



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de “Naked” Shampoo en Barra, sector de Cumbayá - Quito”.

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

AUTOR: Karen Alejandra Fiscal Calvopiña

TUTOR: Ing. Juan Carlos Chiriboga

D.M. Quito, 28 de febrero 2023

DEDICATORIA

A las mujeres más importantes de mi vida: mi madre que nunca dejó de apoyarme, mi hija por ser mi maestra y ejemplo de tenacidad, mi hermana por motivarme a cumplir con este reto, por ser mi compañera de carrera y de estudios. A mi compañero de vida, quien con amor y paciencia ha sabido apoyarme en todo momento y siempre motivarme a ser mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por guiarme en el camino y darme la oportunidad de cumplir un reto más en mi vida. A mis familiares y amigos que me apoyaron incondicionalmente y me motivaron para alcanzar el objetivo propuesto.

A todos los docentes por compartir sus conocimientos de manera profesional, por su dedicación, perseverancia y tolerancia. A mi tutor por su guía, dedicación y paciencia que me han permitido culminar esta etapa con éxito. Al Instituto por abrirme las puertas, enriquecer mis conocimientos y brindarme la oportunidad de ser profesional.

AUTORIA

Yo, Karen Alejandra Fiscal Calvopiña autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Karen Alejandra Fiscal Calvopiña

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

Ing. Juan Carlos Chiriboga
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Juan Carlos Chiriboga.

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El **Ing. Juan Carlos Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. Karen Alejandra Fiscal Calvopiña por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Sra. Karen Alejandra Fiscal Calvopiña realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un local para la producción y venta de “Naked” Shampoo en Barra, ubicado en el sector de Cumbayá en la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Carlos Chiriboga**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Carlos Chiriboga** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Karen Alejandra Fiscal Calvopiña, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un local para la producción y venta de “Naked” Shampoo en Barra, ubicado en el sector de Cumbayá en la ciudad de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Ing. Juan Carlos Chiriboga

Karen Alejandra Fiscal Calvopiña

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS.....	14
RESUMEN.....	15
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
Creación de la empresa	17
Descripción de la empresa	17
Importancia	17
Características	18
Actividad.....	19
Tamaño y distribución de la empresa	19
Estudio arquitectónico.....	20
Estructura interna del establecimiento	20
Necesidades que satisfacer.....	21
Necesidades Básicas	22
Necesidad de Autorrealización	22
Localización de la empresa	23
Filosofía empresarial.....	24
Misión	24
Visión	24
Objetivos	24
Meta	25
Estrategias	25
Políticas.....	27
FODA	28
Fortalezas	28
Oportunidades	28
Debilidades.....	29

Amenazas	29
Desarrollo organizacional	30
Tipo de Estructura.....	30
Procesos Estratégicos.....	30
Procesos Operacionales.....	31
Procesos de apoyo.....	31
Formalización.....	32
Centralización – Descentralización.....	32
Integración	33
Organigrama empresarial.....	33
Funciones del personal.....	35
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	38
Objetivo de mercadotecnia.....	38
Investigación de mercado.....	38
Modalidad	39
Plan de Muestreo.....	39
Análisis de las encuestas	41
Pregunta 1.	41
Pregunta 2.	42
Pregunta 3.	43
Pregunta 4.	44
Pregunta 5.	45
Pregunta 6.	46
Pregunta 7.	47
Pregunta 8.	48
Análisis General.....	49
ENTORNO EMPRESARIAL.....	51
Microentorno.....	51
Competencia directa.....	52
Competencia indirecta.....	53
Sustitutos.....	54
Proveedores.....	54
Intermediarios	55

Clientes.....	55
Macroentorno	56
Factor Político	57
Factor Económico	57
Factor Sociocultural	58
Factor Ambiental.....	58
Producto y servicio.....	59
Producto Esencial.....	59
Producto real	60
Características	60
Calidad	61
Estilo	61
Marca	61
Producto aumentado.....	62
PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	63
Distintivos y Uniformes	63
Materiales de identificación	66
Imagotipo	66
Tarjetas de presentación.....	67
Hoja membretada	68
Canal de distribución y puntos de ventas.....	70
Promoción	70
Contacto	70
Correspondencia.....	71
Negociación	71
Financiamiento.....	71
Riesgo y oportunidades del negocio	71
Fijación de Precios	73
Fijación de precios por receta estándar	73
IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO.....	76
Arriendo del local.....	76
Equipos industriales	76
Equipos de computación	76

Muebles y enseres	77
Equipos industriales de seguridad.....	77
Suministros de oficina.....	78
Servicios básicos.....	78
Materiales de limpieza	79
Estudio arquitectónico.....	79
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	80
Servicio de Rentas Internas / SRI	80
Patente Municipal	81
LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)	81
Permiso de funcionamiento ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – Ministerio de Salud Pública).....	82
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	83
Ministerio de Relaciones Laborales (MRL).....	83
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	84
Objetivos Sociales.....	85
Igualdad de género.....	85
Trabajo decente y crecimiento económico.....	85
Objetivos Ambientales.....	86
Acción por el clima.....	86
Producción y consumo responsable	86
PROCESO FINANCIERO	88
Introducción	88
Inversión.....	88
Activos fijos	88
Capital de trabajo	89
Inversión total	90
Sueldos	91
Beneficios legales	91
Depreciación de activos fijos	92
Tabla de amortización capital financiado	93
Estructura de capital.....	94

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).....	95
Punto de equilibrio.....	95
Margen de contribución.....	96
Costo de ventas.....	97
Flujo de caja.....	98
Cálculo del VAN y el TIR.....	99
VAN (Valor Actual Neto) o VPN.....	99
Interpretación VAN.....	100
Tir (Tasa Interna de Retorno).....	100
Interpretación del TIR.....	101
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
Conclusiones.....	102
Recomendaciones.....	104
Referencias.....	105
ANEXOS.....	109
Anexo 1: Formulario de la encuesta.....	110
Anexo 2. Equipos industriales, Naked.....	112
Anexo 3. Equipos de computación.....	113
Anexo 4. Muebles y Enseres.....	114
Anexo 5. Equipos Industriales de seguridad.....	117
Anexo 6. Suministros de oficina.....	118
Anexo 7. Insumos de limpieza.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador	35
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Ingeniera Química.....	36
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, vendedor.	37
Tabla 4. Pregunta 1. ¿Estarías dispuesto a probar el shampoo en barra?.....	41
Tabla 5. Pregunta 2. ¿Alguna vez has utilizado shampoo en barra?.....	42
Tabla 6. Pregunta 3. ¿Qué información es importante para usted al momento de comprar un shampoo?.....	43
Tabla 7. Pregunta 4. ¿Cuánto le dura una botella mediana de shampoo líquido?.....	44
Tabla 8. Pregunta 5. ¿Qué tan importante es para ti el cuidado del cabello?.....	45
Tabla 9. Pregunta 6. ¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?	46
Tabla 10. Pregunta 7. Cuánto estarías dispuesto a pagar por una barra de shampoo sólido?.....	47
Tabla 11. Pregunta 8. Dónde sueles comprar tu shampoo?	48
Tabla 12. Tabla de Proveedores de Naked.....	55
Tabla 13. Financiamiento de la publicidad contratada para Naked.	71
Tabla 14. Shampoo en barra crazy coconut, receta estándar de costos.....	74
Tabla 15. Shampoo en barra sweet lavanda, receta estándar de costos.....	75
Tabla 16. Arriendo del local.....	76
Tabla 17. Equipos industriales	76
Tabla 18. Equipos de computación	76
Tabla 19. Muebles y enseres	77
Tabla 20. Equipos industriales de seguridad.....	77
Tabla 21. Suministros de oficina.....	78
Tabla 22. Servicios básicos	78
Tabla 23. Materiales de limpieza	79
Tabla 24. Activos fijos.	89
Tabla 25. Capital de trabajo.	90
Tabla 26. Inversión total Naked.	90
Tabla 27. Sueldos y aportaciones (IESS).	91
Tabla 28. Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.....	92
Tabla 29. Total, sueldos y beneficios legales.....	92
Tabla 30. Depreciación de activos fijos.	93
Tabla 31. Amortización capital financiado.	93
Tabla 32. Estructura del capital.....	94
Tabla 33. Costos fijos mensuales.	95
Tabla 34. Margen de contribución.	96

Tabla 35. Punto de equilibrio.	96
Tabla 36. Ventas proyectadas.	97
Tabla 37. Flujo de ventas.	98
Tabla 38. Flujo de caja.	99
Tabla 39. Valor actual neto interpretación.	100
Tabla 40. Interpretación del TIR.	101
Tabla 41. Cálculo del VAN Y TIR.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema y distribución del local y planta de “Naked”	20
Figura 2. Pirámide de Maslow.	21
Figura 3. Ubicación.....	23
Figura 4. Mapa de procesos de la empresa “Naked”	31
Figura 5. Flujo de procesos de ventas de “Naked” Shampoo en barra	33
Figura 6. Organigrama empresarial “Naked”.....	34
Figura 7. Pregunta 1. Gráfico circular.....	41
Figura 8. Pregunta 2, gráfico circular.....	42
Figura 9. Pregunta 3, gráfico circular.....	43
Figura 10. Pregunta 4, gráfico circular.....	44
Figura 11. Pregunta 5, gráfico circular.....	45
Figura 12. Pregunta 6, gráfico circular.....	46
Figura 13. Pregunta 7, gráfico circular.....	47
Figura 14. Pregunta 8, gráfico circular.....	48
Figura 15. Esquema microentorno Naked.....	51
Figura 16. Ubicación de la tienda Naked en la ciudad de Quito.....	52
Figura 17. Esquema macroentorno Naked.....	56
Figura 18. Vestimenta semi formal para el administrador.....	63
Figura 19. Delantal para personal de ventas y servicio al cliente, Naked.....	64
Figura 20. Diseño bata para personal operativo, Naked.....	65
Figura 21. Imagotipo Naked.....	66
Figura 22. Anverso tarjeta de presentación, Naked.....	67
Figura 23. Reverso tarjeta de presentación, Naked.....	68
Figura 24. Hoja Membretada, Naked.....	69
Figura 25. Objetivos de Desarrollo sostenible.....	84
Figura 26. Punto de equilibrio.....	97

“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un local para la producción y venta de “Naked” Shampoo en Barra, ubicado en el sector de Cumbayá en la ciudad de Quito.”

Karen Alejandra Fiscal Calvopiña

Ing. Juan Carlos Chiriboga

D.M. Quito 28 de febrero de 2023

RESUMEN

La industria de cosméticos, aseo y personal y cuidado del hogar es una de las más estables y rentables, y a partir de la pandemia tuvo un impulso importante en el mercado a nivel mundial. Las tendencias de consumo han ido cambiando y con ello las expectativas del consumidor que busca satisfacer sus necesidades con productos innovadores y sobre todo comprometidos con el cuidado del medio ambiente.

El presente proyecto tiene el propósito de introducir en el mercado un producto novedoso que cumpla con las necesidades tanto del consumidor como del medio ambiente. El shampoo en barra es considerado un revolucionario cosmético sustentable para el lavado diario, que cuenta con beneficios para el medio ambiente ya que elimina el uso de envases plásticos; para la salud debido a que está elaborado con productos naturales que mantienen el cabello saludable; y beneficios económicos ya que una barra de shampoo rinde más y cuesta menos que una botella de shampoo líquido.

Con el fin de determinar si el proyecto es factible, se realizó un estudio del mercado objetivo para determinar si las personas que trabajan, residen o visitan el sector de Cumbayá en la ciudad de Quito, estarían dispuestos a probar y cambiar el shampoo convencional por el shampoo en barra.

Inicialmente Naked ofrecerá a sus clientes tres tipos diferentes de shampoo, con formulaciones distintas que contengan propiedades y tratamientos específicos para el cabello normal, graso y seco. Una vez comprobada la acogida en el mercado, se plantea generar nuevos productos que cubran las necesidades y requerimientos del público objetivo.

Además, se propuso el uso de las redes sociales y medios tecnológicos para dar a conocer y comercializar el producto, para lo cual se plantearon varias estrategias de marketing como realizar campañas publicitarias en las principales redes sociales utilizando la figura de los influencers de moda y en la página web con el logotipo de la marca y fotografías de la tienda.

Mediante un análisis minucioso de los componentes económicos y según la información obtenida de los indicadores contables se pudo determinar que el proyecto es viable y factible, con una rentabilidad de \$12.649,84 y una TIR de 26,12% y con una TMAR del 13,43%.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

Naked shampoo en barra es un producto novedoso que busca cuidar el cabello de una manera más amigable con el medio ambiente y de manera natural. En la actualidad existen más personas que buscan el consumo de productos que sean naturales, ecológicos y sustentables, y que brinden más y mejores beneficios. El shampoo en barra es un producto que no utiliza envases plásticos ni productos químicos para su elaboración, por lo tanto, es una excelente alternativa eco-friendly para reemplazar al shampoo tradicional (Zamarripa, 2022).

Descripción de la empresa

Importancia

El Shampoo en barra Naked ofrece grandes beneficios para el cuidado del cabello ya que utiliza productos 100% naturales, son generalmente elaborados a mano y preparados sin químicos, colorantes o fragancias y ofrece diferentes variedades, es una alternativa ideal para hombres y mujeres de todas las edades y para todo tipo de cabello. El shampoo en barra es un producto que no requiere empaque, es un producto libre de envases plásticos por lo tanto es considerado como un revolucionario cosmético sustentable para el lavado diario.

Características

El Shampoo en barra Naked tiene un compromiso con sus consumidores y con el medio ambiente utilizando ingredientes que ayuden a reducir el impacto en el medio ambiente y la cantidad de residuos que contaminan el agua, para lo cual se cuenta con los conocimientos y experiencia de una ingeniera química, especializada en la elaboración de productos cosméticos naturales, quien ha realizado cuidadosamente las formulaciones necesarias para las diferentes presentaciones del producto y realizará el diseño de la planta para la fabricación de las barras de shampoo.

En cuanto al medio ambiente, la empresa se compromete a utilizar productos reciclados o biodegradables para la elaboración de sus empaques los mismos que serán cajas de cartulina anti grasa fabricados con fibra de caña de azúcar. De la misma manera, para la elaboración de las barras de shampoo se utilizarán ingredientes naturales como el romero, lavanda, aceite de coco, Aloe Vera y aceites esenciales.

Un beneficio económico del shampoo sólido es que debido a que su fórmula es altamente concentrada y no contiene agua, una barra puede durar hasta 80 lavadas, lo que equivale a 3 botellas medianas de shampoo líquido, por lo tanto, disminuye la frecuencia con la cual se compra el producto y supone un ahorro económico para el consumidor.

