavides&Rocha”, para atender, está constituido por los propietarios de negocios de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra; que han manifestado, el interés de comprar el producto, siempre y cuando, sea entregado en sus negocios. Por lo que corresponde, diseñar un plan logístico de ventas, para su distribución.

a) Planeación de demanda

Cuadro Nro 9
Demanda y ventas 2012

27180	%	Q	Precio	Ingresos
Enero	6%	1631	3,35	5457
Febrero	7%	1903		6367
Marzo	8%	2174		7277
Abril	8%	2174		7277
Mayo	8%	2174		7277
Junio	9%	2446		8186
Julio	9%	2446		8186
Agosto	9%	2446		8186
Septiembre	9%	2446		8186
Octubre	9%	2446		8186
Noviembre	9%	2446		8186
Diciembre	9%	2446		8186
Total	100%	27180		90958

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Mauricio Benavides

b) Compras

Cuadro Nro 10
Costo de materias primas 2012

27180	%	Q	Costo	Costo
Enero	6%	1631	0,09	140
Febrero	7%	1903		163
Marzo	8%	2174		187
Abril	8%	2174		187
Mayo	8%	2174		187
Junio	9%	2446		210
Julio	9%	2446		210
Agosto	9%	2446		210
Septiembre	9%	2446		210
Octubre	9%	2446		210
Noviembre	9%	2446		210
Diciembre	9%	2446		210
Total	100%	27180		2332

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mauricio Benavides

c) Producción mensual

Cuadro Nro 11
Producción mes de enero 2012

Enero	1631
1S	408
2S	408
3S	408
4S	408

Fuente: Departamento Producción S=Semana

Elaborado por: Mauricio Benavides

Para el mes de enero se ha previsto producir 1631 botellas de un litro del antiséptico. Por ello, se ha presupuestado producir en cada semana, 408 botellas.

d) Almacenamiento

Cuadro Nro 12

Almacenamiento de gel antiséptico enero 2012

1631	1S	2S	3S	4S
1D	82	82	82	82
2D	82	82	82	82
3D	82	82	82	82
4D	82	82	82	82
5D	82	82	82	82
Total	408	408	408	408

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mauricio Benavides

Para la operación y comercialización de la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, se tiene previsto producir 408, unidades por una semana, con una holgura de una semana, antes de que inicie la fase de comercialización.

e) Distribución y entrega

Cuadro Nro 13

Producción diaria enero 2012

1631	1S	2S	3S	4S
1D	82	82	82	82
2D	82	82	82	82
3D	82	82	82	82
4D	82	82	82	82
5D	82	82	82	82
Total	408	408	408	408

Fuente: Departamento de producción

Elaborado por: Mauricio Benavides

El Gerente de Comercialización y un ayudante, se encargarán de la promoción y comercialización del producto, los mismos que para dar mayor dinámica al proceso, se apoyarán con una camioneta.

f) Aseguramiento de la calidad

Para el aseguramiento de la calidad del gel antiséptico “Bactigel”, se realizará análisis microbiológico, mediciones y comparaciones con productos similares, respecto a la mezcla de insumos para su elaboración. También, se realizará encuestas y entrevistas con el público, para conocer el grado de satisfacción con respecto al uso de productos similares.

¿Qué tecnología utilizar (o desarrollar)?

La tecnología a utilizarse en la operación de la microempresa será:

✓ Tecnología Dura

Las máquinas e instrumentos a utilizar para el proceso de producción de gel antiséptico serán de tecnología media-baja, ya que se realizará, en forma manual y mecánica.

✓ Know How

Para elaboración del producto la tecnología será alta, ya que es un producto químico que debe producirse de acuerdo a las normas de calidad. Por lo que el personal debe tener conocimientos sólidos, sobre los productos químicos y sus porcentajes para lograr una mezcla óptima. La parte administrativa, también contará con personal con conocimientos de alta gerencia y estrategias de comercialización.

¿Qué método de ventas utilizar?

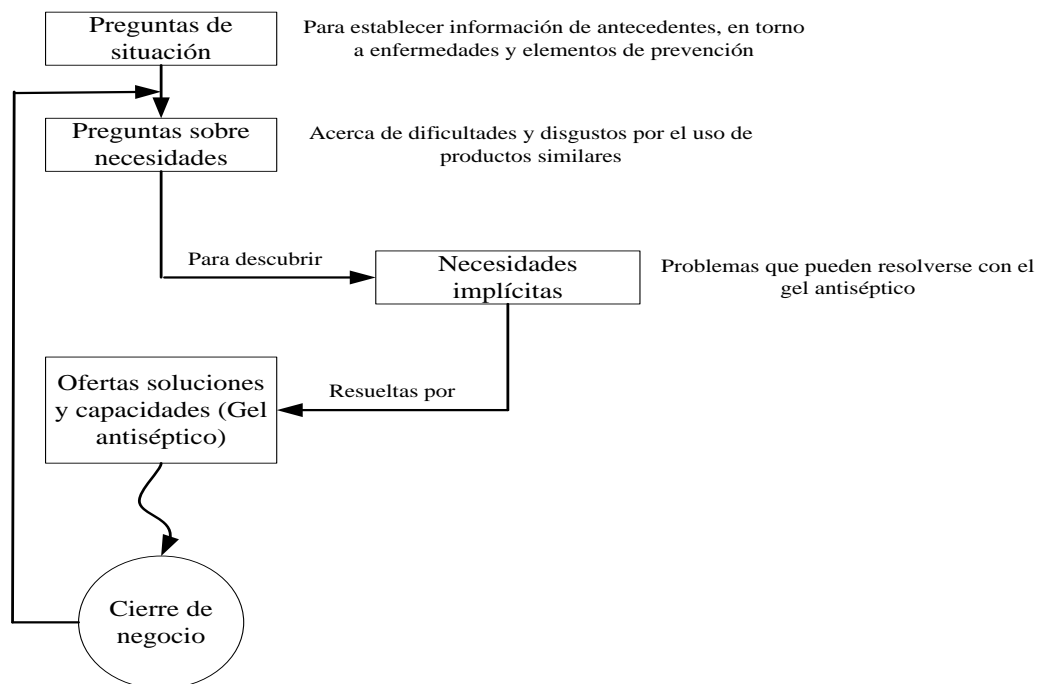
El método a utilizar, será la venta directa para la comercialización del gel antiséptico a consumidores, en modalidad de persona a persona, en sus negocios, en los lugares de trabajo, siempre y cuando, no afecte a los locales permanentes de ventas minoristas.

Para realizar esta actividad el encargado de la comercialización, visitará todos los locales comerciales, de la ciudad de Ibarra. En la fase de demostración de producto y de capacidades utilizará una lámina de gel en las manos para realizar la demostración de la forma de uso. Además de las políticas de precios y descuentos

por volumen de compra, para negocios minoristas, para lo que se apoyará en catálogos y lista de precios.

El proceso de venta se apegará al siguiente modelo. Al abordar el vendedor al futuro cliente, corresponderá dar el saludo inicial y mediante preguntas de situación, establecer la información de antecedentes sobre las enfermedades y la contribución del gel antiséptico, como medio de prevención; luego, le corresponderá hacer preguntas sobre las necesidades, respecto a las dificultades y disgustos con relación a otros productos similares, calidad de servicio al cliente, precios, descuentos, formas de distribución; y sobre los beneficios del uso del producto para resolver los problemas de la población, finalmente, se hará las ofertas soluciones y capacidades del producto y el cierre del negocio correspondiente.

Figura Nro 4
Proceso de venta directa de gel antiséptico



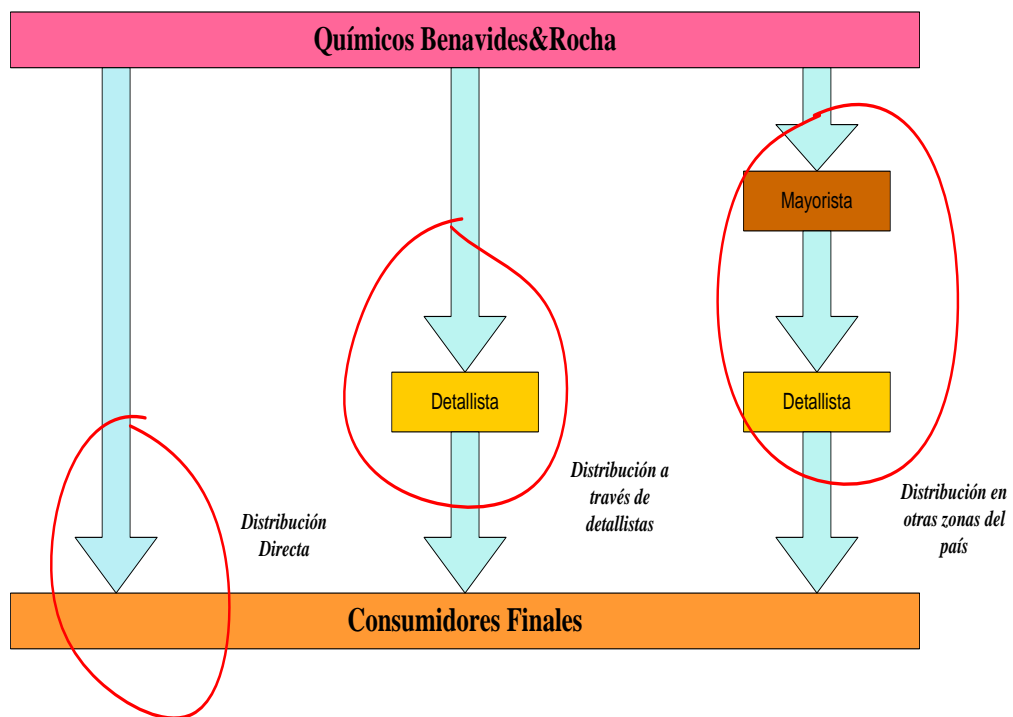
Fuente: RACKHAM, Neil. Cómo vender productos de alta inversión. Editorial Norma 2.006
Elaborado por: Adecuado por Mauricio Benavides

¿Qué forma de distribución utilizar?

Antes de que el producto esté listo para llevarlo al mercado, se debe determinar los métodos y rutas que se utilizarán para llevarlo allí. Por lo que es necesario establecer estrategias para los canales y distribución física del producto. Luego corresponderá inspeccionar y ajustar el proceso conforme a las necesidades y al tiempo disponible las actividades de distribución.

El papel del distribuidor será hacer llegar el gel antiséptico “Bactigel” al mercado meta. Por ello será importante arreglar la venta y transferir los derechos del productor al cliente final. Otras actividades importantes del distribuidor constituye el promover el producto y almacenarlo, ya que se necesita espacio físico, capital y gestión de talento humano para mantener un inventario óptimo.