Debido a que los potenciales clientes se encuentran en las ciudades de Quito, la planta se ubicará en una zona comercial de la ciudad capital, será una pequeña planta que cuente con equipos y espacios necesarios para el proceso de elaboración del producto.

Inicialmente, se contratará los servicios de cuatro personas: un administrador que estará a cargo de la planificación estratégica y supervisión de las diferentes áreas; una persona que se encargará del proceso de producción y control de calidad del producto y una persona que trabajará en la sala de ventas, atención al cliente y caja.

Actividad

Naked es un establecimiento dedicado a la producción y comercialización de productos de aseo y cuidado personal y cosmética natural. Su principal producto es el shampoo en barra en sus diferentes presentaciones.

Tamaño y distribución de la empresa

Según el Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, una microempresa es “Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América” (INEN, 2023).

De acuerdo a esta definición, Naked será una microempresa que contará con las áreas de: administración, producción y ventas. El área de administración y ventas deberá contar con un espacio de oficina que contenga todos los equipos necesarios para su operación tales como: computador, impresora, teléfono, escritorios, internet, etc. El área de producción será un espacio de aproximadamente 60 metros donde se ubicarán las máquinas mezcladora y baño maría y es donde se llevará a cabo la elaboración y

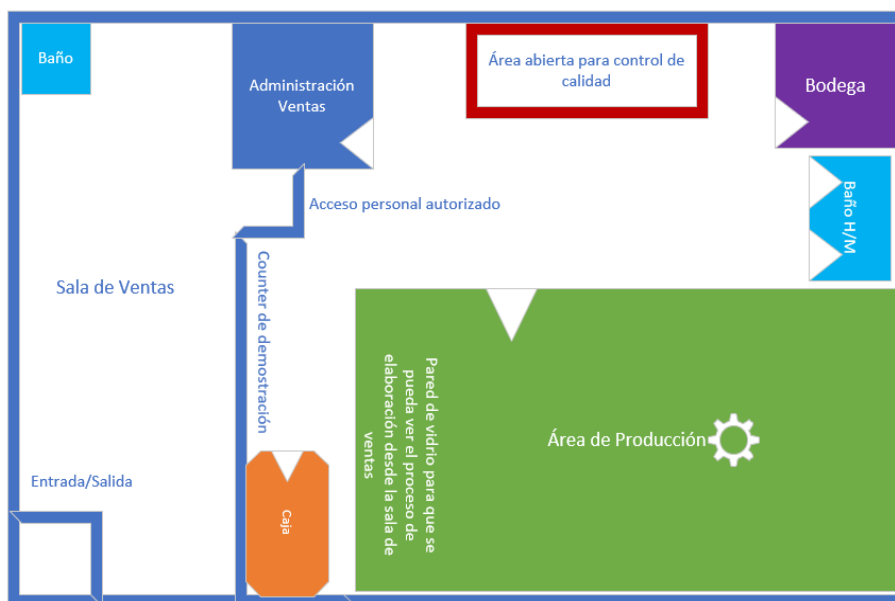
empaquetado del producto. Finalmente, la sala de ventas, será un espacio adecuado y debidamente decorado donde se exhibirán los productos elaborados para la venta final.

Estudio arquitectónico

El aforo que manejará Naked en el área de ventas, será de máximo 10 personas tomando en cuenta el diseño del local que se implementará. Se han considerado, además, espacios específicos para la sala de ventas, la oficina de administración, el counter de atención al cliente, un área de caja para cobros y entrega del producto, área de producción, una bodega, un baño para clientes y uno para empleados y un espacio abierto donde se realizará control de calidad del producto.

Estructura interna del establecimiento

Figura 1. Esquema y distribución del local y planta de “Naked”



Nota: Descripción y esquema del local Naked, elaborado por Karen Fiscal 2023

Necesidades que satisfacer

Figura 2. Pirámide de Maslow.



Nota: Descripción de la Pirámide de Maslow (WMCMF, 2022).

El objetivo de la representación de la pirámide de Maslow consiste en identificar y priorizar por niveles cuáles son las necesidades del ser humano, con el fin de alcanzar sus metas.

La pirámide de Maslow fue creada por el psicólogo humanista Abraham Maslow, es una teoría que pretende explicar de manera visual lo que impulsa y motiva la conducta humana; esta pirámide consta de cinco niveles ordenados jerárquicamente según las necesidades humanas. En el escalón inferior y como base se encuentran las necesidades fisiológicas y en los siguientes escalones se encuentran necesidades superiores que no se pueden alcanzar sin haber cubierto antes las inferiores (Web del Maestro CMF, 2020).

Necesidades Básicas

Las necesidades básicas se refieren a todos los elementos que los seres humanos necesitamos para vivir y desarrollarnos, según Maslow:

“Las necesidades básicas o fisiológicas son la base de la pirámide y sobre este nivel se construye el resto. La necesidad más básica sería la de la supervivencia física, y ésta sería la primera en motivar nuestro comportamiento. Estas necesidades son las únicas inherentes en toda persona: respirar, vestirse, alimentarse, descansar, sexo, etc. Se cubre todo lo relacionado con el ser humano para que pueda sobrevivir” (Postgrado, 2023).

En base a lo descrito y considerando que en la actualidad el shampoo se ha convertido en un producto esencial que sirve para el aseo y limpieza de las personas, Naked ha decidido crear un producto que no solo sirva para el cuidado personal, si no que contribuya con la conservación del medio ambiente.

Necesidad de Autorrealización

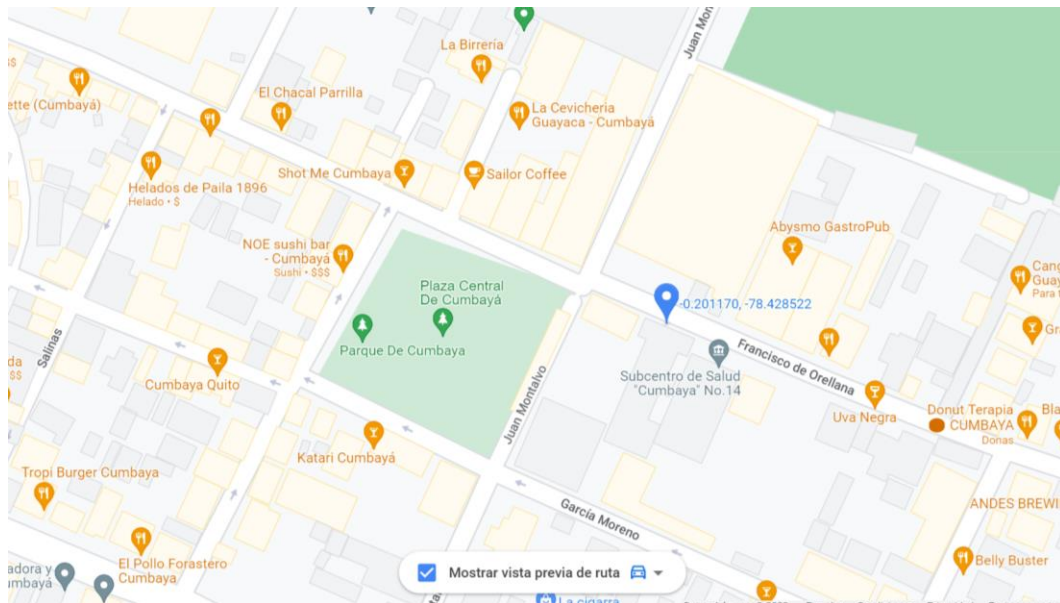
La necesidad de autorrealización se encuentra en el último nivel de la pirámide de Maslow, según la autora Ángela Casternao “Aquí, los seres humanos, utilizamos nuestros talentos y capacidades para desarrollarnos plenamente, sacando así nuestro máximo potencial y llegando al éxito personal, que será la llave para encontrar la felicidad” (Casternao, 2022).

Según lo indicado anteriormente, la marca Naked busca alcanzar sus metas y objetivos con el apoyo de todos sus colaboradores a través de capacitaciones constantes y mejoras en los procesos y equipos de producción. Además, buscará posesionarse en el mercado como una marca ecológica con productos innovadores.

Localización de la empresa

Naked estará ubicada en Ecuador, en la provincia de Pichincha, al nororiente de la ciudad de Quito, en la parroquia de Cumbaya, en las calles Francisco de Orellana y Juan Montalvo. (Ver figura 3)

Figura 3. Ubicación



Nota: Descripción de la ubicación del local Naked (Google maps, 2023).

Filosofía empresarial

Misión

La misión describe el propósito y la razón de ser de una empresa u organización y se enfoca en el cumplimiento de los objetivos. Naked es una empresa innovadora con conciencia medio ambiental que fabrica productos naturales de alta calidad para el cuidado y limpieza del cabello. Nuestra prioridad es la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes con productos de excelencia.

Visión

La visión de una empresa se refiere al logro de los objetivos a futuro, para el autor Jack Fleitman “La visión de la empresa es el camino al cual se quiere dirigir a largo plazo. Su definición sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y las de competitividad” (Fleitman, 2000).

La visión de Naked es alcanzar el liderazgo en el mercado de productos sustentables y ecológicos de higiene personal. Además, posicionar a la marca Naked en la mente de los consumidores como un producto confiable y de excelente calidad.

Objetivos

- Conservar el respeto al medio ambiente que se refleja con el uso de materias primas naturales y embalajes ecológicos.
- Promover el consumo de productos de higiene personal que no contengan envases plásticos.

- Exponer y dar a conocer el producto shampoo en barra y la marca Naked utilizando medios digitales.
- Mejorar el nivel de vida de nuestros colaboradores a través de la capacitación y el aprendizaje continuos, dándoles la oportunidad de crecimiento y realización personal.
- Mantener alianzas con marcas que compartan la misma misión y compromisos.

Meta

Implementar un local visualmente atractivo y novedoso donde se comercialice el shampoo en barra en sus diferentes variedades. Ofrecer atención de calidad y productos innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes con el fin de conseguir el reconocimiento de los consumidores en un plazo de un año.

Estrategias

La estrategia se refiere a un plan de acción que permita la consecución de los objetivos a largo plazo. Nuestra empresa busca generar las mejores estrategias para hacer llegar nuestros productos al consumidor, para lo cual se utilizará la estrategia competitiva dando a nuestro producto un valor agregado que nos permita posicionarnos en el mercado.

- Trabajar con proveedores que proporcionen alternativas para el embalaje y empaquetado de la barra de shampoo hechos en base de productos

reciclados y biodegradables, con el fin de mantener nuestro compromiso con la naturaleza y el medio ambiente.

- Planificar charlas en vivo, por Zoom, YouTube, Instagram, cada 2 meses para transmitir desde el local de Naked, para que los clientes conozcan el proceso del shampoo y motivarlos a utilizar productos que no contengan envases plásticos y que cuidan el medio ambiente.
- Estrategia de marketing, realizar campañas publicitarias en las principales redes sociales utilizando la figura de los influencers de moda y en la página web con el logotipo de la marca y fotografías de la tienda, para dar a conocer el producto shampoo en barra, sus beneficios, ofertas y promociones.
- Con el fin de ofrecer productos y servicio de calidad, el personal de Naked recibirá capacitaciones y actualizaciones continuas sobre el proceso de producción, control de calidad y servicio al cliente.
- Motivar alianzas estratégicas con marcas eco friendly, con el fin de intercambiar productos naturales o ecológicos que se puedan comercializar en la tienda Naked y viceversa.

Políticas

La Empresa

- Brindar un entorno seguro y amigable para que los colaboradores puedan cumplir con sus labores cotidianas.
- El personal que se encarga del proceso de producción deberá utilizar el equipo de protección adecuado para garantizar su seguridad.
- El personal que se encarga de atención y servicio al cliente llevará una camiseta con el logotipo de la empresa.
- El horario de atención de la tienda será de martes a sábado de 10am a 6pm.
- El personal tomará alternadamente 1 hora de almuerzo, con el fin de mantener una atención continua.
- La empresa se compromete a cancelar los salarios del personal y beneficios de ley de manera puntual.

Los trabajadores

- Utilizar y mantener las instalaciones de la empresa de manera responsable.
- Evitar el desperdicio de materia prima e ingredientes, conocer las fórmulas que se aplican a cada proceso.
- Cumplir con los horarios establecidos con puntualidad.
- Utilizar adecuadamente el equipo de protección o uniforme de la empresa.
- Participar en las capacitaciones y actualizaciones que brinde la empresa.
- Cumplir con responsabilidad las tareas asignadas a cada colaborador.

FODA

El análisis F.O.D.A es una herramienta que sirve para evaluar el desempeño de una empresa en el mercado y permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio, en base a las cuales se podrán generar estrategias efectivas para planificar el crecimiento y mejora de la organización (Raeburn, 2021). Según lo expuesto nuestra empresa va a tener las siguientes fortalezas:

Fortalezas

- Contar con personal capacitado en cosmética natural.
- Manejo de materias primas naturales que no perjudican el medio ambiente.
- Contar con un producto innovador, con la posibilidad de ampliar una línea de productos eco friendly atractivos para el público.
- Tener un equipo de trabajo comprometido y motivado, que posee habilidades y conocimiento para ofrecer servicio de calidad.

Oportunidades

- Crecimiento en el consumo de productos naturales.
- El local estará ubicado en una zona comercial del sector de Cumbaya, donde diariamente visitan estudiantes universitarios, personas que trabajan en la zona y en general habitantes de la ciudad de Quito.

- Al ser el shampoo un producto importante para el aseo personal y de consumo masivo y dado el nivel de crecimiento demográfico de las sociedades, habrá la posibilidad de crecimiento.
- Es un producto que cuida la economía de sus consumidores ya que una barra rinde más que el shampoo líquido.
- Es un producto práctico en tamaño y forma, fácil de trasladar sin temor a que se derrame.

Debilidades

- Es un tipo de empresa nueva en el mercado.
- Escasez de proveedores de productos naturales adecuados para la elaboración.
- Desconfianza de los consumidores al desconocer la calidad del producto y su efectividad en rendimiento.

Amenazas

- Con el crecimiento de la demanda han surgido competidores con productos similares.
- Alta competencia con el shampoo líquido ya que muchas personas no quieren cambiar el producto tradicional.
- Altos precios en la elaboración de maquinarias adecuadas, ya que, al ser un producto nuevo, no existen en el mercado equipos ya fabricados.
- Poca materia prima en el mercado y con precios elevados.