Figura Nro. 5
Canales de distribución



Fuente: STANTON William y ETZEL Michael. Fundamentos de Marketing. Extracto Figura 14.3 pág. 464, y adecuado a la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”.

a) **Venta directa en las parroquias urbanas del cantón Ibarra**

Este trabajo lo realizará un vendedor de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”. Esta actividad se iniciará con la promoción del producto en cada negocio, de la ciudad de Ibarra. Lo importante será establecer zonas dentro de cada parroquia, con la finalidad de promocionar, vender, entregar el producto y cobrar. A medida que se disperse las necesidades de los clientes, será necesario tomar los pedidos y hacer las entregas, tomando en cuenta zonas geográficas, horarios de tiempos de trabajo, con el propósito de llegar al cliente en el menor tiempo posible.

Cuadro Nro. 14

Canal Productor – consumidor final



Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

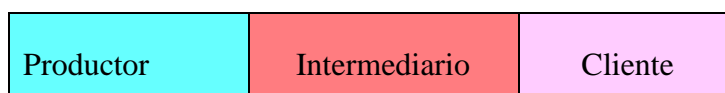
Elaborado por: Mauricio Benavides

b) **Intermediario para otras regiones del país**

Para realizar las ventas en otras regiones del país, se abrirá puntos de venta y se hará un reclutamiento y selección de vendedores de venta directa. Se hará el trabajo de promoción similar al que se tiene previsto realizar, en la ciudad de Ibarra. Luego se negociará con uno de los vendedores seleccionados, para que opere en el sistema de venta directa.

Cuadro Nro 15

Canal Productor – intermediario - cliente



Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

c) **Página web de “Químicos Benavides&Rocha”:**

Para que los clientes puedan solicitar el producto o la visita de un vendedor, se creará una base de datos de todos los clientes, quienes podrán ingresar sus pedidos a través de la página web.

www.geldesinfectantedemanos.com

Qué área geográfica atacar

Las áreas geográficas de trabajo inicial de la microempresa, “Químicos Benavides&Rocha”, las que corresponden a las parroquias: El Sagrario, San Antonio, Caranqui, Priorato, San Francisco 1, y San Francisco 2.

4.9.4. Implementación de estrategias empresariales

Asignar los recursos necesarios: Financieros, Humanos, tiempo, tecnología.

a) Financieros

Los necesarios para planeación, elaboración del producto y comercialización.

b) Humanos

Gerente General

Secretaria

Jefe de Recursos Humanos

Gerente de Producción

Ayudante

Gerente de ventas

Ayudantes

c) Tiempo:

El tiempo que opere la microempresa “Químicos Benavides&Rocha” será en un solo turno y en jornadas de 8 horas diarias, durante cinco días de la semana.

Planifica las actividades administrativas, financieras, de producción, comercialización y coordina con equipo de trabajo.

b) Gerente de producción

Planifica, organiza, coordina y ejecuta diseño de producto y coordina y participa en el proceso de producción de gel antiséptico.

c) Ayudante de producción

Participa en proceso de planificación y ejecuta proceso de producción del gel antiséptico.

d) Gerente de ventas

Planifica y ejecuta promoción y coordina ejecución de plan de ventas del gel antiséptico a clientes, dueños de negocios, en la ciudad de Ibarra.

e) Vendedor

Ejecuta plan de venta del gel antiséptico a los clientes, dueños de negocios, en la ciudad de Ibarra

Manejar el proceso: Evaluar los resultados y hacer los ajustes necesarios.

a) Evaluación de resultados

✓ Planificado

De acuerdo a la estimación de demanda, se tiene previsto vender 27180 botellas de gel antiséptico, de un litro en todos los meses del año 2012 en proporciones iguales. Sin embargo, se estima que en función de los resultados de la actividad de

ventas en el mes de enero, se podrá vender únicamente el 6%, que equivale a 1631 botellas; a diferencia de otros meses del año.

Cuadro Nro. 16
Ventas estimadas en el mes de enero 2012

27180	%	Ventas
Enero	6%	1631
Febrero	7%	1903
Marzo	8%	2174
Abril	8%	2174
Mayo	8%	2174
Junio	9%	2446
Julio	9%	2446
Agosto	9%	2446
Septiembre	9%	2446
Octubre	9%	2446
Noviembre	9%	2446
Diciembre	9%	2446
Total	100%	27180

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mauricio Benavides

✓ **Ejecutado**

En el trabajo realizado, en el mes de enero se observa que no se vendió la cantidad esperada, sino únicamente el 80%, equivalente a 1305 botellas.

✓ **Desviaciones**

Constituye el desfase de lo planificado a lo ejecutado, en el caso de análisis representa el 20%, que equivale a 326 unidades.

Cuadro Nro 17
Desfase de ventas mes de enero 2012

1631	20%	326
	80%	1305
		1631

Fuente: Presupuesto de ventas
Elaborado por: Mauricio Benavides

b) Ajustes necesarios

✓ **Feed-back**

A más de determinar la desviación, corresponde hacer los ajustes necesarios en la planificación y ejecución de las actividades de ventas. Si en febrero se tiene previsto vender 1903 botellas de gel antiséptico, a esta cantidad hay que agregarle 326 botellas que debieron haberse vendido en el mes de enero, lo que representa un total de 2.229 unidades de gel antiséptico.

Cuadro Nro. 18
Ajuste de presupuesto de ventas mes de febrero 2012

1631	0%	326	1903	2229
	0%	305	Febrero	

Fuente: Presupuesto de ventas
Elaborado por: Mauricio Benavides

4.10. Estrategias Mercado lógicas de posicionamiento

Para posicionar el gel antiséptico se deberá ser creativo e innovador, en crear algo que no exista ya en la mente del consumidor. El enfoque fundamental del posicionamiento no será crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; reordenar las conexiones que ya existen.

El objetivo de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha” es que el gel antiséptico sea llevado al lugar de trabajo de los propietarios de negocios, dónde

las personas trabajan, dónde los clientes compran, dónde los niños juegan; en definitiva que esté en la mayoría de lugares a disposición de los compradores.

Que exista atención personalizada a distribuidores y a consumidores finales.

La diferencia con los otros proveedores de gel antiséptico, estará en el servicio personalizado a domicilio de los propietarios de negocios.

4.11. Estrategias operativas

Un esfuerzo efectivo de la microempresa, debe tener una visión para saber dónde se va y una estrategia para saber cómo llegar.

4.12. Estrategias financieras

4.12.1. Largo plazo

a) Sobre la inversión

✓ Crecimiento

El crecimiento interno obedece a la necesidad de ampliar el negocio como consecuencia de que la demanda ya es mayor que la oferta. En estos casos generalmente las decisiones hay que tomarlas considerando alternativas de incremento de los activos existentes, o de reemplazo de estos, por otros más modernos y eficientes.

✓ Desinversión.

Cuando la estrategia general apunta hacia la supervivencia, en ocasiones pueden evaluarse estrategias financieras de no crecimiento e incluso de desinversión, o sea, resulta necesario en estos casos medir fuerzas para conocer si resulta posible el cumplimiento de la estrategia general, manteniendo el nivel de activos actual, o si por el contrario, habrá que evaluar la venta de estos o parte de estos, para lograr sobrevivir.

Cualquiera sea el caso, crecimiento o desinversión, la selección de la mejor alternativa deberá seguir el criterio de maximizar el valor de la empresa, o sea, la decisión que se adopte deberá contribuir al incremento de la riqueza de los dueños de la empresa, o en todo caso, a la menor reducción del valor posible, asociado al proceso de desinversión, si fuera necesario.

Para ello, será indispensable apoyarse en instrumentos de evaluación financiera de inversiones, ya que tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo, como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperación descontado (PRD); y los que no consideran el valor del dinero en el tiempo, como el periodo de recuperación (PR).

b) Sobre la estructura financiera

La microempresa “Benavides&Rocha” buscará economía de recursos, aprovechando el financiamiento con deuda de la Corporación Financiera Nacional, por tener una tasa del 6,5% y porque su costo está exento del pago del impuesto sobre utilidades. Sin embargo, en la medida en que aumenta el financiamiento por deudas también se incrementa el riesgo financiero de la empresa ante la mayor probabilidad de incumplimiento por parte de ésta ante sus acreedores. Sin embargo la decisión de adoptar como estrategia las fuentes de financiamiento permanentes de la empresa no es tan simple. Es verdad que con financiamiento ajeno es más económico, pero con su incremento aumenta el riesgo y aumenta los llamados costos de insolvencia, de modo que el ahorro fiscal logrado por el uso de deudas, podría reducirse por el aumento de los referidos costos de insolvencia.

Cuadro Nro 19
Financiamiento de la inversión

35.782,4

Accionista	%Aportación	Aportación USD	TMAR	Ponderación
Inversionista	20%	7156	13,49%	2,70%
Corporación Financiera Nacional	80%	28626	6,50%	5,20%
TMAR global mixta				7,90%

Fuente: Accionistas y ponderación de la deuda

Elaborado por: Mauricio Benavides

c) Sobre la retención y/o reparto de utilidades

La microempresa definirá la estrategia de retención, reparto de utilidades considerando los siguientes aspectos:

- ✓ La posibilidad del acceso a préstamos a largo plazo, para financiar nuevas inversiones,
- ✓ La posibilidad de los dueños de alcanzar mayor retribución en una inversión alternativa,

La definición en cuanto a la retención y/o reparto de utilidades de la microempresa habrá de realizarse con sumo cuidado, tratando de no violentar la estructura financiera óptima ni los parámetros de liquidez requeridos, para el normal funcionamiento de la microempresa, y por ende, de sus objetivos.

4.12.2. Estrategias financieras a corto plazo

a) Capital de trabajo

El capital de trabajo de la microempresa está conformado por los activos corrientes: Valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar que deben ser administrados en forma eficiente.

Esto significa que los activos corrientes se financian con pasivos circulantes y permanentes, manteniendo un alto capital de trabajo neto o fondo de maniobra. Esta estrategia garantiza el funcionamiento de la empresa con liquidez, pero lo anterior determina la reducción del rendimiento total, como consecuencia de que estos activos generadores de rendimientos más bajos, son financiados a mayor costo derivado de la presencia de fuentes de financiamiento permanentes.

b) Financiamiento de activo corriente

El financiamiento corriente de la microempresa, llamado el pasivo corriente, estará compuesto por fuentes espontáneas (cuentas por pagar, salarios, sueldos, impuestos y otras retenciones derivadas del normal funcionamiento de la organización.

Finalmente, cabe destacar que el criterio para la definición de las estrategias de financiamiento corriente apunta hacia la selección de aquellas fuentes que, combinando adecuadamente la relación riesgo – rendimiento adoptada por la empresa en correspondencia con su estrategia de capital de trabajo, proporcione el menor costo financiero total.

c) Sobre la gestión del efectivo

Las decisiones sobre el efectivo de la empresa, serán en gran medida resultantes de las estrategias sobre el capital de trabajo de la microempresa. Sin embargo, por su importancia el desempeño, generalmente se les trata de manera específica, enfatizando en las políticas que deberán seguirse con los factores condicionantes de la liquidez de la empresa, como inventarios, cobros y pagos. En tal sentido, las acciones fundamentales con relación al efectivo serán:

- ✓ Reducir el inventario tanto como sea posible, cuidando pérdidas en ventas por escasez de materias primas y/o productos terminados.
- ✓ Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras.

- ✓ Aprovechar cualquier descuento favorable por pronto pago.
- ✓ Utilizar los criterios para medir la gestión del efectivo como la razón rápida o prueba ácida, el ciclo y/o la rotación de inventarios, así como el ciclo y/o la rotación de cobros y pagos.
- ✓ Los instrumentos que permitan el cumplimiento de la estrategia para la gestión del efectivo será la planificación financiera, específicamente la utilización del presupuesto de caja.

Cuadro Nro. 20
Programa de entradas de efectivo enero - mayo 2012

Químicos Benavides&Rocha

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ventas pronosticadas	5457	6367	7277	7277	7277
Ventas al contado (90%)	4.912	5.730	6.549	6.549	6.549
Cuentas por cobrar	546	637	728	728	728
Un mes (60%)	327	382	437	437	437
Dos meses (40%)	218	255	291	291	291
Otras entradas efectivo					
Total entradas efectivo	4.912	6.058	7.149	7.240	7.277

Fuente: Ventas estimadas (Enero-mayo 20120)

Elaborado por: Mauricio Benavides

- ✓ La administración eficiente del efectivo, resultante de las estrategias que se adopten como gestión de las cuentas por cobrar, los inventarios y los pagos, contribuirán a mantener la liquidez de la empresa.

4.12.3. Análisis Financiero

a) Tasa Circulante

El valor aceptado para esta tasa es de 2 a 2,5

$$TC = AC/PC = 5.229/2.614 = 2$$

b) Tasa Rápida o Prueba ácida

Para la tasa rápida el valor aceptado es 1. Lo que significa que puede enfrentar sus deudas en el corto plazo con el 100% de probabilidad de cubrirlas casi de inmediato. Para el caso de análisis, se observa que las deudas podrían ser pagadas de forma inmediata por la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”.

$$TR = (AC - Inventarios)/PC = 5.074/2.614 = 1,92$$

c) Tasa de Solvencia o Apalancamiento

También constituyen dos tasas para evaluación de proyectos, la tasa de deuda y el número de veces que se gana el interés.

Tasa de deuda: Se divide la deuda sobre el total de activos fijos y diferidos, lo que permite determinar el nivel óptimo de endeudamiento; y que para conocerlo hay que estudiar esta tasa de deuda del sector A, B o C.

$$TD = Deuda/AFT = 28626/35782,4 = 0,8 = 80\%$$

d) VAN y TIR sin Financiamiento

El flujo de caja sin financiamiento es de USD. -38.397, el valor actual del flujo es de 57.225; el VAN es de USD 18.828 y la TIR es de USD. 28%

Cuadro Nro 21
VAN y TIR sin financiamiento

Flujo de caja	-38.397
Valor actual del flujo	57.225
VAN	18.828
TIR	28%

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: Mauricio Benavides

e) VAN y TIR con Financiamiento

El flujo de caja con financiamiento es de USD. -9.771, el valor actual del flujo es de USD. 42.383; el VAN es de USD. 32.612 y la TIR es de USD. 65%.

Cuadro Nro 22
VAN y TIR con financiamiento

Flujo de caja	-9.771
Valor actual del flujo	42.383
VAN	32.612
TIR	65%

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: Mauricio Benavides

f) Relación Beneficio/Costo

La relación Beneficio/Costo es de 1,15; es decir que por cada dólar invertido, la microempresa renta 15 centavos.

g) Punto de equilibrio en ventas

El punto de equilibrio en ventas es de 22.867 unidades de gel antiséptico de un litro, donde el nivel de ingresos es de USD. 76.524, el costo fijo es de USD 53.702 y el Costo Total ascienden a la cantidad de USD. 76.524.

C A P Í T U L O 5

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Costos de operación

Los costos de operación de la planta de la microempresa de producción de gel antiséptico “Bactigel”, “Químicos Benavides&Rocha” corresponden a la valoración monetaria de los recursos destinados a la administración y puesta en marcha del proyecto. Para el caso de análisis se denominarán costos de producción, administración y de ventas.

5.1.1. Costos de producción

Los costos de producción se determinaron en función del proceso de producción, en el que participaron mano de obra, materias primas, máquinas y la capacidad instalada de la planta. La determinación de los costos de producción se realizó en función de la cantidad de materias primas e insumos que intervinieron en la elaboración del gel antiséptico “Bactigel”, información que fue proporcionada por la Bioquímica Farmacéutica Andrea Rocha, y se estructuró de acuerdo a las normas técnicas, para elaboración de este tipo de productos.

Cuadro Nro 23

Capacidad instalada: aprovechamiento anual

Periodo anual	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual en unidades	Producción en paquetes	Aprovechamiento de la capacidad
2012	90	2160	27180	2265	0,52
2013	106	2546	32032	2669	0,61
2014	125	3000	37749	3146	0,72
2015	147	3535	44488	3707	0,85
2016	174	4167	52429	4369	1,00

Fuente: Microempresa “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

Como se puede observar en el cuadro No 23, la producción está determinada en función de la capacidad instalada de la microempresa en relación de 0,52/1 en el año 2012; es decir que se iniciará las operaciones con una capacidad del 52%. Por lo que se determina que la producción para el año 2012, será de 27180 unidades de gel antiséptico “Bactigel” de 1000 gramos; o su equivalente de 2265 paquetes de 12 unidades.

5.1.2. Presupuesto de costos de producción

Para la valoración de los costos de producción, se ha considerado la producción estimada de 90 unidades por día, a razón de 11 unidades por hora.

COSTOS DE MATERIA PRIMA

Cuadro Nro 24

Costo de materias primas

Materia prima	Gramos	Costo Unitario	Costo/h	Costo día (8h)	Costo total anual en USD
Alcohol etílico al 72%	700	0,003	0,04	0,29	87
Carbopol	5	0,031	0,35	2,79	843
Propilenglicol	20	0,004	0,05	0,36	109
Trietanolamina	3	0,005	0,06	0,47	141
Agua destilada	269	0,001	0,01	0,07	22
Glicerina	3	0,003	0,03	0,25	76
Esencia	0,50	0,039	0,44	3,49	1.055
Total	1000	0,086	0,97	7,72	2.332

Fuente: Casas comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

Las materias primas para la producción de gel antiséptico “Bactigel” de 1000 gramos son: Alcohol etílico al 72%, carbopol, propilenglicol, trietanolamina, agua destilada y glicerina. Para la valoración de las materias primas se convirtió a gramos y se asignó el costo correspondiente.

COSTO DE ENVASES Y EMBALAJES

Cuadro Nro 25

Costo de envases y embalajes

Envases y embalajes	Costo Unidad	Costo día	3% de merma	Costo día real	Costo año USD
Envases	0,450	40,500	1,215	39,285	11864
Etiquetas	0,280	25,200	0,756	24,444	7382
Cajas de cartón	1,250	1,875	0,056	1,819	549
Fuente: Casas Comerciales				Total	19795

Elaborado por: Mauricio Benavides

Los envases primarios están en contacto directo con el gel antiséptico “Bactigel” de 1000 gramos, en cambio, que el envase secundario que lleva los 12 embases de gel y cumplirá con la función de identificar al producto y estar de acuerdo a las necesidades del detallista para facilitar su distribución. Cabe indicar que el 20% de producción y comercialización se empaquetará, en cartones de 12 unidades.

OTROS MATERIALES

Cuadro Nro 26

Costos de otros materiales

Otros materiales	Cantidad Anual	Consumo diario	Costo unitario en USD	Costo anual USD
Guantes	48	0,159	0,35	16,8
Franela	20	0,066	1	20
Detergente 450 gramos	5	0,017	1,05	5,25
Escobas	4	0,013	1,5	6
Cloro ajax litros	10	0,033	1,5	15
Baldes	8	0,026	2	16
Trapeador	12	0,040	5	60
Mandil	10	0,033	12	120
Toallas	6	0,020	1,25	7,5
Jabón	12	0,040	0,75	9
Recogedor basura	2	0,007	1,5	3
Basureros	3	0,010	5	15
Cofias	10	0,033	1	10
Total				304

Fuente: Casas Comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

Constituye los costos que sin ser parte del producto, intervienen en el proceso de producción: mandiles, guantes, toallas, cofias, entre otras.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Cuadro Nro 27

Equipo de trabajo

Equipo	Cantidad	Número motores
Batidora 25 litros	1	1
Computadora	2	2
Alumbrado (Focos)	10	0

Fuente: Casa comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 27., se presenta el equipo de “Químicos Benavides&Rocha2, con el propósito de cuantificar el costo de energía eléctrica que se requiere para el funcionamiento de la microempresa.

Cuadro Nro 28
Costo de energía eléctrica

Año	Consumo	USD Mensual	USD Anual
2010	738	86	1033

Fuente: EMELNORTE

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 28 se presenta un resumen de consumo de energía eléctrica de doce meses, del año 2010 de una empresa que reúne similares características. Se calculó la media aritmética de consumo y se tomó como base de cálculo para cuantificar, el consumo de luz eléctrica mensual y anual de “Químicos Benavides&Rocha”.

COSTO DE AGUA

Cuadro Nro 29
Consumo de agua

Rubro	M ³	Precio	Costo Total
Limpieza diaria del equipo de producción	2,4	1,46	3
Limpieza diaria general de la empresa	2,4		3
Lavado carro distribuidor	2,4		3
Trabajadores	19,2		28
Consumo total m ³ agua	26,4	Total USD	38

Fuente: EMAPA

Elaborado por: Mauricio Benavides

Para el cálculo del costo del agua se siguió igual procedimiento, que para el consumo de la luz. La media aritmética de consumo sirvió de base para su valoración, considerando el precio de USD 1,46 por cada m³ de agua.

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Cuadro Nro 30

Costo de mano de obra directa

Personal	Plazas/Turno	Turnos/día	Sueldo mensual/plaza en USD	Sueldo anual plaza en USD	Sueldo total anual en USD
Obreros	1	1	264	264	3168
Fuente: Sueldo vigente 2011				Total	3168
Elaborado por: Mauricio Benavides				(=) 24,5% prestaciones	776
				Total anual	3944

La mano de obra directa está conformada por 1 obrero, que trabajará en producción en un solo turno. El sueldo básico vigente es de USD. 264, más el 24,5% de prestaciones sociales.

MANO DE OBRA INDIRECTA

Cuadro Nro 31

Costo de mano de obra Indirecta

Personal	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente de Producción	400	4800
	(+)24,5% prestaciones	1176
Total Anual		5976

Fuente: Sueldo vigente 2011

Elaborado por: Mauricio Benavides

La mano de obra indirecta está conformada por 1 gerente de producción (Bioquímica), quien trabajará en un solo turno. Al sueldo asignado de USD 400, se le incorpora el 24,5% de las prestaciones sociales.