Desarrollo organizacional

Tipo de Estructura

La estructura organizacional es un sistema jerárquico que se utiliza para organizar y distribuir responsabilidades entre los trabajadores y las dependencias de una empresa y se plasma en un organigrama. Existen varios tipos de estructuras organizativas: funcional, horizontal, mixta, circular y vertical. Para el caso de Naked la organización de la empresa será de tipo vertical (*Ver figura 4*), en esta empresa la opinión de los trabajadores y expertos cuenta, cada uno de sus miembros estará involucrado con la planificación, procesos y la toma de decisiones de cada área. Se encuentra estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Estratégico
- Nivel de Operaciones
- Nivel de Apoyo

Procesos Estratégicos

Las socias, como propietaria y técnica (ingeniera química) serán las responsables de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

Procesos Operacionales

El operador será el encargado de la formulación, control de calidad y el proceso de producción. En la sección de ventas y caja habrá una persona a cargo de estas estaciones.

Procesos de apoyo

La gestión contable y financiera será realizada por un contador de manera eventual. La limpieza, mantenimiento y desinfección de todas las áreas será realizada por personal externo. El mantenimiento de equipos será realizado por personas autorizadas cuando se lo requiera.

Figura 4. Mapa de procesos de la empresa “Naked”



Nota: Descripción del mapa de procesos Naked, elaborado por Karen Fiscal 2023

Formalización

Naked será una empresa formalmente constituida y registrada en la Superintendencia de Compañías y cumplirá con las leyes y reglamentos impuestos por los entes de control legal y tributario. Sus procesos, estrategias y políticas estarán direccionadas a cumplir con la misión de la empresa.

La elaboración del producto shampoo en barra estará sujeto a normas y legislaciones apropiadas para el tipo de proceso de producción rigiéndose a las normativas establecidas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), entidad pública que se encarga de controlar y vigilar la calidad, seguridad, eficacia e inocuidad de los productos de uso y consumo humano (ARCSA, 2022).

Centralización – Descentralización

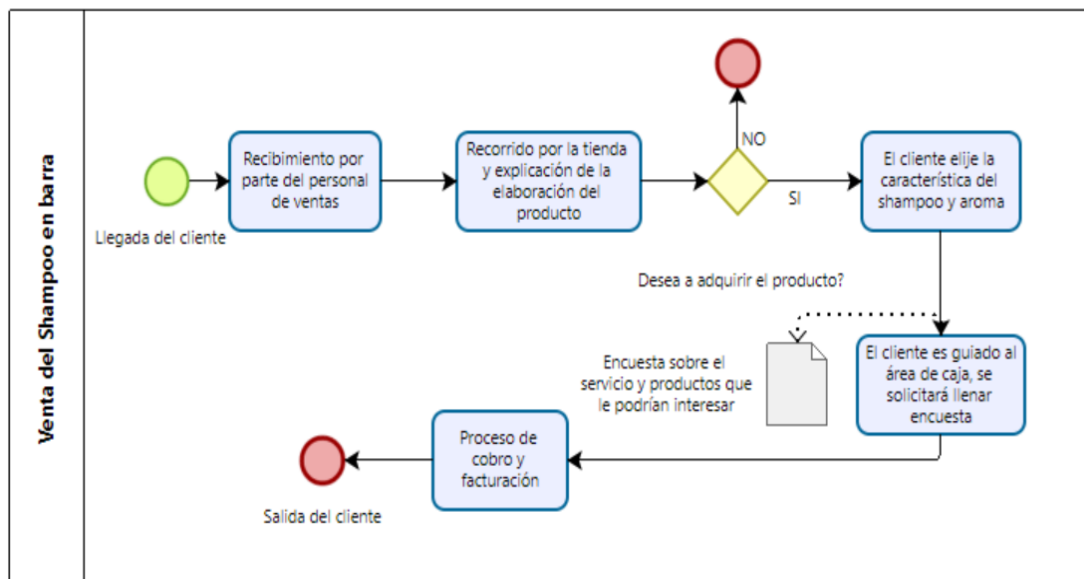
Las actividades de Naked shampoo en barra se centrarán en ofrecer atención personalizada y de calidad a sus clientes y estará orientada a satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor, lo que permitirá el posicionamiento de la marca en el mercado actual.

La descentralización se reflejará en la delegación de responsabilidades por áreas, ya que la estructura de la empresa es vertical, cada trabajador será responsable de su área de trabajo, adquisición de materia prima, del cuidado de los equipos y aportará con ideas que aporten con el crecimiento de la empresa, lo que además permitirá que los colaboradores se sientan valorados.

Integración

La integración organizacional se llevará a cabo mediante la inclusión de todas las áreas con la planificación de actividades y estrategias conjuntas y la verificación de los procesos que cada colaborador cumple con el fin de brindar a los clientes una experiencia diferente al momento de realizar su compra (Ver figura 5).

Figura 5. Flujo de procesos de ventas de “Naked” Shampoo en barra

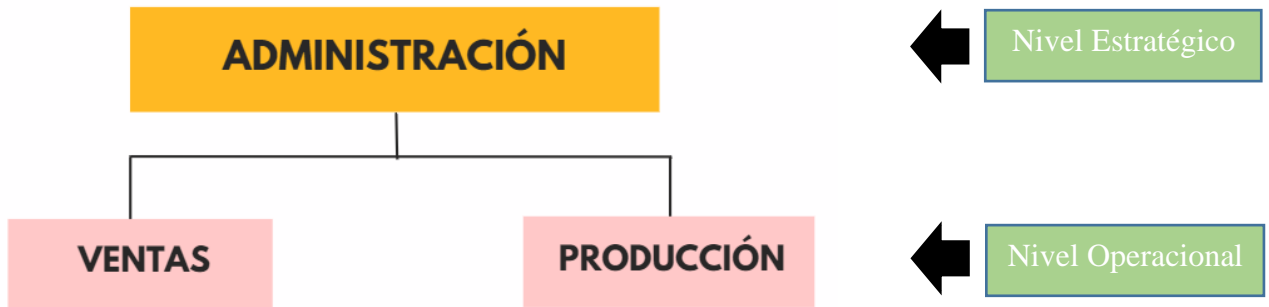


Nota: Descripción del mapa de procesos del local Naked, elaborado por Karen Fiscal

Organigrama empresarial

El organigrama empresarial es una representación visual de la cadena de mando, flujo de autoridad y comunicación entre los departamentos o equipos de trabajo dentro de una empresa. En el caso de Naked, exponemos un organigrama empresarial vertical donde la cadena de mando está bien definida y se muestra la comunicación que existe entre las diferentes áreas de trabajo.

Figura 6. Organigrama empresarial “Naked”



Nota: Descripción del organigrama empresarial de Naked, elaborado por Karen Fiscal.

Funciones del personal

Detalles generales del puesto de Administración

Empresa	Naked
Unidad administrativa	Área Administrativa.
Misión del puesto	Planificar las actividades y tomar decisiones necesarias para lograr los objetivos. Responsable de revisar y supervisar la ejecución de los procesos de todas las áreas y los equipos de trabajo. Evaluar los resultados obtenidos. Contacto con proveedores.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración.	2 años de experiencia	Conocimiento en planificación, manejo óptimo de recursos humanos, financieros y tecnológicos. Capacitación en liderazgo e innovación.	Integridad Proactividad Creatividad e innovación. Planificación y organización. Trabajo en equipo. Toma de decisiones. Responsabilidad

Nota: Descripción de la experiencia y competencia del cargo de Administrador, elaborado por Karen Fiscal.

Detalles generales del puesto de Ingeniera Química

Empresa	Naked
Unidad administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Supervisión de los procesos de producción, elaboración de fórmulas para la elaboración del producto, seguimiento al mantenimiento y buen funcionamiento de los equipos de producción.
Denominación del puesto	Ingeniera Química
Rol del puesto	Realizar las fórmulas para el producto, planificar y supervisar el proceso de producción y control de calidad.
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Ingeniera Química

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ingeniera Química	2 años de experiencia en laboratorios y formulación cosmética.	Conocimiento y dominio de fórmulas para elaboración de productos cosméticos. Cursos en planificación de procesos estratégicos Curso de liderazgo	Puntualidad Innovación Comunicación Delegación. Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo. Responsabilidad. Manejo de proveedores.

Nota: Descripción de la experiencia y competencia del cargo de Ingeniero Químico, elaborado por Karen Fiscal

Detalles generales del puesto de Vendedor

Empresa	Naked
Unidad administrativa	Área de ventas
Misión del puesto	Servicio al cliente y responsable de la caja.
Denominación del puesto	Vendedor
Rol del puesto	Servicio al cliente, organización de la sala de venta y exhibidores y cobro de las ventas realizadas.
Remuneración	\$ 450

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, vendedor.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en ventas.	Al menos 6 meses de experiencia.	Atención al cliente. Resolución y manejo de conflictos.	Compromiso. Respeto. Puntualidad. Iniciativa. Integridad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Nota: Descripción de la experiencia y competencia del personal de ventas, elaborado por Karen Fiscal

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Buscar el posicionamiento y reconocimiento del shampoo en barra como un producto innovador y sobre todo natural que aporta con el cuidado del medio ambiente, utilizando el marketing de boca a boca, los medios digitales como redes sociales y sobre todo con la implementación de un local con decoración atractiva que sugiera a los potenciales clientes visitarlo.

Investigación de mercado

Con el objetivo de establecer la aceptación y acogida del producto shampoo en barra, se hizo una investigación cuantitativa y se realizó un muestreo probabilístico. Como herramienta de la investigación se consideró la encuesta, que ayudó a determinar qué porcentaje de una población estimada compraría el producto.

Se generó una encuesta de 8 preguntas a 104 personas que estudian, trabajan y residen en el sector de Cumbaya. A partir de la información recolectada, se pudo determinar que efectivamente el shampoo es considerado un producto importante en la rutina de aseo personal y es considerado un producto de primera necesidad utilizado por todo tipo de consumidor. Los resultados de las encuestas indican que el 85% de la población estaría dispuesto a probar el shampoo en barra, lo que permite pronosticar que el producto tendrá una buena acogida y aceptación.

Modalidad

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, la parroquia de Cumbayá tiene una población de 31.463 habitantes. Sin embargo, para recolectar los datos, se consideró la población del sector comercial en el centro de Cumbayá donde existen almacenes que ofrecen variedad de artículos, centros comerciales, restaurantes y universidades. Se realizó una encuesta a una población de 104 personas que trabajan en los comercios del sector, con el fin de estudiar el posible mercado del producto. Se creó una encuesta de 8 preguntas cerradas en la plataforma Google Forms y los datos fueron recolectados de manera digital.

Plan de Muestreo

El shampoo en barra es un producto innovador y 100% ecológico que está diseñado para el cuidado del cabello de toda la familia. Sin embargo, el mercado está enfocado en mujeres de entre 20 a 65 años, pues son principalmente las encargadas de realizar las compras de supermercado y productos de limpieza e higiene personal en los hogares de la ciudad. Debido a que la tendencia actual es el uso de productos amigables con el medio ambiente, el shampoo en barra es una excelente alternativa, pues combina un producto innovador y atractivo con el cuidado natural del cabello y la economía del hogar.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula para una población finita:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{143 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (143 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{137}{1,3154}$$

$$n = 104$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

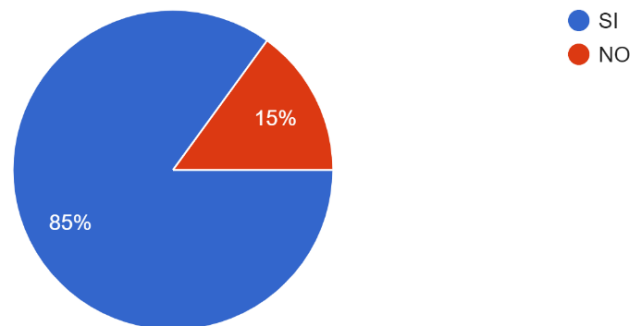
Tabla 4. Pregunta 1. ¿Estarías dispuesto a probar el shampoo en barra?

¿Estarías dispuesto a probar el shampoo en barra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	86	85
No	18	15
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 1 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 7. Pregunta 1. Gráfico circular.

1. ¿Estaría dispuesto a probar el shampoo en barra?



Nota: Gráfico de la respuesta 1 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Del 100% de personas encuestadas, el 85% están dispuestas a probar el shampoo en barra y el 15% prefiere mantener el uso del shampoo líquido tradicional. Con estos datos podemos concluir que si existe predisposición de los consumidores a probar el shampoo sólido.

Pregunta 2.

Tabla 5. Pregunta 2. ¿Alguna vez has utilizado shampoo en barra?

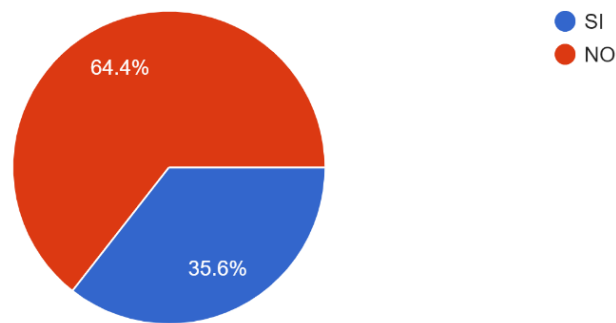
¿Alguna vez ha utilizado shampoo en barra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	37	36
No	67	64
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 2 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 8. Pregunta 2, gráfico circular.

2. ¿Alguna vez ha utilizado shampoo en barra?

104 respuestas



Nota: Gráfico de la respuesta 2 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: De acuerdo a los datos recolectados podemos notar que solamente el 36% de las personas encuestadas han utilizado el shampoo en barra y el 64% respondió que no conoce y nunca ha utilizado o escuchado de este producto. Por lo tanto, se puede concluir que es necesario realizar una campaña para dar a conocer los beneficios que posee el producto y en general la cosmética natural.

Pregunta 3.

Tabla 6. Pregunta 3. ¿Qué información es importante para usted al momento de comprar un shampoo?

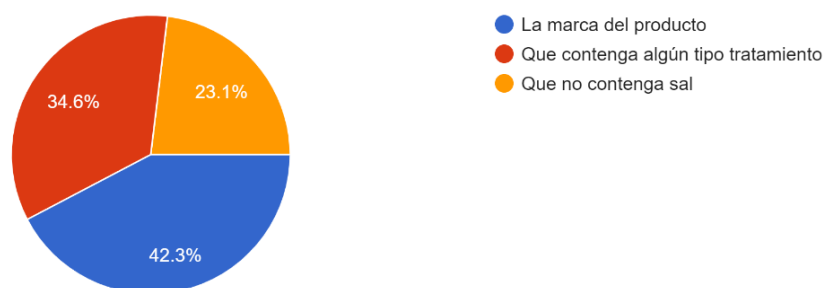
¿Qué información es importante para usted al momento de comprar un shampoo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
La marca	44	42
Que contenga algún tipo de tratamiento	36	35
Que no contenga sal	24	23
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 3 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 9. Pregunta 3, gráfico circular.

3. ¿Qué información es importante para usted al momento de comprar un shampoo?

104 respuestas



Nota: Gráfico de la respuesta 3 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Con esta pregunta, pudimos darnos cuenta que la marca del producto es importante, sin embargo, el 35% de los encuestados considera que es importante que el shampoo contenga algún tipo de tratamiento ya sea para la caspa, para el cabello seco o caída del cabello. Por lo tanto, es importante considerar la elaboración de un shampoo sólido para cubrir cada necesidad.

Pregunta 4.

Tabla 7. Pregunta 4. ¿Cuánto le dura una botella mediana de shampoo líquido?

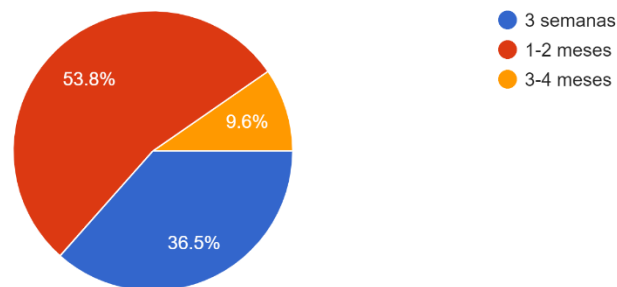
¿Cuánto le dura una botella mediana (300ml) de shampoo líquido?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
3 semanas	38	36
1-2 meses	56	54
3-4 meses	10	10
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 4 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 10. Pregunta 4, gráfico circular.

4. ¿Cuánto le dura una botella mediana (300ml) de shampoo líquido?

104 respuestas



Nota: Gráfico de la respuesta 4 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Se pudo determinar que la persona promedio compra una botella de shampoo de 300 ml en un lapso de 1 a 2 meses. Este dato comprueba el hecho de que el shampoo líquido rinde la mitad de lavadas, y una barra de shampoo de 2 oz puede durar hasta 80 lavadas y rendir aproximadamente 3 meses.

Pregunta 5.

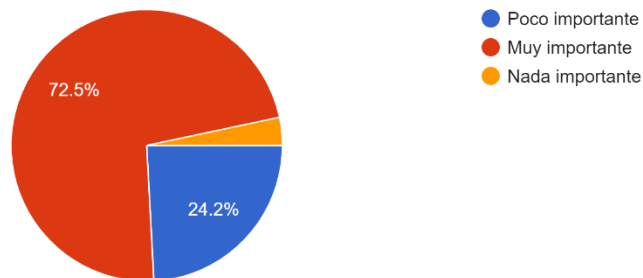
Tabla 8. Pregunta 5. ¿Qué tan importante es para ti el cuidado del cabello?

¿Qué tan importante es para ti el cuidado del cabello?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Muy importante	75	72%
Poco importante	25	24%
Nada importante	4	4%
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 5 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 11. Pregunta 5, gráfico circular.

5. ¿Qué tan importante es para ti el cuidado del cabello?



Nota: Gráfico de la respuesta 5 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Al preguntar a los consumidores sobre la importancia del cuidado del cabello, podemos notar que para el 72% de los encuestados es muy importante el cuidado y buen trato de su cabello, por lo tanto, se puede concluir que es posible ofrecer un producto con excelentes características y beneficios para el cuidado del cabello.

Pregunta 6.

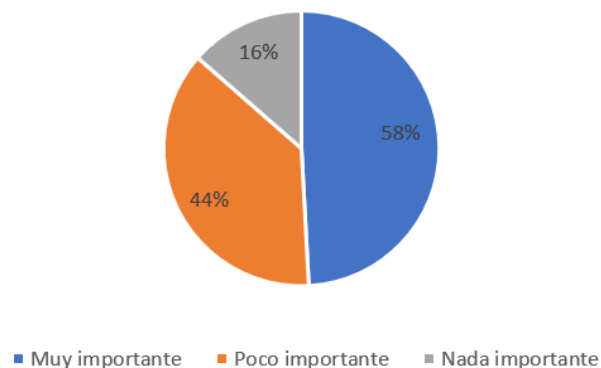
Tabla 9. Pregunta 6. *¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?*

¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Muy importante	79	58
Poco importante	21	44
Nada importante	4	16
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 6 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 12. Pregunta 6, gráfico circular.

¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?



Nota: Gráfico de la respuesta 6 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Con esta pregunta fue posible deducir que al 58% de los encuestados les interesa el cuidado del medio ambiente, por lo tanto, sería atractivo para los consumidores ofrecer un producto que no utilice plásticos y que contenga un empaque 100% ecológico y de esta manera aporte al cuidado del medio ambiente.

Pregunta 7.

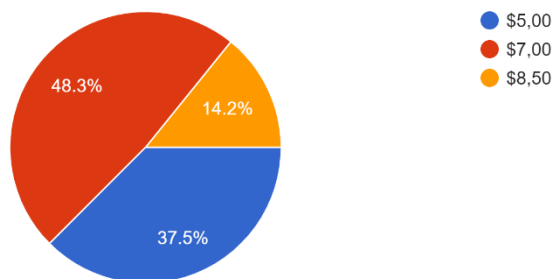
Tabla 10. Pregunta 7. Cuánto estarías dispuesto a pagar por una barra de shampoo sólido?

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una barra de shampoo sólido?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$5	37	38
\$7	51	48
\$8,50	16	14
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 7 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 13. Pregunta 7, gráfico circular.

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una barra de shampoo sólido?



Nota: Gráfico de la respuesta 7 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Se puede concluir que el 48% de los encuestados estaría dispuesto a pagar hasta \$7 dólares por una barra de shampoo, es decir el valor equivalente a una botella de shampoo líquido de 400 ml, por lo tanto, es viable ofrecer en el mercado un producto con un precio competitivo.

Pregunta 8.

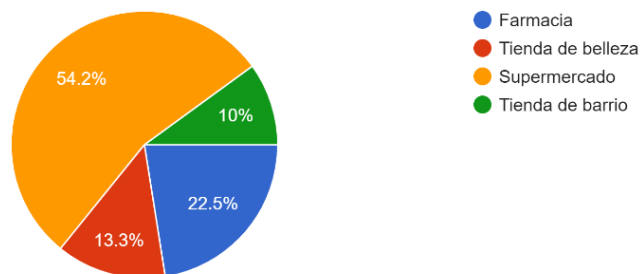
Tabla 11. Pregunta 8. Dónde sueles comprar tu shampoo?

¿Dónde sueles comprar tu shampoo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Farmacia	21	23
Tienda de belleza	15	13
Supermercado	56	54
Tienda de barrio	12	10
TOTAL	104	100%

Nota: Resultados de la pregunta 8 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Figura 14. Pregunta 8, gráfico circular.

8. ¿Dónde sueles comprar tu shampoo?



Nota: Gráfico de la respuesta 8 de la encuesta, elaborado por Karen Fiscal.

Análisis: Con esta pregunta fue posible conocer que el 54% de las personas encuestadas adquieren los productos para el cuidado del cabello en los supermercados, por lo tanto, se puede considerar a futuro la distribución del shampoo sólido en las diferentes cadenas de supermercados, sin dejar de lado las otras opciones donde se pueden conseguir productos diferentes e innovadores.

Análisis General

En la actualidad, el shampoo es considerado como un producto de primera necesidad que se utiliza para la limpieza y el cuidado del cabello y que además se consume a nivel mundial, sin embargo, representa un impacto negativo para el medio ambiente ya que los envases plásticos que se utilizan para su empaquetado son desechados de manera irresponsable aumentando la contaminación de plástico en océanos y botaderos. En base a este análisis, y considerando que es un producto importante para el cuidado personal, se creará un innovador cosmético sustentable para el lavado diario. Se trata de una barra de shampoo sólido compuesta por ingredientes naturales que no contiene envoltura plástica, que rinde más lavadas y es multipropósito.

A partir de la información recolectada en las encuestas, fue posible determinar que el shampoo es considerado muy importante en la rutina de aseo personal y que es un producto utilizado por todo tipo de consumidor. Además, que la persona promedio compra una botella de shampoo de 300 ml en un lapso de 1 a 2 meses, pagando por ella aproximadamente de 5 a 7 dólares. Este dato comprueba que el shampoo sólido es más eficiente que el shampoo convencional. Adicionalmente, los resultados de las encuestas indican que el 85% de la población estaría dispuesto a probar el shampoo en barra, lo que permite pronosticar que el producto tendrá una buena acogida y aceptación.

Por otro lado, se concluyó que la mayoría de personas de entre 18-65 años utiliza las redes sociales y medios digitales para informarse y buscar productos y servicios de su interés. Por esta razón, se determinó que es importante para Naked utilizar estos medios digitales para generar publicidad de interés y llegar al público objetivo, y de esta manera dar a conocer la marca y sus beneficios.

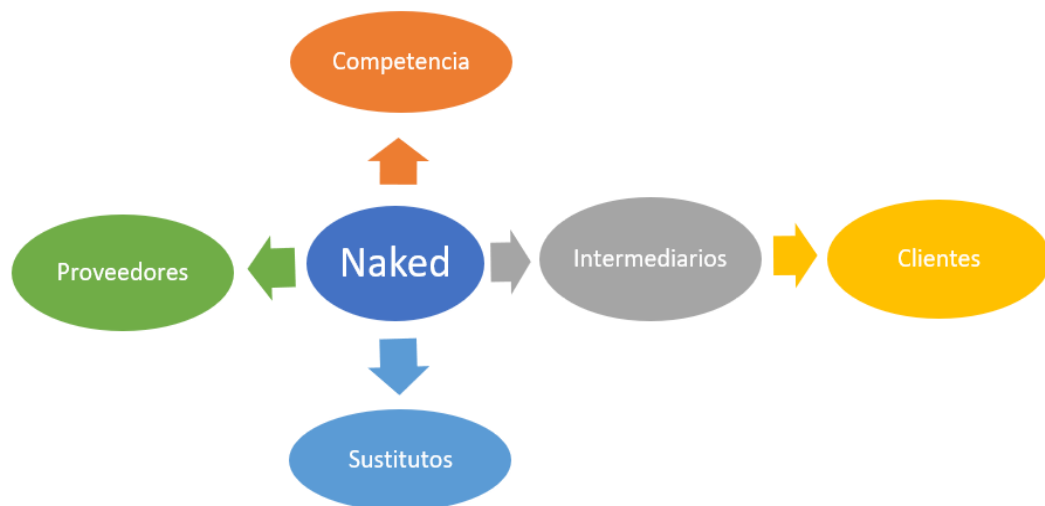
Después de analizar los datos, se concluye que el proyecto es viable ya que se va a introducir al mercado un producto innovador de primera necesidad y de alta demanda. El shampoo en barra ofrece beneficios agregados que lo hacen más atractivo, por lo que se estima que su consumo superará al del shampoo tradicional.

ENTORNO EMPRESARIAL

Microentorno

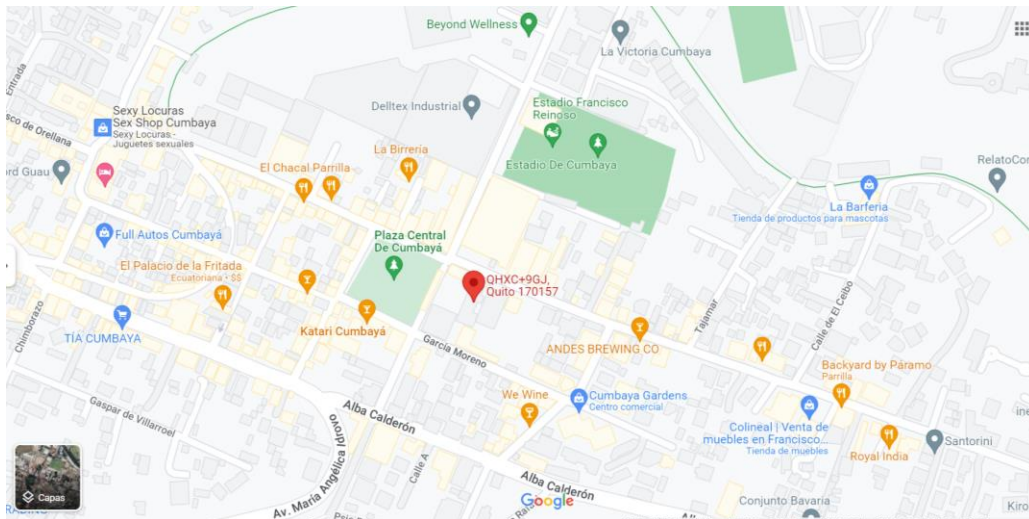
El microentorno se refiere a los participantes o elementos que se relacionan directamente con la empresa y que influyen en sus operaciones diarias y los resultados de su funcionamiento. La empresa Naked, considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Figura 15. Esquema microentorno Naked.



Nota: Esquema microentorno Naked. Quito.

Figura 16. Ubicación de la tienda Naked en la ciudad de Quito.



(Google maps, 2023) Ubicación. Recuperado de <https://goo.su/8wVAUU>

Competencia directa

Una vez realizado un recorrido en el sector donde se abrirá la tienda Naked, se pudo identificar que no existen tiendas o negocios que tengan un producto similar al shampoo en barra propuesto y que se puedan considerar como competencia directa. Realizando una búsqueda en los medios digitales se puede evidenciar que existe la marca “Mama Tungurahua – cosmética artesanal” que elabora un shampoo en barra, pero su ubicación es en la ciudad de Baños de Agua Santa en la provincia de Tungurahua y sus productos se comercializan únicamente a través de su página web y redes sociales.

Competencia indirecta

Existen algunos establecimientos en el sector como farmacias y supermercados que se pueden considerar como competencia indirecta debido a que ofrecen shampoo pero en su presentación tradicional y de forma líquida.

Para evaluar la competencia indirecta se tomaron en cuenta los siguientes parámetros: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

- En la Av. María Angélica Idrovo, que es una vía principal que conecta al sector de Cumbayá, existen dos farmacias Sana Sana y Cruz Azul donde se puede adquirir productos de aseo personal, incluyendo el shampoo tradicional.
- En la misma avenida principal, se encuentra una tienda Tía que también ofrece una variedad de marcas y productos para el aseo y cuidado del cabello, sin embargo, son productos en envases plásticos y de forma líquida.
- A un kilómetro aproximadamente, se encuentra el Centro Comercial Cumbayá, donde se ubica Supermaxi, una línea de supermercados reconocidos a nivel nacional y donde se puede adquirir productos tradicionales para la limpieza y cuidado del cabello.