COSTO DE COMBUSTIBLE

Cuadro Nro 32

Costo de combustible, gasolina Súper Una camioneta

Ítem	Consumo/h	Total día	Total Año
Gasolina Súper	1 hora	8h	Año
Consumo camioneta litros gasolina/hora	1,5	12	3624

Fuente: PETROCOMERCIAL

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cálculo del costo de combustible se determinó, tomado como referencia que una camioneta consume USD 1,50, por hora a razón de USD. 2, el galón de gasolina Súper. Obteniendo un total de USD. 3624 anual.

COSTO DE MANTENIMIENTO

Cuadro Nro 33

Costo de mantenimiento

Equipo	Costo	Periodo	Total
Mantenimiento vehículo	750	Anual	750
Total			750

Fuente: Cotización Mecánica

Elaborado por: Mauricio Benavides

Es un costo fijo en el que va a incurrir la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, cuyo valor asciende a la cantidad de USD 750, para conservar en buen estado, el funcionamiento del vehículo.

COSTO DE CONTROL DE CALIDAD

Cuadro Nro 34

Costo de control de calidad

Rubro	Cantidad	Coto diario	Costo en USD/u	Costo Total Anual USD
Permiso sanitario	1	0,27	100	100
Análisis microbiológico	12	0,49	15	180
Total				280

Fuente: Cotización Municipio de Ibarra

Elaborado por: Mauricio Benavides

Estos rubros de costos, son necesarios en la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, para que el producto cumpla con el permiso sanitario y análisis microbiológico y se ajuste a los estándares de calidad. El costo de cada análisis es de USD 15, actividad que se realizará, en el Laboratorio de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ingeniería, en Ciencias Agropecuarias y Ambientales.

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro Nro 35

Presupuesto de costos totales de producción

Ítem	USD.
Materia prima	2332
Embases y embalajes	19795
Otros materiales	304
Energía eléctrica	1033
Agua	38
Combustible	3624
Mano de obra directa	3944
Mano de obra indirecta	5976
Mantenimiento	750
Control de calidad	280
Depreciación y amortización	3801
Total	41878

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 35 se detalla un resumen del presupuesto de los costos de producción, que incluye materias primas, embases, mano de obra y el rubro virtual de la depreciación de activos fijos y diferidos.

5.1.3. Gastos de administración

Cuadro Nro 36
Gastos de administración

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual de USD
Gerente general	500	6000
Gerente de Recursos Humanos	400	4800
Contador	280	3360
Secretaria	264	3168
	Subtotal	17328
	(+24,5% de prestaciones)	4245
	Total anual	21573

Fuente: Estudio de Factibilidad
Elaborado por: Mauricio Benavides

Cuadro Nro 37
Gastos de administración

Concepto	Sueldo mensual
Sueldos de personal	21573
Gastos de Oficina	200
Total anual	21773

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”
Elaborado por: Mauricio Benavides

Los gastos de administración representan sueldos, que corresponderá pagar al personal administrativo y los gastos de oficina, que ascienden a un valor estimado, de USD.200 anuales.

5.1.4. Gastos de venta

Cuadro Nro 38
Gastos de venta

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente de ventas	500	6000
Vendedor(2)	528	6336
Subtotal	Subtotal	12336
	(+)24,5% de prestaciones	3022,32
Total anual		15358

Fuente: Presupuesto "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

Cuadro Nro 39
Gastos de venta

Concepto	Sueldo mensual
Sueldos de personal	15358
Comisión por ventas	910
Publicidad	910
Total anual	17177

Fuente: Nómina "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

Los gastos de ventas representan el pago del gerente de ventas, las comisiones por ventas y publicidad que equivalen al 1% de cada rubro, del total de ingresos, que asciende, a la cantidad de USD 90.958. Este rubro es muy importante para la empresa, ya que permite establecer el enlace, entre la empresa y el mercado. Su costo anual,asciende a USD. 17.177.

5.2. Costo total de operación de la empresa

Cuadro Nro 40
Costo total de operación

Concepto	Costo	Porcentaje
Costo de producción	41878	52%
Gastos de administración	21.773	27%
Gastos de venta	17177	21%
Total	80829	100%

Fuente: Casas Comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 40, se resume los costos de operación, de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”. Aquí se detalla los costos de producción, administración y ventas.

5.3. Activos fijos de producción

Cuadro Nro 41
Activo fijo de producción

Cantidad	Equipo	Costo Unitario	Costo Total
1	Batidora 25 litros	1320	1320
1	Computadora	1200	1200
1	Báscula	300	300
1	Tanque de aluminio	500	500
1	Estufa	100	100
1	Balanza digital	100	100
1	Medidor de Ph	100	100
	Total	3620	3620

Fuente: Casas Comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

Los activos fijos de producción, representan las máquinas que dispondrá la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, para el proceso de producción de gel antiséptico “Bactigel”. El volumen de producción de arranque será equivalente al 52% de la capacidad instalada de la planta.

5.4. *Activos fijos de oficinas y ventas*

Cuadro Nro 42
Activo fijo de oficina y ventas

Cantidad	Concepto	Precio unitario en USD	Costo total en USD
1	Computadora	1200	1200
2	Escritorio secretarial	500	1000
2	Silla secretarial	50	100
1	Vestidor	800	800
2	Impresora	100	200
1	Teléfono	150	150
1	Camioneta	8000	8000
1	Mesa	200	200
Total			11650

Fuente: Casas Comerciales

Elaborado por: Mauricio Benavides

Estos activos, contribuyen al óptimo funcionamiento de los diferentes departamentos de administración y ventas de la empresa. Básicamente están constituidos por computadoras, escritorios, camioneta para la distribución, muebles, vestidor, entre otros.

5.5. *Inversión inicial en activo fijo y diferido*

5.5.1. **Terreno y obra civil**

Cuadro Nro 42
Terreno y obra civil

Concepto	Costo USD
Terreno 220 m ²	5940
Administración Producción y ventas	12600
Estacionamiento	1200
Total	19740

Fuente: Cotizaciones Constructores

Elaborado por: Mauricio Benavides

El terreno dispone de un área de 220m², donde se construirá la planta de la planta de producción de gel antiséptico “Bactigel”, que dispondrá de áreas de producción y ventas, construidas en hormigón armado. Su valor está presupuestado en USD. 19700.

5.5.2. Activo Diferido

Cuadro Nro 43

Activo diferido

Concepto	Total USD.
Planeación e integración	700
Ingeniería del proyecto	72,4
Supervisión	358
Total	772

Fuente: Planeación, Integración y Supervisión de proyecto

Elaborado por: Mauricio Benavides

El activo diferido corresponde a los gastos de planeación e integración, ingeniería del proyecto y supervisión. Como se trata de una inversión diferida, se amortizará en un período de cinco años.

5.5.3. Inversión total en activo fijo y diferido

Cuadro Nro 44

Inversión total en activo fijo y diferido

Concepto	Costo en USD
Equipo de producción	3620
Equipo de oficina y ventas	3650
Vehiculos	8000
Terreno	5940
Obra Civil	13800
Inversión Diferida	772,4
Total	35782,4

Fuente: Microempresa “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 44, se describe los rubros de los activos fijos y diferidos que corresponden a los bienes necesarios para operar la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, considerando el área de producción, administración y ventas.

5.6. Depreciación y amortización de activo fijo y diferido.

Cuadro Nro 45

Depreciación y amortización de activos fijos y diferidos de producción

Can t	Concepto	Precio Unitario	Costo total en USD	%	1	2	3	4	5	VS
1	Batidora 25 litros	1320	1320	10%	132	132	132	132	132	660
2	Computadora	1200	2400	33%	800	800	800			0,00
1	Báscula	300	300	10%	30	30	30	30	30	150
1	Tanque de aluminio	500	500	10%	50	50	50	50	50	250
1	Estufa	100	100	10%	10	10	10	10	10	50
1	Balanza digital	100	100	10%	10	10	10	10	10	50
1	Medidor de Ph	100	100	33%	33	33	33,33			0,01
2	Escritorio Secretarial	500	1000	10%	100	100	100	100	100	500
2	Silla Secretarial	50	100	10%	10	10	10	10	10	50
1	Vestidor	800	800	10%	80	80	80	80	80	400
2	Impresoras	100	200	33%	67	67	66,66			0,02
1	Teléfono	150	150	10%	15	15	15	15		90
1	Camioneta	8000	8000	20%	1600	1600	1600	1600	1600	0
1	Mesa	200	200	10%	20	20	20	20	20	100
1	Obra civil	13800	13800	5%	690	690	690	690	690	10350
	Total		29070		3647	3647	3647	2747	2732	12650
1	Inversión Diferida	772,4	772,4	20%	154	154	154	154	154	0
	Total				3801	3801	3801	2901	2886	12650

Fuente: Microempresa “Químicos Benavides&Rocha2

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 45, de depreciaciones y amortizaciones de activos fijos y diferidos, se calcula en función de las leyes tributarias. En la última columna se puede observar el valor de salvamento por un valor de USD. 12650.

5.7. *Determinación de la TMAR de la microempresa*

Cuadro Nro 46

Determinación de la TMAR y la inflación considerada

		28/02/2011		
TMAR = i + f + if		Inflación enero 31 2011	Matriz de Tasas de Interés Segundo Piso CFN	
F	10,00%	3,17%	6,50%	
I	3,17%			
Tasa interés Corporación Financiera Nacional	6,5%			
TMAR	Inflación	Premio al riesgo	If	Total
Inversionista	3,17%	10%	0,32%	13,49%
Corporación Financiera Nacional				6,5%

Fuente: Corporación Financiera Nacional e inversionista

Elaborado por: Mauricio Benavides

La TMAR representa la tasa mínima que el inversionista pediría para aportar con su capital en la microempresa “Químicos Benavides&Rocha2 para el proceso de producción de gel antiséptico “Bactigel”. Para compensar los efectos inflacionarios, se prevé dos factores: el efecto inflacionario que es de 3,17%, al 31 de enero del 2011 y en segundo lugar el premio o sobretasa por arriesgar su dinero en la inversión que realiza en la microempresa de producción de gel antiséptico. El premio al riesgo que ha determinado el inversionista es del 10%, obteniendo un TMAR del 6,5%.

Cuadro Nro 47

Cuadro de inversiones y ponderación

35782,4

Accionista	% Aportación	Aportación USD	TMAR	Ponderación
Inversionista	20%	7156	13,49%	2,70%
Corporación Financiera Nacional	80%	28626	6,50%	5,20%
TMAR global mixta				7,90%

Fuente: Corporación Financiera Nacional e inversionista

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 47 se puede apreciar el valor en USD que aporta el inversionista que equivale al 20% y un crédito que va a ser solicitado en el año 2.012, a la Corporación Financiera Nacional. Una vez, que se ha determinado el porcentaje de estructura de la inversión, se multiplica por los TMAR individuales y se obtiene la ponderación de cada rubro de inversión y el TMAR que regirá para la evaluación financiera a través de VAN y TIR es de 7,9%.

5.8. *Determinación del capital de trabajo*

El capital de trabajo, corresponde a la inversión líquida, que debe aportar la microempresa, para que comience a elaborar el gel antiséptico. Este rubro es el resultado de restar activos corrientes menos pasivos corrientes. El capital de trabajo está constituido por valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.

5.8.1. **Valores e inversiones**

Cuadro Nro. 48
Valores e inversiones

			30
Gasto de ventas Total	Día laborables	Gasto de Ventas diario	Gasto de ventas
17.177	302	57	1706

Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

Constituye el dinero que debe ser invertido por la microempresa en una institución bancaria, con la finalidad de disponer de efectivo, para apoyar las actividades de venta del gel antiséptico. Como la microempresa concederá a sus clientes un crédito de quince días, que resulta de dividir los gastos totales de ventas, que ascienden a USD 17.177 anual para 302 días laborables, obteniendo un gasto diario de USD. 57. Este valor se multiplica por 30 días y se obtiene un valor de USD 1706, que debe ser asignado, como valores e inversiones en ese periodo.

5.8.2. Inventarios

El valor del inventario depende del crédito que se otorgue a los clientes. Como la cantidad diaria de insumos es de USD 7,72, este valor se multiplica por veinte días, obteniendo un valor de USD. 154. Este valor se destinará a la compra de alcohol etílico al 72%, carbopol, propilenglicol, trietanolamina, agua destilada y glicerina.

Cuadro Nro. 49
Valores e Inversiones

Concepto	Consumo diario	Costo 20 días
Alcohol etílico al 72%	0,29	6
Carbopol	2,79	56
Propilenglicol	0,36	7
Trietanolamina	0,47	9
Agua destilada	0,07	1
Glicerina	0,25	5
Esencia	3,49	70
Total	7,72	154

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.8.3. Cuentas por cobrar

Cuadro Nro 50
Valores e inversiones

Es el crédito que se extiende a los compradores... 0,5

Costo Total de Operación	Año	Crédito	U.S.D.
80829	12	15 días	3368

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

Es el crédito que se otorgará a los compradores. Dado que la política de la microempresa será dar un crédito de quince días, por lo que a más de valores de inventarios e inversiones, será necesario invertir una cantidad de dinero, que permita una venta de quince días de producto gel antiséptico. El cálculo se ha realizado, tomando en cuenta el costo de operación de la empresa, de un año del

cuadro No 50, cuyo valor es de USD 80.829, que se divide para 24 quincenas del año y se obtiene un valor de USD 3368 de cuentas por cobrar.

5.9. *Valor del activo circulante*

En El cuadro No 48 se puede observar en resumen los componentes del activo circulante. Valores e inversiones, inventarios, cuentas por cobrar, que suman un total de USD 5.229.

Cuadro N° 49
Activo circulante

Concepto	Costo en USD
Valores e inversiones	1706
Inventarios	154
Cuentas por cobrar	3368
Total	5229

Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.10. *Pasivo circulante*

El pasivo circulante es el resultado de dividir el activo corriente para 2 ó 2,5. Para el caso de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, se dividió para 2, obteniendo un valor de USD. 2614.

$$AC/PC = 2 \text{ A } 2,5$$

$$PC = \frac{5229}{2} = 2614$$

Este es nuestro pasivo circulante mas recomendable en base a la tasa circulante empleada para medir la solvencia a corto plazo, y cubrir nuestras deudas a corto plazo.

5.11. *Financiamiento de la inversión*

Cuadro Nro 50

Financiamiento de la inversión

Importe del préstamo	28709,12
Tasa de interés anual	6,50 %
Plazo del préstamo en años	5
Número de pagos al año	1
Fecha inicial del préstamo	01/01/2012
Pagos adicionales opcionales	- €

Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”, Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 50, se detalla el financiamiento de la inversión: valor del préstamo, tasa de interés y número de pagos anuales, además de la fecha de iniciación de pago del préstamo que es el 01/01/2012. Cabe indicar que el crédito a obtenerse se realizará, en la Corporación Financiera Nacional, a una tasa del 6,50% de interés anual.

Cuadro Nro 51

Tabla de amortización de la deuda

Saldo deuda	Cuota	Interés	Amortización	Año
28626	6888	1861	5028	2012
23598	6888	1534	5355	2013
18244	6888	1186	5703	2014
12541	6888	815	6073	2015
6468	6888	420	6468	2016

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.12. *Determinación del punto de equilibrio o producción mínima económica*

Para el cálculo del punto de equilibrio se considera el presupuesto de ingresos y costos de producción, administración y ventas. Valores que deben clasificarse en costos fijos y variables, para determinar el nivel de producción dónde los costos se igualan a los ingresos.

Cuadro Nro 52
Clasificación de costos

Conceptos	Costos en miles USD
Ingresos	90958
Costos totales	80829
Costos variables	27126,3
Costos fijos	53702

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.12.1. Costos Fijos

Cuadro Nro 53
Costos Fijos

Costos fijos	USD
Gastos administrativos	21773
Gastos de venta	17177
Mantenimiento	750
Mano de Obra directa	3944
Mano de obra indirecta	5976
Control de calidad	280
Depreciación	3801
Total	53702

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.12.2. Costos variables

Los costos variables es el resultado de dividir el valor del costo variable total USD 27126 sobre la cantidad de gel antiséptico de 1000 gramos, que se producirá en el año 2012, obteniendo el costo variable unitario de USD. 0,9980.

Cuadro Nro. 54
Costos Variables

	Costos Variables	USD
	Materia prima	2332
	Embases y embalajes	19795,4
	Otros materiales	303,6
	Energía eléctrica	1032,5
	Agua	38,5
	Combustible	3624,0
		27126
27180	CvUnitario (27180)	0,99802

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.12.3. Volumen, Ingresos, CF, CV

Cuadro Nro 55
Costos Fijos

Unidades	Ingresos	CF	CV	CT
0	0	53702	0	53702
3000	10040	53702	2994	56697
7000	23426	53702	6986	60689
10000	33465	53702	9980	63683
15000	50198	53702	14970	68673
18.000	60237	53702	17964	71667
22.867	76524	53702	22822	76524
25.000	83663	53702	24951	78653
30.000	100395	53702	29941	83643
35.000	117128	53702	34931	88633
40.000	133860	53702	39921	93623
45.000	150593	53702	44911	98614
53.429	178800	53702	53323	107026

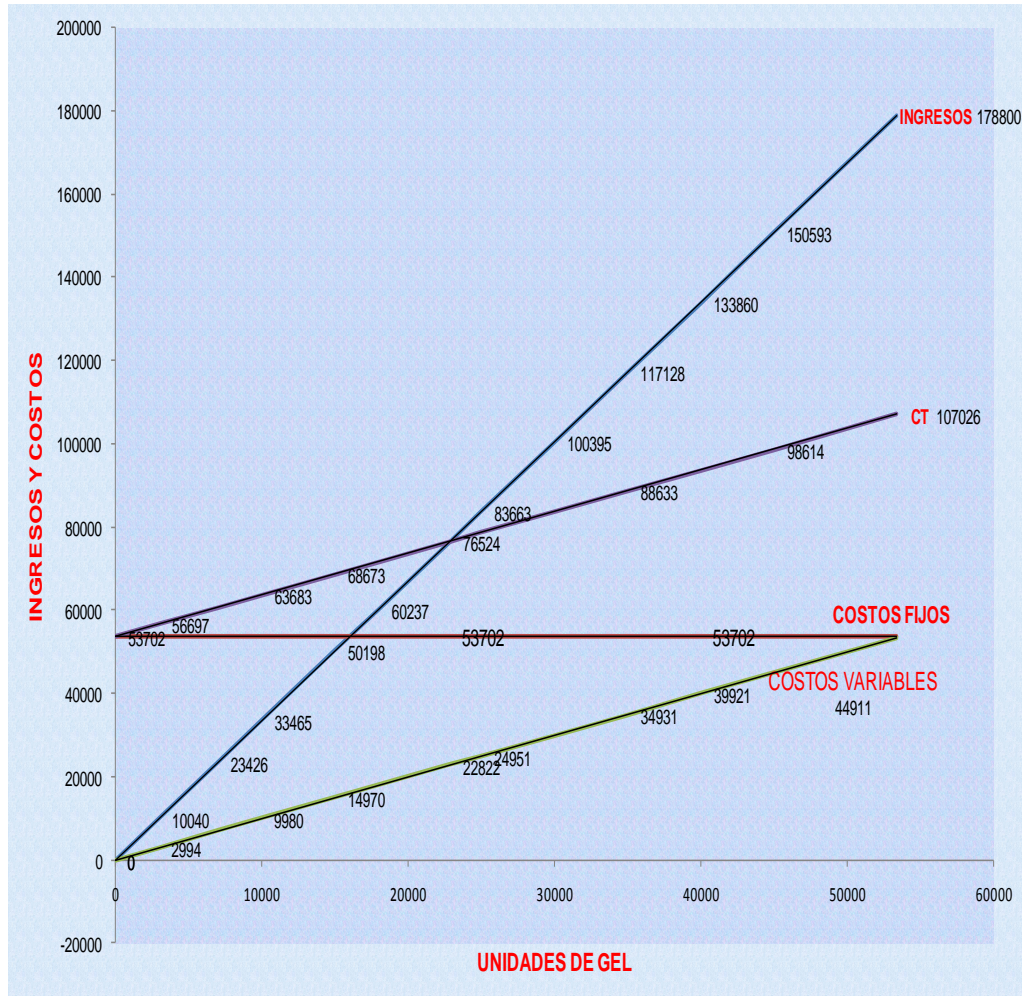
Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 55 se puede observar las unidades a producir de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha2, los ingresos, costos fijos, costos variables y costo total. Para la obtención del costo total, se procede a sumar el costo fijo, más el valor de las unidades multiplicado por el costo variable unitario.

5.12.4. Gráfico del punto de equilibrio

Figura Nro 7
Punto de Equilibrio



Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”
Elaborado por: Mauricio Benavides

En la figura Nro 7, del punto de equilibrio se puede apreciar la cantidad de producción de gel antiséptico, en donde se igualan los ingresos y costos es de 22.867 unidades. Los costos e ingresos se igualan en USD. 76.524.

5.12.5. Determinación de los ingresos por ventas

Cuadro Nro 56
Ingresos por ventas

Año	Número de gel 1000 gr.	Precio Unitario en USD	Ingreso total en USD
1	27180	3,35	90958
2	32032	3,35	107194
3	37749	3,35	126328
4	44488	3,35	148877
5	52429	3,35	175452

Fuente: “Químicos Benavides&Rocha2

Elaborado por: Mauricio Benavides

Los ingresos por ventas es el resultado de multiplicar las ventas presupuestadas de los años de producción, proyectados por el precio de venta al público, a un valor de USD. 3,35.