Sustitutos

Realizando un recorrido por el sector se puede identificar que existen algunas tiendas y micro mercados que están al alcance de todas las personas que circulan por el sector. Por lo tanto, a estos pequeños negocios se los puede considerar como sustitutos, ya que ofrecen shampoo líquido, inclusive en presentación de sachet y a bajo costo.

Proveedores

Para llevar a cabo el proyecto, es necesario adquirir los ingredientes de buena calidad, garantizados y sobre todo con las especificaciones necesarias para la elaboración de la barra de shampoo. En tal virtud, Naked ha decidido trabajar con proveedores reconocidos y garantizados.

Tabla 12. *Tabla de Proveedores de Naked.*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Landy Enterprise	<ul style="list-style-type: none"> • Cocoil isetonato de sodio SCI 	Surfactante primario natural.
Globalquim	<ul style="list-style-type: none"> • Vinagre de manzana 5% • Ácido Esteárico • Alcohol Cetílico • Glicerina Vegetal • Pigmento en polvo 	Ingredientes base que componen la barra de shampoo
Aromalab	<ul style="list-style-type: none"> • Aceite esencial menta • Aceite de coco • Aceite de lavanda • Aceite de oliva • Aceite de almendra 	Aceites esenciales
DG Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Papel encerado • Etiquetas adhesivas 	Empaquetado
Mercado Libre	<ul style="list-style-type: none"> • Mezcladora • Calentador agitador magnético • Refrigerador industrial 	Equipos para la mezcla y compactación

Nota: Descripción de Proveedores de Naked. Quito.

Intermediarios

Naked comercializará sus productos de forma directa en su local de ventas, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

Clientes

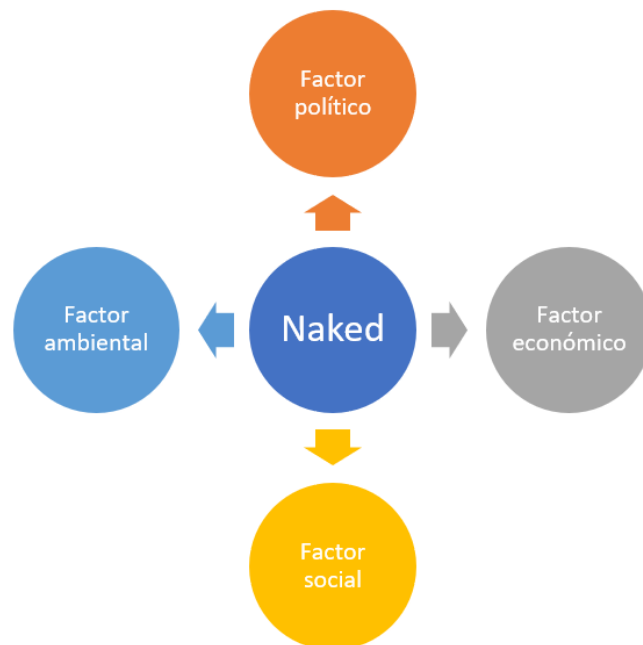
Naked es una empresa dirigida a familias especialmente mujeres que buscan productos innovadores, amigables con el medio ambiente y sobre todo que presente beneficios económicos para su hogar.

Macroentorno

El Macroentorno se refiere a una serie de condiciones o variables externas sobre las cuales no es posible mantener control, que afectan el funcionamiento de las empresas.

El macroentorno de una empresa engloba a una serie de variables ajenas a la corporación que afectan a su actividad comercial, así como al resto de las empresas del sector e incluso a la sociedad en su conjunto que opera en el mismo contexto. Se trata, por lo tanto, de factores que escapan a su control pero que la empresa sí debe conocer y tener en cuenta a la hora de plantear su estrategia y marcarse unos objetivos con respecto a su negocio (Calvo, 2022).

Figura 17. Esquema macroentorno Naked.



Nota: Esquema del macroentorno Naked. Quito.

Factor Político

Sabemos que en Ecuador la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), que es una entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP). Esta entidad se encarga de controlar y vigilar la calidad, seguridad y eficacia de los productos de uso y consumo humano. Naked elaborará sus productos dentro de los límites legales establecidos, acatando disposiciones determinadas en el Reglamento Técnico Andino sobre las especificaciones técnicas microbiológicas de productos cosméticos (ARCSA, 2019).

Factor Económico

En la actualidad el Ecuador está experimentando una desaceleración generada por varios factores como la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, las paralizaciones de junio del 2022 y otros factores externos como expone el Banco Mundial:

Estos desafíos se han hecho más apremiantes debido a que la economía y la población ecuatoriana están expuestas a riesgos asociados a factores externos como la guerra, la desaceleración de las principales economías del mundo, el aumento de las tasas internacionales de interés y el precio de los alimentos. Esto no solo afecta el desempeño de la economía, sino que también incide en la construcción de consensos para facilitar la estabilidad política y social (Mundial, 2022).

Es por eso que Naked estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

Factor Sociocultural

El factor socio cultural se refiere al entorno en el que operará la empresa y que afecta directamente su actividad comercial, entre los cuales se pueden mencionar los cambios en el estilo de vida, la actitud del consumidor, el nivel de educación, los patrones culturales y hábitos de compra. En cuanto a este factor y en base a lo expuesto, Naked ofrecerá un producto innovador, atractivo para aquellas personas que buscan consumir productos amigables con el medio ambiente, libre de plásticos, elaborado con ingredientes naturales y que adicionalmente brinde mayores beneficios para el cuidado del cabello.

Factor Ambiental

En la actualidad, la industria se ha visto obligada a tomar consciencia ambiental dando como resultado la innovación de productos eco-amigables. Los productos eco-amigables son aquellos que tienen poco o ningún impacto ambiental, lo que significa que su proceso de producción, utilización o disposición final no dañan al medio ambiente. Para Naked es importante elaborar productos de higiene personal que sean sustentables y ecológicos y la barra de shampoo sólido es un producto eco amigable ya

que por su forma sólida no requiere de envoltura plástica, el producto será comercializado en papel encerado o cartón biodegradable eliminando totalmente el uso de envases plásticos que son desechados irresponsablemente en el ambiente.

Producto y servicio

Naked será un establecimiento dedicado a la producción y comercialización de shampoo sólido, en el local que se pretende abrir no solo se podrá adquirir los productos fabricados, sino que el cliente tendrá la oportunidad de preparar su propio shampoo de acuerdo con sus necesidades. Es decir, podrá escoger los aceites esenciales que componen su barra, creando un producto personalizado y distinto a los que se encuentran en el mercado. Esta es una idea novedosa que permitirá que el shampoo en barra se vuelva un producto popular y que además brindar al consumidor más que un producto, una experiencia.

Producto Esencial

Actualmente se están realizando esfuerzos en todo el mundo para impulsar prácticas para el cuidado y conservación del medio ambiente, ya que el mantener un ambiente limpio nos permitirá a los seres vivos tener una vida saludable y asegurar la supervivencia de las próximas generaciones. Entre las prácticas más comunes está el reciclaje; sin embargo, el uso de detergentes y productos químicos es una manera más de contaminación que podemos evitar utilizando jabones, champús y detergentes elaborados con productos naturales.

Una de las tendencias de cuidado personal más importantes es el shampoo en barra ya que es considerado un revolucionario cosmético sustentable para el lavado diario. En Naked, el producto esencial será un producto novedoso y atractivo que cumpla con las necesidades tanto del consumidor como del medio ambiente.

Producto real

Naked elaborará una barra redonda de shampoo sólido de 3.5 oz, y con dimensiones de 6 cm de diámetro y 2 cm de ancho, cada formulación de shampoo se va a distinguir por su fragancia, tratamiento y color característico. El producto va a ser comercializado en papel encerado con el fin de evitar que los aceites que contiene la barra de shampoo transpiren hacia el exterior del empaque. Para la entrega al cliente, se utilizarán fundas de papel reciclado que incluirá el logo de la empresa

Características

Pensando en las necesidades más comunes de los consumidores, Naked formulado 3 diferentes tipos de shampoo con tratamientos para: cabello seco, cabello graso y cabello maltratado, y aunque todas las barras están compuestas por los mismo ingredientes base, se diferencian por los aceites esenciales de acuerdo a cada tipo de cabello, las fragancias y el color del pigmento utilizado para diferenciar cada barra de shampoo.

Calidad

Con el propósito de elaborar un producto de calidad y sobre todo que cumpla con las expectativas de los consumidores, Naked utilizará materias primas certificadas y que serán adquiridas a proveedores confiables que cuenten con las fichas técnicas de cada producto. Además, para el proceso de producción se utilizará equipos que permitan tener una mezcla homogénea y una compactadora que moldea las barras y que garantice que todos los productos tengan el mismo peso, el mismo tamaño y color.

Adicionalmente, Naked contará con un espacio donde se realizará control de calidad de la producción, con el fin de entregar un producto de calidad y garantizado.

Estilo

Naked maneja un estilo moderno y elegante, su local tendrá una temática con decoración ecológica con estanterías de madera natural donde se exhibirán los diferentes tipos de shampoo con su respectiva descripción, ingredientes y aromas.

Marca

La marca es el identificador de un producto o servicio. Naked como su nombre en inglés lo indica significa “desnudo” y ha sido tomado para identificar al shampoo en barra, ya que, al no contener un envase o contenedor, se considera que el producto se encuentra desnudo. Actualmente, las nuevas generaciones se encuentran familiarizadas con los términos y las marcas en inglés y sobre todo tienden a conectar con marcas que tienen algún significado o que se encuentren comprometidas con el cuidado del medio

ambiente o alguna causa social. Por lo tanto, se considera que Naked es un nombre atractivo para el público objetivo.

Producto aumentado

Se considera producto aumentado aquel que incluye ciertas características, servicios o funciones que agregan un valor adicional para el cliente. En el caso de Naked, se brindará al cliente la oportunidad de conocer el proceso de producción del shampoo en barra y elegir los ingredientes y fragancias que desee, es decir hacer su barra de shampoo personalizada. Adicionalmente, se ha considerado realizar un servicio post venta, es decir el personal a cargo de las ventas deberá llevar una base de datos de los clientes para hacer seguimiento y conocer el grado de satisfacción de los clientes después de haber visitado la tienda, comprado y probado el producto.

PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Distintivos y Uniformes

Administración

La persona que ocupe el cargo de administrador no utilizará uniforme, sin embargo, deberán vestir con ropa semi formal, es decir ropa adecuada para presentarse frente a los clientes y proveedores.

Administrador

- Falda o pantalón de tela de preferencia de color oscuro
- Camisa o blusa
- Chaqueta
- Zapatos de vestir

Figura 18. *Vestimenta semi formal para el administrador.*



Nota: Traje para el administrador. Quito.

Ventas y Servicio al Cliente

Para el personal de ventas y atención al cliente, deberán vestir con pantalón oscuro, puede ser de color plomo o negro y una camisa blanca. Llevarán puesto un delantal negro con el logotipo de Naked.

Vendedores

- Pantalón negro o plomo
- Camisa blanca
- Delantal negro con el logotipo Naked
- Zapatos negros

Figura 19. *Delantal para personal de ventas y servicio al cliente, Naked.*



Nota: Diseño delantal para personal de ventas y servicio al cliente. Quito.

Personal del área operativa

Tanto el personal que operará los equipos como para la persona que realiza la formulación, mezclas y control de calidad deberán utilizar pantalón negro, una camiseta polo color plomo y un delantal blanco con bolsillos que tenga el logotipo de la empresa.

Técnico, operador de equipos y control de calidad

- Pantalón negro
- Camiseta polo
- Bata blanca con el logotipo de la empresa
- Zapatos negros cómodos

Figura 20. *Diseño bata para personal operativo, Naked.*



Nota: Diseño bata para personal técnico. Quito

Materiales de identificación

Figura 21. Imagotipo Naked.

Imagotipo



Nota: Imagotipo Naked. Quito.

Elementos a destacar:

- El círculo verde que representa la forma de la barra de shampoo.
- Los colores pasteles son tonalidades del pigmento que se utilizará para representar algunos de los productos.
- La frase cosmética natural que significa que los productos serán elaborados con ingredientes naturales, respetando el medio ambiente.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse un gráfico del producto en sus diferentes variedades con el nombre de la empresa.

Figura 22. Anverso tarjeta de presentación, Naked.



Nota: Diseñador del anverso de la tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso se puede ver en el centro superior el logotipo de la empresa, seguido por los datos, en este caso, de la administradora; y a continuación se observa la página web, el correo electrónico, dirección del establecimiento y números de contacto.

Figura 23. Reverso tarjeta de presentación, Naked.



Nota: Diseño del reverso de la tarjeta de presentación de Naked. Quito.

Hoja membretada

Es un elemento de la identidad corporativa y que además demuestra profesionalismo en un documento. la hoja membretada será parte de la papelería de la empresa, y servirá para utilizar en documentos oficiales como cartas, solicitudes, oficios y declaraciones formales a empresas o socios.

Figura 24. Hoja Membretada, Naked.



Nota: Diseño de la hoja membretada de Naked. Quito.

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Naked será su establecimiento ubicado en la calle Francisco de Orellana en el sector de Cumbayá de la ciudad de Quito.

Promoción

- Naked utilizará las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp como canal principal de promoción.
- Otro medio de promoción que se utilizará será a través de volantes promocionales e informativos que serán distribuidos en los alrededores del local, en universidades y centros comerciales del sector.
- A través de la colaboración de las tiendas donde se venden productos artesanales y ecológicos, donde se colocará pancartas y hojas volantes.
- Una vez que la empresa se encuentre posicionada en el mercado, se optará por medios de comunicación tradicionales como son radio, prensa, televisión o vallas publicitarias.

Contacto

- Tarjetas de presentación
- E-mail
- WhatsApp
- Facebook

Correspondencia

- Por medio del mail corporativo

Negociación

- Directa en el establecimiento con el personal de ventas
- A través de WhatsApp, Instagram o Facebook
- Por medio de la página web.

Financiamiento

Tabla 13. *Financiamiento de la publicidad contratada para Naked.*

Tarjetas de presentación	200 unidades	\$4.50
Publicidad Facebook e Instagram	3 veces por mes	\$15.00
Impresión de flyers y pancartas	500 unidades	\$8.00
Creación de página web	1 sola vez	120
Dominio web	1 vez al año	30
TOTAL		\$177.50
TOTAL ANUAL		\$342.50

Nota: En la tabla se muestra el financiamiento de la publicidad para Naked, elaborado por Karen Fiscal.

Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que podría enfrentar Naked es que el ingrediente principal conocido como SCI (cocoil isetionato de sodio) no se encuentre fácilmente en el Ecuador, por lo tanto, se podría considerar la importación de otro país y esto podría causar un desabastecimiento. En este caso, para evitar que este importante ingrediente falte, se pretende adquirir en el país la suficiente materia prima para abastecerse por al menos 6 meses y que no afecte la producción planificada.

La oportunidad más grande que tiene Naked es posicionar el producto en las cadenas de supermercados, farmacias y tiendas de belleza del país, ya que, al industrializar su producción, que actualmente se realizará de manera artesanal, se obtendrá un producto de calidad en menos cantidad de tiempo. Además, se espera que el shampoo sólido tenga una buena acogida entre los consumidores y se convierta en el futuro en un producto de consumo masivo, tal como lo es el shampoo líquido.

Finalmente, Naked se valdrá de la tecnología y el uso y manejo de los medios digitales y redes sociales para promocionar su línea de productos y atraer más consumidores. Además, para comodidad de sus clientes, se implementará una página web interactiva donde los clientes puedan realizar sus compras en línea, sin necesidad de acercarse a la tienda física.

Fijación de Precios

Fijación de precios por receta estándar

Los precios presentados a continuación se basan en la formulación de una sola barra de shampoo sólido. Se tomará en cuenta el costo de los ingredientes usados para la elaboración y se sumarán porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:



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

En la formula se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio comercial de la barra de shampoo, si bien es cierto cada producto tendrá una especificación diferente en cuanto a su uso y aroma, todas las barras de shampoo llevan los mismos ingredientes base. A continuación, se presentan los costos de la elaboración del producto con 2 recetas diferentes:

- Crazy Coconut: Por sus ingredientes evita la resequead del cabello y del cuero cabelludo, nutre toda la fibra capilar y tiene una deliciosa fragancia a coco.
- Sweet Lavanda: Libera al cabello de exceso de grasa. Equilibra el pH del cuero cabelludo. También combate la caspa y ayuda a promover el crecimiento del cabello.

Crazy Coconut



Tabla 14. Shampoo en barra crazy coconut, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Shampoo sólido		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/01/2023		Administrador: Karen Fiscal	
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO (\$/KG)(\$/ML)	TOTAL
Coccol isetonato de sodio SCI	70	g	\$8.00/kg	\$0.56
Vinagre de manzana 500 ml	4.95	g	\$0.0076/ml	\$0.038
Ácido Esteárico	5.5	g	\$2.47/kg	\$0.014
Alcohol Cetílico	3	g	\$3.25/kg	\$0.010
Glicerina Vegetal	4	g	\$1.12/kg	\$0.004
Pigmento en polvo	0.5	g	\$25.00/kg	\$0.013
Aceite de coco	3	g	\$0.025/ml	\$0.079
Fragancia de coco	1	g	\$0.044/ml	\$0.043
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0.761
			30% imprevistos	\$0.228
			Total neto	\$0.989
			Gasto de fab. 40%	\$0.396
			Factor costo 60%	\$0.594
			M.O. 70%	\$0.693
			G. Admin 80%	\$0.791
			125% utilidad	\$4.328
			Subtotal	\$7,791
			12% IVA	\$0.935
			Total	\$8.726

Nota: Muestra del shampoo en barra crazy coconut, receta estándar de costos, elaborado por Karen Fiscal.

Sweet Lavanda

Tabla 15. Shampoo en barra sweet lavanda, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Sweet Lavanda		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/01/2023		Administrador: Karen Fiscal	
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO (\$/KG)(\$/ML)	TOTAL
Cocoil isetonato de sodio SCI	70	g	\$8.00/kg	\$0.56
Vinagre de manzana 500 ml	4.95	g	\$0.0076/ml	\$0.038
Ácido Esteárico	5.5	g	\$2.47/kg	\$0.014
Alcohol Cetílico	3	g	\$3.25/kg	\$0.010
Glicerina Vegetal	4	g	\$1.12/kg	\$0.004
Pigmento en polvo	1	g	\$25.00/kg	\$0.025
Aceite esencial de lavanda	2	g	\$0.0956/ml	\$0.098
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0.749
			30% imprevistos	\$0.225
			Total neto	\$0.974
			Gasto de fab. 40%	\$0.389
			Factor costo 60%	\$0.584
			M.O. 70%	\$0.682
			G. Admin 80%	\$0.779
			125% utilidad	\$4.260
			Subtotal	\$7.668
			12% IVA	\$0.920
			Total	\$8.588

Nota: Muestra del shampoo en barra sweet lavanda, receta estándar de costos, elaborado por Karen Fiscal.

IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

Arriendo del local

Tabla 16. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$250	\$1500	\$3000

Nota: Tabla del costo de arriendo del local, elaborado por Karen Fiscal.

Equipos industriales

Tabla 17. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mezcladora	1	\$678.00	\$678.00
Calentador Agitador Magnético	1	\$641.35	\$641.35
Refrigerador Industrial	1	\$770.00	\$770.00
TOTAL			\$2.089,35

Nota: Descripción de equipos industriales, elaborado por Karen Fiscal

Equipos de computación

Tabla 18. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Lenovo Core I3	1	\$498.99	\$498.99
Impresora EPSON L3250	1	\$259.00	\$259.00
Computador de escritorio	1	\$470.00	\$470.00
TOTAL			\$1.227,99

Nota: Descripción de los equipos de computación, elaborado por Karen Fiscal.

Muebles y enseres

Tabla 19. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio con auxiliar	1	\$160.00	\$160.00
Silla ejecutiva	2	\$59.99	\$119.98
Escritorio sencillo	1	\$70.00	\$70.00
Teléfono fijo	2	\$8.00	\$16.00
Counter recepción y vitrina	1	\$350.00	\$350.00
Exhibidores	5	\$69.00	\$345.00
Moldes para jabón	20	\$5.49	\$25.49
Utensillos de acero inoxidable	1	\$56.79	\$56.79
Mesa de acero inoxidable	1	\$450.00	\$450.00
TOTAL			\$1.593.26

Nota: Descripción de los muebles y enseres del local Naked, elaborado por Karen Fiscal.

Equipos industriales de seguridad

Tabla 20. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor 10 Lb	1	\$21.80	\$21.80
Detector de humo	4	\$28.00	\$28.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$59.80

Nota: Descripción de los equipos industriales de seguridad. Quito.

Suministros de oficina

Tabla 21. *Suministros de oficina.*

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond	2	\$4.18	\$4.18
Grapadora	1	\$3.80	\$3.80
Grapas (caja)	2	\$1.15	\$1.15
Esferos azules	12	\$0.22	\$2.64
Perforadora	1	\$4.75	\$4.75
Archivadores	5	\$2.49	\$12.45
Tijera	1	\$1.25	\$1.25
TOTAL			\$30.22
TOTAL ANUAL			\$362.64

Nota: Suministros de oficina para uso de la tienda Naked. Quito.

Servicios básicos

Tabla 22. *Servicios básicos*

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$25.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$30.00
TOTAL	\$75.00
TOTAL ANUAL	\$900.00

Nota: Tabla de servicios básicos. Quito.

Materiales de limpieza

Tabla 23. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda suave	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$5.00	\$5.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.50	\$4.50
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$14.00	\$14.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$57.74
TOTAL ANUAL			\$692.88

Nota: Lista de materiales de limpieza. Quito.

Estudio arquitectónico

Para el diseño del local de ventas y producción de Naked se ha tomado en cuenta el número de trabajadores que tendrá la empresa y el aforo que se manejará (10 personas). En la sección operativa, se ha considerado el espacio que necesitarán las personas encargadas de la producción para moverse libremente en el cumplimiento de sus actividades. Se agregó un espacio de bodega para almacenar la materia prima y los instrumentos necesarios para la elaboración del producto.

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

El derecho empresarial se integra por un conjunto de normas jurídicas imperoatributivas encargadas de regular el quehacer empresarial mediante la determinación de las conductas que puedan ser impuestas, prohibidas o permisibles a la persona que dirige a la empresa en calidad de empresario para su desarrollo y crecimiento y a personas individuales o colectivas con quienes pueda tener ocasionalmente un vínculo comercial (Aprendizaje, 2023).

Naked será un negocio formal, sin embargo, no se constituirá una empresa (persona jurídica) sino que se manejará como persona natural, para lo cual se realizan los siguientes trámites:

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar la empresa Naked ante el SRI y obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) se debe acudir a cualquier agencia del Servicio de Rentas Internas con los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (Cartilla de servicio básico para constatar la dirección)
- Solicitud de inscripción de RUC naturales

Patente Municipal

La patente municipal, es un impuesto que se paga una vez por año y es obligatorio para todas las personas naturales o jurídicas que realizan una actividad permanente en el Distrito Metropolitano de Quito. Primero, se debe obtener un número de RAET (Registro de Actividades Económicas Tributarios) para su inscripción en el catastro de comerciantes, a través del cual se deberá cumplir con las declaraciones y pago del impuesto. Los documentos que se deben presentar en cualquier balcón de servicios del municipio son:

- Copia del RUC / RISE
- Copia de cédula y certificado de votación (actualizada)
- Formulario de inscripción en el RAET (Descargar en pam.quito.gob.ec)
- Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos
- Copia de una planilla de servicios básicos

LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)

Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito con vigencia indefinida y renovación anual. Está dirigido a las personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, este trámite abarca también la inspección y permiso de bomberos y se debe presentar los siguientes documentos en línea:

- Pago de la patente municipal
- Número de predio donde se desarrollará la actividad económica
- Acceder al portal pam.quito.gob.ec opción LUAE Digital
- Digital el RUC y la clave de la patente municipal
- Ingresar y validar los datos solicitados (predio, dirección, actividad económica)
- Generar la solicitud LUAE
- Recibir la LUAE digital al correo electrónico

Permiso de funcionamiento ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – Ministerio de Salud Pública)

Es un permiso relacionado al control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, y su proceso de obtención es el que sigue:

- Obtener usuario y contraseña en la página del ARCSA
- Llenar el formulario “Solicitud permiso de Funcionamiento” y adjuntar los requisitos según la actividad que se desarrolla, para emisión de la orden de pago.
- Emitida la orden de pago, realizar el pago después de 24 horas de haberse generado la orden de pago.
- Validado el pago, imprimir permiso de funcionamiento.

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene de manera digital en la página web del IESS, no tiene ningún costo y sirve para afiliarse a los empleados.

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

Ministerio de Relaciones Laborales (MRL)

En el ministerio de relaciones laborales se registran los contratos de trabajo, finiquitos, pago de décimo tercer y décimo cuarta remuneración, utilizando la plataforma SUT (Sistema Único de Trabajo) para lo cual debe registrarse como empleador en la siguiente dirección en la página web sut.trabajo.gob.ec.

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

En la actualidad, la industria se ha visto obligada a tomar conciencia ambiental dando como resultado la innovación de productos eco amigables, los mismos que tienen poco o ningún impacto ambiental, lo que significa que en su proceso de producción, utilización o disposición final no dañan el medio ambiente. En este sentido, Naked procurará tener un impacto positivo tanto en lo ambiental como en lo social, para lo cual trabajará con algunos de los objetivos y metas de desarrollo sostenible planteados por la Organización de las Naciones Unidas.

Figura 25. *Objetivos de Desarrollo sostenible.*



Fuente: un.org/es

Trabajaremos en conformidad con el espíritu de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles en lo social con los objetivos 5. Igualdad de género y 8. Trabajo decente y crecimiento económico. En lo ambiental con el objetivo 12. Producción y consumo responsables y el número 13. Acción por el clima.

Objetivos Sociales

Igualdad de género

Naked tiene como objetivo social apoyar a la igualdad de género practicando el reparto equitativo del trabajo y ofreciendo a las mujeres de la ciudad de Quito una oportunidad para mejorar su calidad de vida y la de sus familias, a través de un trabajo digno, con remuneraciones y beneficios justos.

Por otro lado, se dictarán charlas trimestrales a los colaboradores con el fin de generar conciencia sobre la igualdad de género y fomentar el respeto hacia las mujeres y niñas con el fin de reducir los índices de maltrato y violencia intrafamiliar que actualmente existe en el país.

Trabajo decente y crecimiento económico

En Naked se ofrecerán las plazas de trabajo con una remuneración y beneficios justos. Se brindará un ambiente de trabajo agradable, respetuoso, productivo y sobre todo seguro, libre de peligros físicos, psicológicos y sociales. También, ofrecerá a sus

colaboradores la oportunidad de crecimiento personal, brindando capacitación constante y facilidad a quienes deseen continuar sus estudios y preparación.

Objetivos Ambientales

Acción por el clima

El cambio climático afecta a todos los países del mundo y este objetivo está enfocado en promover prácticas y alternativas que reduzcan la emisión de carbono y la adaptación ante el cambio climático.

Naked, consciente del daño ambiental que provocan las fábricas convencionales, ha decidido realizar el proceso de producción de manera artesanal, evitando utilizar maquinaria y equipos que aporten con la contaminación ambiental, además de utilizar materias primas naturales que no contaminen el agua y el suelo. También se propondrá alianzas entre emprendimientos y micro empresas que brindan bienes o servicios sustentables, innovadores y de uso ecológico con el fin de promover el respeto y cuidado del medio ambiente.

Producción y consumo responsable

La producción y el consumo responsable en parte implica cambiar los patrones de consumo y producción hacia un futuro más sostenible, es por eso que Naked propone el shampoo en barra como un producto amigable con el medio ambiente, eliminando totalmente el uso de envases plásticos y utilizando envolturas de papel o cartón

biodegradables. También, se motivará a los clientes a consumir productos que no solamente sean sostenibles, sino que además provienen de ingredientes naturales que ofrecen más beneficios y son menos perjudiciales para la salud de las personas.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

A continuación, se describirá el análisis financiero de la microempresa Naked, detallando todos los activos de la empresa que forman la inversión inicial, como activos fijos y diferidos, que son necesarios para emprender un negocio con el propósito de examinar a través de las herramientas financieras la factibilidad económica del emprendimiento.

Inversión

La inversión inicial se refiere a la cantidad de dinero o capital necesario que se debe emplear para conseguir el funcionamiento de un negocio, mediante recursos o servicios.

Activos fijos

De acuerdo al diccionario elEconomista.es “un activo fijo o también denominado inmovilizado, está integrado por los bienes y derechos de una empresa, que no están destinados a la venta sino a asegurar su funcionamiento y continuidad: terrenos, edificios, maquinaria, patentes, marcas, etc.” (Economía, 2023).

Naked considera dentro de los activos fijos a los equipos industriales, de seguridad, equipos de computación y muebles y enseres con una inversión de \$4.970,40 dólares. (*Ver tabla 24*).