5.13. Balance general inicial

Cuadro Nro. 57
Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		Pasivo corriente	
Valores e inversiones	1706	Sueldos, deudores, impuestos	0
Inventarios	154		
Cuentas por cobrar	0	Pasivo Fijo	
Subtotal	1860	Préstamo a cinco años	28626
Activo fijo			
Equipo de Producción	3620		
Equipo de Oficina	3650	CAPITAL	
Vehículos	8000		
Terreno	5940	Capital social	9016
Obra civil	13800		
Subtotal	35010		
Activo diferido	772,4		
Total de activos	37642	Total pasivo + capital	37642

Fuente: “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el cuadro No 57, del balance general se registran el activo corriente, activo fijo, activo diferido, pasivo corriente y capital. El valor del capital social USD 9771, se puede apreciar que no corresponde al valor inicial de USD. 7.156, ya que fue incorporado el valor del capital de trabajo que es de USD.2614.

5.14. Determinación del estado de resultados con inflación, sin financiamiento y con variación de la producción.

Cuadro Nro. 58

Estado de resultados pro-forma con inflación, sin financiamiento y con variación de producción.

Concepto	2012	2.013	2014	2.015	2016
Producción	27180	32032	37749	44488	52429
(+) Ingreso	90958	107194	126328	148877	175452
(-) Costo de producción	41878	49.487	58.479	69.105	81.661
(-) Gastos de administración	21773	25.730	30.405	35.929	42.457
(-) Gastos de ventas	17177	20.299	23.987	28.345	33.496
(=) Utilidad antes de impuestos	10.129	11.678	13.457	15.498	17.838
(-) Impuestos 0,3625%	3.672	4.233	4.878	5.618	6.466
(=) Utilidad después de impuestos	6.457	7.445	8.579	9.880	11.372
(+) Depreciación	3801	3801	3801	2901	2886
(=) Flujo neto de efectivo (FNE)	10.259	11.247	12.381	12.782	14.258

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el Cuadro No 58 se determina los niveles de producción, ingresos, costos de producción, utilidad, depreciación, impuestos. También se puede apreciar el flujo neto de efectivo, que registra valores positivos en todos los periodos de evaluación del proyecto.

5.15. Estado de resultados con inflación, con financiamiento y con variación de la producción.

Cuadro Nro 59

Estado de resultados pro-forma con inflación, con financiamiento y con variación de producción.

Concepto	2012	2.013	2014	2.015	2016
Producción	27180	32032	37749	44488	52429
(+) Ingreso	90958	107194	126328	148877	175452
(-) Costo de producción	41878	49487	58479	69105	81661
(-) Gastos de administración	21773	25730	30405	35929	42457
(-) Gastos de ventas	17177	20299	23987	28345	33496
(-) Costos Financieros	1861	1.534	1.186	815	420
(=) Utilidad antes de impuestos	8.268	10.145	12.272	14.683	17.418
(-) Impuestos 0,3625%	2.997	3.677	4.448	5.323	6.314
(=) Utilidad después de impuestos	5.271	6.467	7.823	9.361	11.104
(+) Depreciación	3801	3801	3801	2901	2886
(-) Amortización de deuda	5028	5355	5703	6073	6468
(=) Flujo neto de efectivo (FNE)	4.045	4.914	5.922	6.189	7.522

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el Cuadro No 59, también se determina los niveles de producción, ingresos, costos de producción, utilidad, depreciación, impuestos, pago de intereses y amortización de deuda. También se puede apreciar que en el flujo neto de efectivo, se registra valores positivos en todos los periodos de evaluación del proyecto. La información de los estados son la base para el cálculo de los flujos netos de efectivo, valores que servirán para realizar la evaluación económica.

5.16. Posición financiera inicial de la empresa

Constituye los métodos que tomará en cuenta el valor del dinero para evaluar la posición financiera de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, a través de razones financieras.

5.16.1. Tasa circulante (TC)

El valor aceptado para esta tasa es de 2 a 2,5

$$\text{TC} = \text{AC/PC} = 5229/2614 = 2$$

El dato 2614 es un estimativo según nuestro activo circulante inicial, el valor 2 nos dice el grado de solvencia a corto plazo en relación a nuestros pasivos circulantes, el valor aceptado es el superior a 1.

5.16.2. Tasa rápida o prueba acida (TR)

Para la tasa rápida el valor aceptado es 1. Lo que significa que puede enfrentar sus deudas en el corto plazo, con el 100% de probabilidad de cubrirlas, casi de inmediato. Para el caso de análisis, se observa que las deudas, podrían ser pagadas de forma inmediata, por la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”.

$$\text{TR} = (\text{AC} - \text{Inventarios})/\text{PC} = 5074/2614 = 1,94$$

5.16.3. Tasa de solvencia o aplancamiento

También constituyen dos tasas para evaluación de proyectos, la tasa de deuda y el número de veces que se gana el interés.

Tasa de deuda: Se divide la deuda sobre el total de activos fijos y diferidos, lo que permite determinar el nivel óptimo de endeudamiento; y que para conocerlo, hay que estudiar esta tasa de deuda, del sector A, B o C.

$$\text{TD} = \text{Deuda/AFT} = 28626/35782,4 = 0,8 = 80\%$$

Número de veces que se gana interés:

En las instituciones financieras se observa otra tasa contable para asignar un préstamo, el número de veces que se gana interés. Por lo que se divide ganancia antes de pagar intereses e impuestos.

Número de veces que se gana interés = Ganancia antes de interés e impuestos/Costos Financieros

Número de veces que gana interés = $10129/1861 = 5$

5.17. Evaluación financiera

Para realizar la evaluación económica de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, a más de considerar el valor del dinero a través del tiempo y su evaluación por medio de los indicadores VAN Valor Actual Neto, TIR Tasa Interna de Retorno y B/C Relación Beneficio/Costo. En esta fase ya se conoce el lugar, el tamaño óptimo más adecuado para el proyecto, el proceso de producción, así como los costos, en cada etapa productiva. También se conoce la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, y a pesar de conocer las utilidades probables en cada uno de los periodos de análisis de los cinco años, todavía no se ha demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

El criterio del VAN permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, los mismos que son originados por una inversión. Por lo que para obtener el resultado de este indicador se actualiza mediante una tasa (TMAR) todos los flujos del proyecto en el periodo de cinco años y a continuación se resta el valor de la inversión inicial.

En cambio, que el criterio de la tasa interna de retorno consiste en evaluar el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por periodo, con la cual la

totalidad de los beneficios actualizados, son exactamente iguales, a los desembolsados.

En el flujo de caja sin financiamiento, se observa un VAN de USD 18.828, una TIR de 28% y una TMAR de 13,5%. Por lo que se determina que el proyecto va a ser rentable.

5.17.1. Flujo de caja sin financiamiento

Cuadro Nro 60
Flujo de caja sin financiamiento.

Rubros	0	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		90.958	107.194	126.328	148.877	175.452
Costos Variables		27.126	32.055	37.880	44.762	52.896
Costos Fijos		49.901	58.968	69.682	82.344	97.306
Depreciación		3.647	3.647	3.647	2.747	2.732
Amortización Intangibles		154	154	154	154	154
Utilidad antes de impuesto		10.129	12.369	14.964	18.870	22.364
Impuesto		3.672	4.484	5.425	6.840	8.107
Utilidad Neta		6.457	7.885	9.540	12.030	14.257
Depreciación		3.647	3.647	3.647	2.747	2.732
Amortización Intangibles		154	154	154	154	154
Inversión Inicial	-35782,4					
Inversión capital de trabajo	-2614					
Amortización deuda						
Valor de desecho						22.354
Flujo de caja	-38.397	10.259	11.687	13.341	14.931	39.498
Valor actual del flujo	57.225					
VAN	18.828					
TIR	28%					

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

5.17.2. Flujo de caja con financiamiento

Cuadro Nro 61

Flujo de caja con financiamiento

Rubros	0	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos		90.958	107.194	126.328	148.877	175.452
Costos Variables		27.126	32.055	37.880	44.762	52.896
Costos Fijos		49.901	58.968	69.682	82.344	97.306
Interés préstamo		1.861	1.534	1.186	815	420
Depreciación		3.647	3.647	3.647	2.747	2.732
Amortización Intangibles		154	154	154	154	154
Utilidad antes de impuesto		8.268	10.835	13.779	18.055	21.944
Impuesto		2.997	3.928	4.995	6.545	7.955
Utilidad Neta		5.271	6.908	8.784	11.510	13.989
Depreciación		3.647	3.647	3.647	2.747	2.732
Amortización Intangibles		154	154	154	154	154
Inversión Inicial	-35782,4					
Inversión capital de trabajo	-2614					
Préstamo	28.626					
Amortización deuda		5.028	5.355	5.703	6.073	6.468
Valor de desecho						22.354
Flujo de caja	-9.771	4.045	5.354	6.883	8.338	32.762
Valor actual del flujo	42.383					
VAN	32.612					
TIR	65%					

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

En el flujo de caja con financiamiento, se observa un VAN de 32.612, una TIR de 65% y una TMAR de 7,9%. Por lo que se determina que el proyecto va a ser rentable e incluso presenta mejores expectativas con financiamiento.

5.17.3. Cálculo del VAN sin financiamiento

Para el cálculo del VAN mediante fórmula, corresponde dividir el valor de cada flujo para $(1 + i)^t$ y restar la inversión inicial.

VAN	(38.397)	<u>10.259</u>	<u>11.687</u>	<u>13.341</u>	<u>14.931</u>	<u>39.498</u>
		1,13	1,29	1,46	1,66	1,882
	(38.397)	9040	9074	9128	9001	20982
	18.828	(38.397)	57225			

5.17.4. VAN con financiamiento

Igual tratamiento del cálculo del VAN, corresponde dividir el valor de cada flujo para $(1 + i)^1$ y restar la inversión inicial. En esta fase se incluye los servicios de deuda. (Intereses).

VAN	(9.771)	<u>4.045</u>	<u>5.354</u>	<u>6.883</u>	<u>8.338</u>	<u>32.762</u>
		1,08	1,16	1,26	1,36	1,462
	(9.771)	3749	4599	5479	6152	22404
	32.612	(9.771)	42383			

5.17.5. Cálculo del TIR sin financiamiento

Igual tratamiento del cálculo del VAN, corresponde dividir el valor de cada flujo para $(1 + i)^1$ y restar la inversión inicial. En esta fase se incluye los servicios de deuda (Intereses). La tasa que hace que VAN sea cero es 28,2%.