Tabla 24. *Activos fijos.*

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	\$0
vehículo	\$0
Equipos Industriales / Seguridad	\$2.149,15
Equipos de Computación	\$1.227,99
Muebles - enseres	\$1593,26
TOTAL	\$4.970,40

Nota: Activos fijos, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Capital de trabajo

La conceptualización del capital de trabajo como la cantidad de efectivo requerida para financiar el ciclo operativo de la empresa, o también, la disponibilidad de activos de rápida conversión en efectivo para cubrir un ciclo operativo de la empresa, hace indudable la necesidad de que la toma de decisiones relacionadas con las cuentas que conforman el activo y pasivo corriente sea producto de un exhaustivo análisis del entorno y de la disponibilidad operativa de la empresa con el propósito de conseguir la disminución de costos, riesgos operativos y lograr rentabilidad. (Sánchez, 2023)

El establecimiento Naked como capital de trabajo inicial contempla una inversión de \$32.632,82 dólares calculado para doce meses, y de \$8.158,21 dólares para tres meses, donde están considerados sueldos, servicios básicos, material de oficina, limpieza, publicidad, materia prima y gastos financieros. (*Ver tabla 25*).

Tabla 25. *Capital de trabajo.*

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
SUELDOS	\$5.148,70	\$20.594,80
SERVICIOS BÁSICOS	\$225,00	\$900,00
MATERIAL OFICINA	\$90,66	\$362,64
MATERIAL LIMPIEZA	\$173,22	\$692,88
GASTOS DOCUMENTOS PERMISOS	\$125,00	\$500,00
ALQUILER LOCAL	\$750,00	\$3.000,00
PUBLICIDAD	\$85,63	\$342,50
ADQUISICIÓN PRODUCTOS	\$1.000,00	\$4.000,00
GASTOS FINANCIEROS	\$560,00	\$2.240,00
TOTAL:	\$8.158,21	\$32.632,82

Nota: Capital de trabajo, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Inversión total

La inversión total hace referencia a los valores que se obtienen de la sumatoria de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo destinado para 1 año de actividad de la microempresa que arroja un saldo de 37.603,22 dólares. (Ver tabla 26).

Tabla 26. *Inversión total Naked.*

TOTAL, DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$4.970,40
CAPITAL DE TRABAJO /12M	\$32.632,82
TOTAL, DE INVERSIÓN	\$37.603,22

Nota: Monto de inversión total, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Sueldos

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del establecimiento Naked, más las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). (Ver tabla 27).

Tabla 27. Sueldos y aportaciones (IESS).

Nota: Sueldos del personal de Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

SUELDOS

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	\$500,00	\$6.000,00	\$567,00	\$729,00	\$6.162,00
Operador/producción	\$500,00	\$6.000,00	\$567,00	\$729,00	\$6.162,00
Vendedor /cajero	\$450,00	\$5.400,00	\$510,30	\$656,10	\$5.545,80
TOTAL	\$1.450,00	\$17.400,00	\$1.644,30	2.114,10	\$17.869,80

Beneficios legales

Los beneficios legales corresponden a los derechos reconocidos a los trabajadores y que son regulados por las leyes laborales. Representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que perciben los colaboradores del establecimiento de acuerdo con la ley y el código del trabajo. (Ver tabla 28).

Tabla 28. *Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.***DECIMOS**

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Administrador	\$500,00	\$425,00	\$500,00	\$925,00
Operador 1	\$500,00	\$425,00	\$500,00	\$925,00
Vendedor/cajero	\$450,00	\$425,00	\$450,00	\$875,00
TOTAL	\$1.450,00	\$1.275,00	\$1.450,00	\$2.725,00

Nota: Décimo tercer y décimo cuarto sueldo del personal de Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

El monto total de los sueldos con las respectivas aportaciones al IESS y los beneficios legales generan un monto de 20.594,80 dólares. (*Ver tabla 29*).

Tabla 29. *Total, sueldos y beneficios legales.*

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOTAL ANUAL
\$17.869,80	\$2.725,00	\$20.594,80

Nota: Monto total de sueldos y decimos del personal de Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Depreciación de activos fijos

La depreciación de activos fijos es el proceso por el cual se obtiene el valor de la vida útil de los activos a través del paso del tiempo y de esta forma obtener un valor que le permita a la empresa tener el conocimiento de la pérdida de valor económico del activo (ANEPSA, 2023).

Dentro de los activos fijos del establecimiento sujetos a la depreciación tenemos: equipos industriales con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10% (*Ver tabla 30*).

Tabla 30. Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	\$2149,15	10%	\$214,92
Equipos de Computación	\$1.227,99	33,33%	\$409,29
Muebles y Enseres	\$1.593,26	10%	\$159,33
TOTAL			\$783,53

Nota: Depreciación de los activos fijos de Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Tabla de amortización capital financiado

Mediante la siguiente tabla de amortización se detalla el valor de los recursos financieros faltantes que necesita el establecimiento para iniciar con sus actividades, el monto que será financiado por una entidad financiera asciende a 16.000 dólares. (*Ver tabla 31*).

Tabla 31. Amortización capital financiado.

AMORTIZACION PRESTAMO				
MONTO	16.000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$16.000,00
1	\$4.660,54	\$2.240,00	\$2.420,54	\$13.579,46
2	\$4.660,54	\$1.901,12	\$2.759,41	\$10.820,05
3	\$4.660,54	\$1.514,81	\$3.145,73	\$7.674,32
4	\$4.660,54	\$1.074,41	\$3.586,13	\$4.088,19
5	\$4.660,54	\$572,35	\$4.088,19	\$0,00

Nota: Tabla de amortización del capital financiado, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

La tabla de amortización del capital financiado está calculada para un periodo de tiempo de 5 años con una tasa de interés del 14%. En cada año está establecido el monto del capital, el interés y el saldo, que serán restados hasta llegar al año quinto en donde se termina de realizar el pago total de la deuda.

Estructura de capital

La estructura de la inversión total del emprendimiento está representada de la siguiente forma: capital propio con un monto de 21.603,22 dólares que representa un 57% del total de la inversión, el capital financiado con un monto de 16.000 dólares que representa el 43% faltante de la inversión. La representación del costo del capital propio es del 13%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 7,5%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 6%. (*Ver tabla 32*).

Tabla 32. *Estructura del capital.*

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	21.603,22	57%	13%	7,5%	
Capital Financiero	16.000,00	43%	14%	6,0%	
TOTAL INVERSIÓN	37.603,22	100%		13,4%	TMAR

Nota: Estructura del monto del capital, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)

La tasa de descuento que es igual a la TMAR se refiere a la rentabilidad mínima que se espera recibir de una inversión, se compone de la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que arrojan un porcentaje del 7,5% más la tasa del capital financiado que es del 6%, dando como resultado una TMAR que es del 13,4% para el proyecto del establecimiento Naked.

Punto de equilibrio

El Punto de equilibrio es un término que define el momento en que una empresa llega a tener equilibrio financiero, cuando logra cubrir sus costos fijos y variables; es decir, cuando los ingresos y egresos están al mismo nivel, lo que le permite a la empresa evaluar la rentabilidad del negocio y saber cuántos productos necesita vender para empezar a generar ganancias.

La tabla a continuación refleja el monto de fijo de capital de trabajo destinado para cada mes en donde están incluidos los gastos en materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos calculados mensualmente. (*Ver tabla 33*).

Tabla 33. *Costos fijos mensuales.*

COSTOS FIJOS	
Arriendo	\$250,00
Sueldos	\$1.716,23
TOTAL	\$1.966,23

Nota: Costos fijos mensuales, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Margen de contribución

En el margen de contribución se encuentran calculados los valores de los costos de la elaboración de una barra de shampoo dando un valor de 3,46 dólares en total lo que incluye materia prima directa, mano de obra y gastos indirectos de fabricación. El precio estimado de los mismos en conjunto nos da un total de 7,79 dólares, generando un margen de contribución de 4,33 dólares. (Ver tabla 34).

Tabla 34. Margen de contribución.

MARGEN DE CONTRIBUCION		
Precio	\$7,79	
Costo	\$3,46	
Ganancia	\$4,33	MARGEN DE CONTRIBUCION

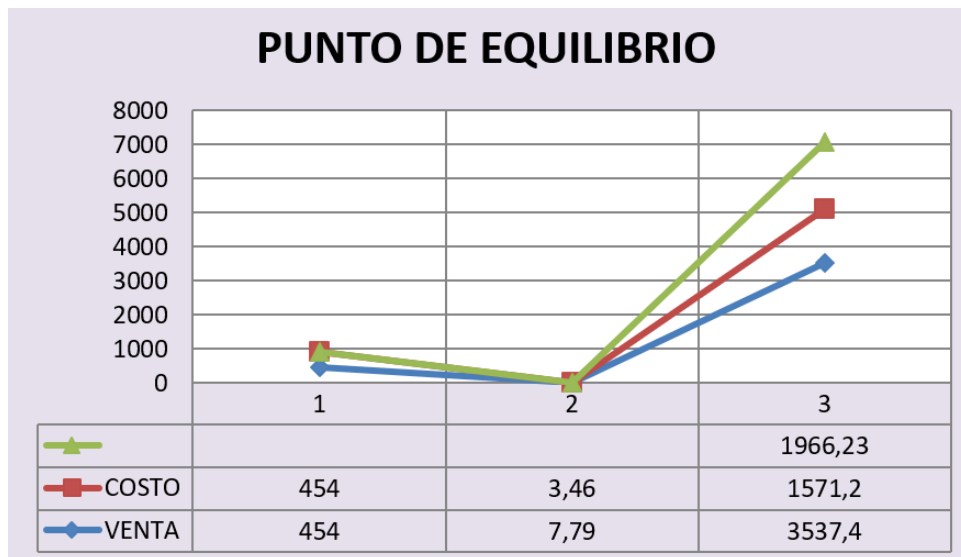
Nota: Margen de contribución, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

En el estudio financiero de Naked, el punto de equilibrio está constituido por los costos fijos de producción de la barra de shampoo más el margen de contribución de la misma. Como resultado para alcanzar el punto de equilibrio, se necesita realizar una venta de 454 barras de shampoo sólido mensualmente, con un promedio de 20,6 ventas diarias del producto. (Ver tabla 35)

Tabla 35. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO			
VENTA	454	\$7,79	\$3.537,40
COSTO	454	\$3,46	\$1.571,20
GASTO			\$1.966,20
PUNTO DE EQUILIBRIO			\$0,00

Nota: Cálculo del punto de equilibrio, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Figura 26. Punto de equilibrio.

Nota: Grafica del punto de equilibrio. Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Tabla 36. Ventas proyectadas.

VENTAS PROYECTADAS			
1000	\$7.790,00	\$93.480,00	ventas
1000	\$3.460,00	\$41.520,00	costo

Nota: Ventas proyectadas, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Costo de ventas

El costo de ventas de Naked se encuentra estimado con una proyección para un período de cinco años, donde se reflejan las ventas proyectadas en este tiempo, considerando además la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. (Ver tabla 37).

Tabla 37. *Flujo de ventas.*

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$93.480,00	\$96.293,75	\$99.192,19	\$102.177,87	\$105.253,43
Costo de Ventas		\$41.520,00	\$42.769,75	\$44.057,12	\$45.383,24	\$46.749,28
Util. Bruta Ventas		\$51.960,00	\$53.524,00	\$55.135,07	\$56.794,63	\$58.504,15
Gastos Admin.		\$20.594,80	\$21.214,70	\$21.853,27	\$22.511,05	\$23.188,63
Servicios Básicos		\$900,00	\$927,09	\$955,00	\$983,74	\$1.013,35
Materiales Oficina		\$362,64	\$373,56	\$384,80	\$396,38	\$408,31
Materiales Limpieza		\$692,88	\$713,74	\$735,22	\$757,35	\$780,15
Licencias Permisos		\$500,00	\$515,05	\$530,55	\$546,52	\$562,97
Alquiler		\$3.000,00	\$3.090,30	\$3.183,32	\$3.279,14	\$3.377,84
Depreciaciones		\$783,53	\$783,53	\$783,53	\$783,53	\$783,53
Amortizaciones		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad Operativa		\$25.126,15	\$25.906,03	\$26.709,39	\$27.536,92	\$28.389,37
Gastos Financieros		\$2.240,00	\$1.901,12	\$1.514,81	\$1.074,41	\$572,35
Util. Antes Impuestos		\$22.886,15	\$24.004,91	\$25.194,58	\$26.462,52	\$27.817,02
Base Impositiva		\$5.721,54	\$8.701,78	\$9.133,04	\$9.592,66	\$10.083,67
UTILIDAD NETA		\$17.164,61	\$15.303,13	\$16.061,54	\$16.869,86	\$17.733,35

Nota: Flujo de ventas proyectadas, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Flujo de caja

En el flujo de caja de Naked se consideran todas los egresos e ingresos que tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial.

(Ver tabla 38).

Tabla 38. *Flujo de caja.*

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa		\$25.126,15	\$25.906,03	\$26.709,39	\$27.536,92	\$28.389,37
Depreciación		\$783,53	\$783,53	\$783,53	\$783,53	\$783,53
Amortización		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
- Base Impositiva		\$5.721,54	\$8.701,78	\$9.133,04	\$9.592,66	\$10.083,67
- Gastos Financieros		\$2.240,00	\$1.901,12	\$1.514,81	\$1.074,41	\$572,35
- Pago Capital		\$2.420,54	\$2.759,41	\$3.145,73	\$3.586,13	\$4.088,19
+ Valor Salvamento						
+ Capital de Trabajo						
- Reposición de Activos						
= Flujo Neto de Caja	\$37.603,22	\$15.527,61	\$13.327,25	\$13.699,35	\$14.067,25	\$14.428,69

Nota: Flujo de caja neto, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Cálculo del VAN y el TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN

Según el autor Marcos Roberto Mete del Instituto de Investigación y Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad La Salle “El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos” (Mete, 2014).

Por medio de este indicador financiero se puede determinar la viabilidad del establecimiento en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de \$12.649,84 para el proyecto.

Interpretación VAN

Tabla 39. *Valor actual neto interpretación.*

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS,

Nota: Interpretación del VAN, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Formula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

Tir (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el **valor presente neto** a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los **flujos netos de efectivo** dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico (Didier, 2017).

Interpretación del TIR

Tabla 40. Interpretación del TIR.

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO	
TIR = VAN = 0	
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE	
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE	
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS	

Nota: Interpretación del TIR, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Formula del TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

TIR= tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) de Naked demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 26,12% con una separación del 12,69% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 13,43%. (Ver tabla 41).