TIR	(38.397)	<u>10.259</u>	<u>11.687</u>	<u>13.341</u>	<u>14.931</u>	<u>39.498</u>
		$(1+r)^1$	$(1+r)^2$	$(1+r)^3$	$(1+i)^4$	$(1+r)^5$
	(38.397)	<u>10.259</u>	<u>11.687</u>	<u>13.341</u>	<u>14.931</u>	<u>39.498</u>
		1	2	2	3	3
	-38397	8003	7113	6335	5531	11415
	-38397	38397				

5.17.6. TIR con financiamiento

TIR	(9.771)	<u>4.045</u>	<u>5.354</u>	<u>6.883</u>	<u>8.338</u>	<u>32.762</u>
		(1+r) ¹	(1+r) ²	(1+r) ³	(1+i) ⁴	(1+r) ⁵
	(9.771)	<u>4.045</u>	<u>5.354</u>	<u>6.883</u>	<u>8.338</u>	<u>32.762</u>
		2	3	4	7	12
	-9771	2453	1969	1535	1128	2686,59
	-9771	9771				

Igual tratamiento del cálculo que el cálculo del VAN, corresponde dividir el valor de cada flujo para $(1 + r)^1$ y sumar el valor de la inversión inicial. En esta fase se incluye los servicios de deuda, intereses). La tasa que hace que VAN sea cero es 65%

5.17.7. Cálculo del beneficio/costo sin financiamiento

Cuadro Nro 62
Relación Beneficio/Costo sin financiamiento

Ano	Beneficios	Beneficios descontados	Costos	Costos descontados
		13,49%	(38.397)	
2012	90.958	\$ 80.148,27	80.829	\$ 71.223
2013	107.194	\$ 83.229,57	94.825	\$ 73.626
2014	126.328	\$ 86.429,32	111.364	\$ 76.191
2015	148.877	\$ 89.752,09	130.008	\$ 78.376
2016	175.452	\$ 93.202,60	153.088	\$ 81.322
Relación Beneficio/Costo			1,15	

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

R; B/C > 1; Viable

R; B/C = 1; Indiferente

R; B/C < 1; No viable

5.17.8. Cálculo del beneficio/costo con financiamiento

Cuadro Nro. 63

Relación Beneficio/Costo con financiamiento

Ano	Beneficios	Beneficios descontados	Costos	Costos descontados
2012	90.958	\$ 84.300	82.689	\$ 76.637
2013	107.194	\$ 92.076	96.359	\$ 82.769
2014	126.328	\$ 100.570	112.549	\$ 89.600
2015	148.877	\$ 109.846	130.823	\$ 96.525
2016	175.452	\$ 119.979	153.508	\$ 104.973
Relación Beneficio/Costo			1,14	

Fuente: "Químicos Benavides&Rocha"

Elaborado por: Mauricio Benavides

R; B/C > 1; Viable

R; B/C = 1; Indiferente

R; B/C < 1; No viable

En el análisis de la relación Beneficio/Costo, se descontaron los beneficios y los costos con el valor de R que es de 7,9%.

5.17.9. Tiempo de recuperación de la inversión, sin financiamiento

Cuadro Nro 64

Tiempo de recuperación de la inversión

13,49%

	0	2012	2013	2014	2015	2016
	-38397	10.259	11.687	13.341	14.931	39.498
FE	\$ 57.225	-28138	-16451	-3110		
VAN	\$ 18.828					
TIR	28%					
				-3110	12	30
TR			-0,20828216	14931	-2,4994	-15
			TR	3 años	2 m	15 d

Fuente: Flujo de Caja sin financiamiento

Elaborado por: Mauricio Benavides

El tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años, 2 meses y 15 días.

5.17.10. Tiempo de recuperación de la inversión con financiamiento

Cuadro Nro 65

Tiempo de recuperación de la inversión

7,9%

	0	2012	2013	2014	2015	2016
	-38397	4.045	5.354	6.883	8.338	32.762
FE	\$ 42.383	-34352	-28997	-22115	-13776	
VAN	\$ 32.612					
TIR	0,65					
					-13776	12
TR			-0,420	32.762	-5,05	30
			TR	4 años	5 meses	

Fuente: Flujo de Caja con financiamiento, TMAR 7,9%

Elaborado por: Mauricio Benavides

El tiempo de recuperación de la inversión con financiamiento es de 4 años, 5 meses. Como se puede apreciar, en el flujo de caja con financiamiento, tiene un periodo de recuperación de la inversión más largo.

C A P Í T U L O 6

6. IMPACTOS

6.1. *Análisis de impactos del estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*

Los impactos constituyen las posibles consecuencias que pueden causar en el momento de la implementación del proyecto. Por lo que se evaluaron de manera cualificada y cuantificada., ya que, generarán impactos de tipo administrativo, educativo, económico, social, empresarial, comercial y ambiental y que sin duda, afectará al sector y entorno de la microempresa, en forma positiva y negativa.

Para expresar los resultados de los impactos, es importante valorar a través, de indicadores, cada variable, asignando un parámetro de valoración cuantitativa y cualitativa a cada una. Para lo que se utilizará la siguiente escala:

Cuadro Nro 66

Escala de Valoración Cualitativa y Cuantitativa

Impacto	Valoración
Positivo Alto	3
Positivo Medio	2
Positivo Bajo	1
No hay Impacto	0
Negativo Bajo	-1
Negativo Medio	-2
Negativo Alto	-3

6.2. Impactos e indicadores de análisis, en torno a la implementación de la microempresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

6.2.1. Impacto Administrativo

Es el resultado que se espera lograr en el manejo administrativo de la empresa, para lo que se ha seleccionado indicadores que cumplirán con el propósito de mejorar la eficiencia, eficacia, efectividad y control en las actividades de planeación, organización, dirección y control, para alcanzar los objetivos de producción de gel antiséptico “Bactigel”, “Químicos Benavides&Rocha”; utilizando recursos económicos, humanos, materiales y tecnológicos.

Cuadro Nro 67

Impacto administrativo

Nivel de Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Eficiencia							3	3
Eficacia							3	3
Efectividad							3	3
Control							3	3
Total							12	12

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

12

Elaborado por: Mauricio Benavides

$$\text{Impacto administrativo} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ. \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto administrativo} = \frac{12}{4}$$

$$\text{Impacto administrativo} = 3$$

Con la implementación de la microempresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, se espera trabajar con indicadores óptimos de eficiencia, eficacia, efectividad y control; con rangos positivos altos, a través del apoyo de las fases del proceso administrativo. Ya que de esta manera, se estaría aprovechando una estrategia competitiva a través de la utilización de herramientas de tipo organizacional.

6.2.2. Impacto Financiero

El impacto financiero que se espera lograr en la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, estará en función de la combinación de los recursos propios y ajenos, para el mejoramiento de la rentabilidad. Por lo que el reto para la gerencia y el equipo de trabajo es incrementar el nivel de ventas, reducir los costos, aprovechar la capacidad instalada de la microempresa, practicar en las actividades diarias el control previo, control concurrente y posterior, encaminados a disminuir al máximo las pérdidas y a maximizar la rentabilidad.

Cuadro Nro. 68
Impacto Financiero

Nivel de Impacto	-	-	-	0	1	2	3	Total
Indicadores	3	2	1	0	1	2	3	
Ventas							3	3
Costo de operación							3	3
Financiamiento							3	3
Negociación							3	3
Rentabilidad							3	3
Total	0	0	0	0	0	0	15	15

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

15

$$\text{Impacto Financiero} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Financiero} = \frac{15}{5}$$

Impacto financiero = 3

El impacto financiero que se espera lograr como resultado de la implementación de la microempresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, en la ciudad de Ibarra, es un nivel positivo alto; ya que el producto tendrá características excelentes en calidad, cantidad, precio, distribución y promoción. Por lo que, se necesitará de una buena gestión financiera, que se apoyará en la excelente gestión administrativa para lograr los objetivos institucionales.

6.2.3. Impacto Social

Es el cambio que se espera lograr, con la implementación de la microempresa, de producción y comercialización de “gel antiséptico”; para que contribuya a la mejora de la calidad de vida de la población a través, del uso adecuado del producto, la creación de fuentes de trabajo, el aporte para el pago de arriendo o pago de cuota de vivienda y la posibilidad de comprar medicamentos, para disponer de una buena salud.

Cuadro Nro 69
Impacto Social

Nivel de Impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Calidad de vida							3	3
Trabajo						2		2
Vivienda						2		2
Salud							3	3
Total	0	0	0	0	0	4	6	10

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides & Rocha”
Elaborado por: Mauricio Benavides

10

$$\text{Impacto Social} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ. \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{10}{4}$$

Impacto Social = 2,50

Los indicadores seleccionados para analizar el impacto social, dan como resultado un valor positivo alto, en calidad de vida y salud; en cambio que en trabajo y vivienda dan un valor positivo medio, ya que, con la implementación de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, se espera contribuir medianamente, en fuentes de trabajo y vivienda.

6.2.4. Impacto Económico

El impacto económico como resultado de la implementación de la microempresa de producción y comercialización de “gel antiséptico”, se verá reflejada en el nivel de eficiencia económica; por medio, de los indicadores que relacionen la totalidad de los costos y beneficios resultantes del proyecto.

Cuadro Nro. 70
Impacto económico

Nivel de Impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Costos							3	3
Ingresos							3	3
Utilidad							3	3
Desperdicios							3	3
Tecnología					1			1
Total	0	0	0	0	1	0	12	13

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

13

$$\text{Impacto económico} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

13

$$\text{Impacto económico} = \frac{13}{5} = 2,6$$

Impacto Económico = 2,6

Con la implementación de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, se prevee lograr un impacto positivo alto, apoyados en la reducción de costos, maximización de los beneficios, bajo nivel de desperdicios, para obtener un nivel de utilidades, que le permita a la empresa tener estabilidad y un crecimiento sostenido. Sin embargo, en cuanto a tecnología se espera tener un impacto positivo bajo, ya que se dispondrá de instrumentos y máquinas elementales, para el proceso de producción.

6.2.5. Impacto Empresarial

Con la implementación de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, el impacto empresarial que se espera lograr, será resultado de una buena gestión, métodos de trabajo adecuados a las necesidades de la empresa y producto, mejora continua a través, de elementos básicos de estadística, innovación permanente en el Marketing Mix y trabajo en equipo. Con estos componentes la microempresa, de producción de gel antiséptico, está a la vanguardia y mantendrá un alto grado de versatilidad.

Cuadro Nro 71
Impacto Empresarial

Nivel de Impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Gestión empresarial							3	3
Métodos de trabajo							3	3
Mejora continua							3	3
Innovación							3	3
Trabajo en equipo							3	3
Total	0	0	0	0	0	0	15	15

Fuente: Estudio Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

15

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{15}{5} = 3$$

Impacto Empresarial = 3

Para lograr un buen impacto empresarial es importante conjugar todos los elementos disponibles, que en este caso constituyen las estrategias, manifestados a través, de indicadores con un nivel positivo alto. Los indicadores como la innovación, mejora continua, trabajo en equipo, están de moda en los momentos actuales que la competencia se acentuado. Y si no se está en sintonía con los cambios, las empresas en un momento dado, quedan fuera del mercado.

6.2.6. Impacto Comercial

En este epígrafe se describe los indicadores para medir el impacto comercial. Todo tiene que estar bien en una empresa; por ello, se pondrá mucho énfasis en la

segmentación, calidad del producto, calidad de servicio al cliente, precios de mercado y competitividad.

Cuadro Nro 72
Impacto Comercial

Nivel de Impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Segmentación							3	3
Calidad del producto							3	3
Calidad de servicio al cliente							3	3
Precios de mercado							3	3
Competitividad							3	3
Canales de distribución							3	3
Total							18	18

Fuente: Estudio de Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

18

$$\text{Impacto Comercial} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Comercial} = \frac{18}{6} = 3$$

Impacto Comercial = 3

Para lograr un buen posicionamiento en el mercado, lo primero es que la segmentación esté bien realizada, que los precios estén acorde y en concordancia con los del mercado y en sintonía con la calidad del producto; y para lograr el impulso hacia el mercado exista canales de distribución con poder de negociación, una adecuada promoción y un servicio esmerado al cliente.

6.2.7. Impacto Ambiental

Con la implementación de la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”, se espera tener un impacto que será medido de indicadores acordes a la temática ambiental, como políticas empresariales respecto a la conservación del medio ambiente, procedimientos para el personal interno y clientes, capacitación de personal interno y clientes, respecto a la importancia sobre el manejo de desechos para la conservación del medio ambiente, con un reciclaje fácil y efectivo y una

comunicación fluida con las entidades de administración y tratamiento de desechos.

Cuadro Nro 73
Impacto Ambiental

Nivel de Impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Políticas							3	3
Procedimientos							3	3
Capacitación de personal							3	3
Reciclaje							3	3
Administración de desechos				0				0
Tratamiento de desechos				0				0
Total							12	12

Fuente: Estudio de Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”
Elaborado por: Mauricio Benavides

12

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{12}{6} = 2$$

Impacto Ambiental = 2

Como resultado del análisis de los indicadores, se prevee tener resultados positivos altos en políticas, procedimientos, capacitación de personal y reciclaje, ya que están al alcance de la microempresa, en cambio, que la administración y tratamiento de los desechos tendrán un impacto cero, ya que poca o ninguna incidencia se tendrá sobre las instituciones que se encargan de estas actividades, que en este caso, es el Ilustre Municipio de Ibarra.

6.2.8. Impacto General

Cuadro Nro 74
Impacto General

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Impacto administrativo							3	3
Impacto financiero							3	3
Impacto social						2,5		2,5
Impacto económico						2,6		2,6
Impacto empresarial							3	3
Impacto comercial							3	3
Impacto ambiental						2		2
Total	0	0	0	0	0	7,1	12	19,10

Fuente: Estudio de Factibilidad “Químicos Benavides&Rocha”

Elaborado por: Mauricio Benavides

19,1

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{19,10}{7} = 2,73$$

Impacto General = 2,73

Como resultado de la evaluación de los impactos a través, de los indicadores, se obtuvo una puntuación general de 2,73 que está entre positivo medio y positivo alto. También se puede observar en el Cuadro N° 74, que los resultados que tienen mayor peso corresponden al impacto administrativo, financiero, empresarial, comercial. Sin embargo presenta debilidades los impactos social, económico y ambiental, ya que presentan variables que no pueden ser controlables, por la microempresa “Químicos Benavides&Rocha”.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

CONCLUSIONES

Las pandemias gripales son comunes a nivel mundial y la protección de nuestra salud esta totalmente en nuestras manos, de igual manera, enfermedades estomacales provocadas por la ingesta de alimentos sin la debida asepsia.

El tema tiene como objetivo principal la producción, elaboración y comercialización del gel antiséptico, en la ciudad de Ibarra, para lo cual se tomó como mercado objetivo a los hoteles, restaurantes, negocios de la ciudad, siendo estos posibles clientes potenciales.

Para una comprensión más clara el presente texto los términos definidos en el marco teórico nos ayudan a entender mejor tanto las expresiones técnicas, como la económica y financiera.

Luego de haber realizado la investigación de mercado en la ciudad de Ibarra, se obtuvo como resultado una demanda insatisfecha de 1812 negocios no atendidos.

Los futuros consumidores del gel antiséptico manifestaron sus preferencias en relación al olor, diseño y forma de distribución en la cual preferían que sea al domicilio de su negocio, el aroma preferido fue el floral y el nombre del producto que les gusta es Bactigel.

La microempresa, llamada “Químicos Benavides&Rocha” perseguirá fines comerciales y económicos, con principios y valores sociales ante la comunidad.

La organización y las funciones de las personas que integrarán el equipo humano, dentro de la empresa están plenamente detalladas, con sus respectivas funciones y deberes, lo que servirá de guía, para el perfecto funcionamiento de la microempresa.

Como se puede ver el costo más significativo en la elaboración del gel antiséptico, es el envase y etiquetas, se evaluó con estos precios, ya que son los que están establecidos, en el mercado, de la ciudad de Ibarra.

Es importante indicar que la evaluación económica y financiera de la tesis, se la ha realizado en la hoja electrónica Excel, lo cual nos servirá como ejemplo para futuros proyectos, esta herramienta es bastante versátil para los fines esperados en el proyecto

La presente investigación nos demuestra que la implementación de una microempresa, de gel antiséptico es rentable, y se lo ha determinado, mediante las herramientas financieras conocidas.

Y no cabe duda, que las consecuencias de implantar una microempresa de este tipo, en la ciudad de Ibarra, sería algo que va a dinamizar la economía de la ciudadanía, y los impactos valorados, cualitativamente y cuantitativamente lo demuestran.

RECOMENDACIONES

Nuestras manos son portadoras de infinidad de flora bacteriana y para la preparación o consumo de alimentos se debe eliminar estas bacterias por medio de un buen hábito, la utilización de agua y jabón y como complemento, el gel antiséptico especialmente, por su propiedad esterilizante.

Es menester hacer hincapié en que los principales consumidores de gel antiséptico, debe ser los negocios de restaurantes, hoteles, o fábricas, que produzcan productos alimenticios.

Leer el marco teórico, para una mejor comprensión del producto y lo términos utilizados en el presente estudio de factibilidad

La fragancia escogida para el gel antiséptico es la floral y su distribución debe hacerse al domicilio del negocio, por la preferencia manifestada por los futuros consumidores.

El éxito de un negocio dependerá en gran manera de la planificación, y organización que se realice con un equipo de trabajo de excelencia, los cuales tienen que tener muy clara la misión y visión microempresarial, en otras palabras se depende del talento humano, que trabaje con valores, principios y que tenga conciencia de que está haciendo un bien para la comunidad.

Tanto las estrategias operacionales, como financieras nos dan una visión de cómo funcionará la microempresa y nos brinda los diferentes parámetros para poner en funcionamiento, la producción del gel antiséptico

En otros mercados, de las ciudades más industrializadas, se puede localizar empresas dedicadas al plástico inyectado el cual abaratará costos en relación a embases para el producto, ya que estos, son los más significativos en el proyecto.

Como se mencionó anteriormente las hojas electrónicas para la evaluación económica y financiera del proyecto, fueron realizadas en Excel, pero por su sencillez en cálculos es posible migrarla fácilmente a otra hoja electrónica, de licencia freeware como es Calc de Openoffice, lo cual reduciría en costos.

Hay que ser cautos en el negocio, la identificación, formulación y evaluación de un negocio no significa el éxito del mismo, lo que hace es reducir el riesgo de la inversión.

Finalmente, este proyecto productivo, al implementarlo, será de ventaja positiva tanto para la ciudad, como la provincia, ya que no solo puede ser aplicado al gel antiséptico, sino a productos complementarios, ampliando y generando riqueza para la ciudad, provincia y país; si los productos de esta microempresa naciente, se logrará, exportar, sería gracias a conseguir un buen equipo de trabajo, para que se manifiesten todos los objetivos de la microempresa.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIGRAFÍA

AVILA BARAY, Luis Introducción a la metodología de la investigación, México 2006

BACA URNINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta Edición, Colombia 2000

CD EDICIONES DIDÁCTICA MULTIMEDIA, Contabilidad de Costos, Edición electrónica, España

CHIAVENATO Idalberto, Administración de Recursos Humanos, McGraw-Hill, Quinta Edición, Colombia 2000

CHILQUINGA JARAMILLO, Manuel, Costos, Offset GRAFICOLOR, Primera Edición, Ecuador 2007

Diccionario de bolsa, Edición electrónica, 2003

ESCORSA Y VALLS, Tecnología e innovación en la empresa, Dirección y Gestión,

FIGUEROA, Vernor, Aplicaciones prácticas de las NIIF, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Costa Rica 2007

FONCREI, Manual para la Formulación y Evaluación de Proyectos

HARGADON, Bernard Jr, Principios de Contabilidad, Editorial Norma, Quito 2000

JACOME, Walter, Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Ibarra- Ecuador 2005

KOTHLER Philip, Dirección de Marketing, Análisis, Planificación, Gestión y Control, Prentice Hall, Duodécima Edición, Madrid 2006

MAGILL Jhon H., Microempresas y microfinanzas en el Ecuador, USAID, 2005

MEIGS Robert F, Contabilidad: La base para decisiones Gerenciales,

MICROSOFT, Microsoft Encarta 2009, Edición electrónica, 2008

MONCHON Francisco y BEKER Víctor, Economía Principios y Aplicaciones, McGraw-Hill, Cuarta Edición, Argentina 2008

MOYER, McGUIGAN Y KRETLOW, Administración financiera contemporánea, Thomson, Novena edición, Mexico 2005

MURRAY, Patrick ROSENTAL Ken y PFALLER Michael, Microbiología Medica, Elsevier, España 2006

RACKHAM, Neil, Cómo vender productos de alta inversión, Editorial Norma 2.006

ROBBINS Stephen, Administración, Editorial PrenticeHall, Séptima edición 2000

RODRIGUEZ Carlos E, Diccionario de Economía, Edición electrónica,

RUIZ, Ramón, Historia y Evolución del pensamiento científico, México 2006

SAPAG CHAING Nasir y SAPAG CAHING Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Segunda Edición, México 1991

SIGALES Alberto, La naturaleza de la riqueza,

TORRES RODRIGUEZ Luis, Creación y Formalización de la Microempresa civil, Fundación Avanzar, Séptima Edición, Ecuador 2008

ZAPATA SÁNCHEZ Pedro y ZAPATA SÁNCHEZ Mercedes, Introducción a la Contabilidad y Documentos Mercantiles, Holo, Ecuador 2003

LINKOGRAFIA

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/>

<http://fnce.ec/colegios-filiales/colegio-de-contadores-de-imbabura/>

http://noticias.aol.com/articulos/_a/influenza-humana/20090424075609990001

<http://vlex.com/source/claves-para-crear-empresa-1114>

<http://www.ccpp.org.ec/web/>

<http://www.cfn.fin.ec/>

http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/browse/5/ir_a/lista-imbabura/article/-5fcf93e3b8.html

<http://www.crearempresas.com/guiacrearepresas.htm>

<http://www.emprendedores.org.ec/>

<http://www.hechos.tv/bienestar/como-hacer-un-gel-antibacterial-en-casa/v/5221>

<http://www.mcpec.gob.ec>

<http://www.mipro.gob.ec/>

<http://www.msp.gov.ec/dps/imbabura/>

<http://www.revistalideres.ec/>

<http://www.tramitesciudadanos.gob.ec>

www.1000ideasdenegocios.com

www.iess.gov.ec

www.monografias.com

www.sri.gov.ec

www.supercias.gov.ec

www.wikipedia.com