Tabla 41. Cálculo del VAN Y TIR.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	12.649,84
TIR	26,12%
TMAR	13,43%

Nota: Cálculo del VAN y TIR, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En la actualidad, el shampoo se ha convertido en un producto básico de higiene personal que se utiliza para la limpieza y cuidado del cabello. Es un producto cosmético que se consume de manera masiva a nivel mundial, sin embargo, representa un impacto negativo para el medio ambiente debido al envase plástico en el que se comercializa. Por lo tanto, Naked presenta una propuesta de un producto elaborado con productos naturales y que no contiene envases plásticos.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, se puede concluir que un porcentaje importante de la población encuestada estaría dispuesta a utilizar este innovador producto, ya que ofrece múltiples beneficios para la salud y la economía de los consumidores, además de ser una alternativa sustentable.

El uso intensivo de los medios tecnológicos y las redes sociales que son elementos indispensables para el posicionamiento de la marca en el mercado de la cosmética. Por lo tanto, Naked aprovechará al máximo estas herramientas para atraer a sus clientes.

Para la creación de la empresa, se consideraron todos los permisos y licencias para su funcionamiento legal, además de todos los costos que incurrirán para la implementación del negocio, los mismos que se incluyeron en el flujo de ventas que se proyecta para 5 años.

En base a las proyecciones realizadas en el flujo de ventas y el flujo de caja neto es posible concluir que en el primer trimestre del tercer año de operaciones económicas se estaría recuperando el monto total de la inversión del proyecto.

A través de los indicadores contables se concluye que existe rentabilidad económica en el proyecto de acuerdo al cálculo realizado y la determinación del VAN que tiene un valor de \$12.649,84 y la TIR que es del 26,12% superior a la TMAR.

Recomendaciones

- Comunicar la importancia de la elaboración de un plan de negocio como una herramienta indispensable para conocer los objetivos y estrategias que permitirán promover el crecimiento y desarrollo de un negocio. Motivar la creación de nuevas empresas que generen más fuentes de empleo y contribuyan al desarrollo económico y productivo del país.
- Realizar una buena investigación de mercados que permita determinar las posibilidades de venta y el éxito de un producto, conociendo cuales son las preferencias y necesidades del público objetivo, además de ser una guía que provee información sobre las nuevas tendencias en el mercado, la competencia, marketing y posibles áreas de crecimiento.
- Realizar un análisis económico preciso de la estructura financiera que se requiere para la implementación del proyecto por medio de los indicadores financieros VAN Y TIR, con el fin de determinar la rentabilidad que va a generar el negocio, además de considerar el punto de equilibrio y las ventas proyectadas en cada periodo de tiempo.

Referencias

(2016). *Médicos Sin Fronteras*.

ANEPSA. (2023). *ANEPSA SOLUCION CON VALOR*. Obtenido de ¿Qué es la depreciación de activos fijos?: <https://anepsa.com.mx/depreciacion-de-activos-fijos/>

Aprendizaje, U. d. (2023). *Derecho Empresarial* . Obtenido de https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/851/mod_resource/content/1/contenido/index.html

ARCOSA. (17 de 12 de 2019). *Normativa-Instructivos*. Obtenido de Resolución No. 2120: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/12/RESOLUCI%C3%93N-N%C2%B0-2120-_Reglamento-T%C3%A9cnico-Andino-sobre-Especificaciones-T%C3%A9nicas-Microbiol%C3%B3gicas-de-Productos-Cosm%C3%A9ticos.pdf

ARCOSA. (2022). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>

Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.

Calvo, L. (25 de 01 de 2022). *Macroentorno de una empresa*. Obtenido de <https://es.godaddy.com/blog/analisis-del-macroentorno-de-una-empresa/>

Casternao, Á. (6 de julio de 2022). *Serca Instituto de Altos Estudios Especializados*. Obtenido de <https://blog.institutoserca.com/que-es-la-piramide-de-maslow-y-necesidades/>

Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf

Cueva, J. (2020). *Mascotas, los mejores compañeros de vida para niños y adultos*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de

<https://regiondigital.com/noticias/reportajes/322755-mascotas-los-mejores-companeros-de-vida-para-ninos-y-adultos.html>

Didier, J. (19 de 12 de 2017). *Pymes Futuro*. Obtenido de Gerencia, Finanzas y Proyectos: pymesfuturo.com/tiretorno.htm

Dirección de Comunicación Social . (2023). *Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>

Economía, D. d. (2023). *elEconomista.es*. Obtenido de Activo fijo:

<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/activo-fijo>

Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/>

Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*.

Giraldo, J., & Robledo, J. (2014). *Propuesta para la gestión de residuos sólidos de dos clínicas*. Cali, Colombia: Universidad ICESI.

Google maps. (2023). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/QHXC%2B9GJ,+Quito+170157/@-0.2010602,-78.4278585,17.34z/data=!4m13!1m7!3m6!1s0x91d590d91f523511:0xce340d531f732625!2sCumbaya!3b1!8m2!3d-0.2107252!4d-78.4410895!3m4!1s0x91d5911ff38fef09:0x8798fbfb9390e3e0!8m2!3d-0.20140>

Heredia, J., & Iturbe, T. (2019). *Manual de práctica de medicina de gatos* . México: UNAM.

<https://www.controlsanitario.gob.ec/>. (2022). Obtenido de

<https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>

Ibañez, M. (2000). En *Canis et Felis*. N° 43. *Bases para la gestión en centros veterinarios* (pág. 12). Madrid, España: Ediciones Luzán.

- INEN, S. E. (2023). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Mete, M. R. (01 de 11 de 2014). *Scielo* . Obtenido de Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s2071-081x2014000100006&script=sci_arttext
- Mundial, B. (28 de 09 de 2022). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Pastor, I. (2020). *¿Qué es y para qué sirve la Pirámide de Maslow?* . Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/qu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-pir%C3%A1mide-de-maslow>
- Postgrado, I. E. (2023). *Las cinco fases de la pirámide de Maslow*. Obtenido de <https://www.iep.edu.es/las-5-fases-de-la-piramide-de-maslow/>
- Raeburn, A. (2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Romero, S. (2016). *El motivo por el que los gatos son más independientes que los perros*. Recuperado el 26 de julio de 2021, de <https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/el-motivo-por-el-que-los-gatos-son-mas-independientes-que-los-perros-811441363579>
- Sánchez, L. A. (2023). *SCielo*. Obtenido de Gestión Efectiva del Capital de Trabajo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000400006&script=sci_arttext&tlng=en
- WMCMF. (2022). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://webdelmaestrocmf.com/portal/piramide-de-necesidades-del-docente-maslow/>
- Zamarripa, P. (2022). Shampoo en barra: la alternativa sustentable para lavar tu cabello. *Glamour*, <https://www.glamour.mx/belleza/cabello/articulos/que-es->

el-shampoo-en-barra-y-cuales-son-sus-beneficios/14040#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20shampoo%20en,estar%20contenido%20en%20una%20botella.

5 VENTAJAS DE USAR UN SHAMPOO EN BARRA. (s/f). Verde Pluma. Recuperado el 5 de junio de 2022, de <https://verdepluma.com.co/blogs/blog/5-ventajas-de-usar-shampoo-en-barra>

Pérez, A. (2021, abril 26). Tipos de estructuras organizativas.Cuál es la mejor para tu empresa. *OBS Business School*. <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-estructuras-organizativas-cual-es-la-mejor-para-tu-empresa>

Asana. (s/f). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Asana.

Recuperado el 5 de junio de 2022, de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

(S/f). Com.ec. Recuperado el 26 de febrero de 2023, de

<https://www.forbes.com.ec/negocios/que-hacen-empresas-cosmeticos-e-higiene-dejar-ganar-mercado-n27493>

ANEXOS

 Identificación de reporte de similitud. oid:11830:209670431	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
MONOGRAFIA COMPLETA- SRTA. KAREN FISCAL.docx	Karen Fiscal
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
15443 Words	85839 Characters
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
118 Pages	12.0MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Feb 28, 2023 9:43 PM GMT-5	Feb 28, 2023 9:45 PM GMT-5
<p>● 14% de similitud general</p> <p>El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14% Base de datos de Internet • 2% Base de datos de publicaciones • Base de datos de Crossref • Base de datos de contenido publicado de Crossref <p>● Excluir del Reporte de Similitud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes excluidas manualmente • Bloques de texto excluidos manualmente 	
Resumen	

Anexo 1: Formulario de la encuesta**“Naked”**

Tienda especializada en la producción y venta de shampoo sólido.

Encuesta producto shampoo en barra

Naked, productos 100% orgánicos

1. ¿Estaría dispuesto a probar el shampoo en barra? *

SI

NO

2. ¿Alguna vez ha utilizado shampoo en barra? *

SI

NO

3. ¿Qué información es importante para usted al momento de comprar un shampoo? *

La marca del producto

Que contenga algún tipo tratamiento

Que no contenga sal

4. ¿Cuánto le dura una botella mediana (300ml) de shampoo líquido? *

3 semanas

1-2 meses

3-4 meses

5. ¿Qué tan importante es para ti el cuidado del cabello?

- Poco importante
- Muy importante
- Nada importante

6. ¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?

- Muy importante
- Poco importante
- Nada importante

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una barra de shampoo sólido?

- \$5,00
- \$7,00
- \$8,50

8. ¿Dónde sueles comprar tu shampoo?

- Farmacia
- Tienda de belleza
- Supermercado
- Tienda de barrio

Nota: Formulario de la encuesta, Naked. Elaborado por Karen Fiscal.

Anexo 2. Equipos industriales, Naked.



Batidora Amasadora Mezcladora De 30 Litros Industrial 

U\$S 678

Hasta 12 cuotas



Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

[Ver costos de envío](#)


Cantidad: 1 unidad  (20 disponibles)

Comprar ahora

 **Compra Protegida**, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

PLATO CALENTADOR
AGITADOR DIGITAL BIOBASE 5
LITROS BS-4HC



Plato Calentador / Agitador Digital Biobase Bs-4hc (5 Litros) 

U\$S 641³⁵

Hasta 12 cuotas



Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

Guayaquil, Guayaquil

[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

Comprar ahora



Nuevo | 1 vendido

Refrigeradora Vitrina Innova Vidrio Panorámico 290 Litros 

U\$S 770

Hasta 12 cuotas



Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

Mariscal Sucre, Quito


[Ver costos de envío](#)

Color: NEGRA

Cantidad: 1 unidad  (3 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 3. Equipos de computación



Nuevo | +100 vendidos ♥

Laptop Lenovo IdeaPad 14ITL05 platinum gray táctil 14", Intel Core i3 1115G4 8GB de RAM 256GB SSD, Intel UHD Graphics Xe G4 48EUs 1920x1080px Windows 10 Home

U\$S 498⁹⁹

Sistema operativo: Windows 10 Home


Windows 10 Home


Procesador: Intel Core i3 1115G4

Intel Core i3 1115G4

Tarj. gráfica: Intel UHD Graphics Xe G4 48EUs

Intel UHD Graphics Xe G4 48EUs





Nuevo | +25 vendidos

Impresora Epson L3250 Multifuncional Con Wifi


U\$S 259

Hasta 12 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Ambato, Tungurahua
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad ▼ (959 disponibles)



Nuevo | +25 vendidos

Computador Cpu Core i3-10100- I5/i7 8gb Led 19 Ssd 480 New

U\$S 470

Hasta 12 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad ▼ (973 disponibles)

Comprar ahora



Nuevo | +1 vendidos

**Teléfono Panasonic Dt521,
Nuevo, 1 Año Garantía ,valor
\$148**

U\$S 8

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Tarqui, Guayaquil

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Anexo 4. Muebles y Enseres.



Nuevo | +1 vendidos

**Ltc Silla Ejecutiva Malla Ne-
gro Xtratech Ristretto Oficina**

U\$S 59⁹⁹

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Iñaquito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad ▾ (17 disponibles)



**Escritorio Versátil Moderno,
Elder**

U\$S 160

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Calderon (Carapungo), Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: Gris oscuro

Cantidad: 1 unidad ▾ (10 disponibles)



Escritorio Lineal Moderno Girable.

U\$S 70

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Calderon (Carapungo), Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)



Counter Keto - Mueble Counter Caja Barra Atención Recepcion

U\$S 350

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Chimacalle, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (7 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 1 vendido

Estantería Exhibidor De Madera Repisas Natural Nuevos 69\$

U\$S 1

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.



Molde De Silicona Para Jabon Ovalado

\$5.49

Molde de silicona para jabón ovalado, realiza jabones de manera practica y fácil

😊 Hay existencias



Nuevo

Mesa De Trabajo De Acero Para Alimentos

U\$S 450

📦 Pago a acordar con el vendedor

[Más información](#)

📦 Entrega a acordar con el vendedor

San Antonio, Quito

[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

Comprar ahora

🕒 1 años de garantía de fábrica.



Cuencos para mezclar con tapas herméticas, 20 cuencos de metal de acero inoxidable, fondo de silicona antideslizante AIKKIL, tamaño 7, 3.5, 2.5, 2.0, 1.5, 1.67 cuartos de galón, ideales para mezclar, hornear y servir (caqui)

★★★★★ 5499 Calificaciones

Color: Caqui



Disponibilidad: En stock

Marca: Aikkil

Precio: U\$S 69.57
Ahorras: U\$S 12.78 (19%)

U\$S 56.79

ENVÍO GRATIS



Este producto tiene

🏠 A tu domicilio en Ecuac

✈️ Recibe este producto d envío **Express**

Cantidad:

Anexo 5. Equipos Industriales de seguridad.



Venta Y Recarga De Extintores Pqs 10 Libras Nuevo Polvo

U\$S 21⁸⁰

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Iñaquito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (167 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | +5 vendidos

Detector De Humo A Batería 
Evlite Con Pilas Sensor Humo

U\$S 7

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Iñaquito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (186 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Anexo 6. Suministros de oficina.



Grapadora Mediana

Marca: ERICH KRAUSE | Código: 4041

Grapadora De Escritorio Tamaño Mex 26/6

\$3,80

- 1 +

En stock

Agregar al carrito



Grapas

Marca: ERICH KRAUSE | Código:

Grapas N23/10

\$0,75

- 1 +

En stock

Agregar al carrito



Perforadora Mediana

Marca: ERICH KRAUSE | Código: 40414

Perforadora De 2 Orificios Metálica Tai 15132

\$4,75

- 1 +

En stock

Agregar al carrito



Archivador Oficina

Marca: REAL | Código: 7861178900

Interior Y Cubierta De Cartón Dur:

-20%

~~\$3,11~~

\$2,49

Color: Azul



- 1 +



Tijera Escolar 13

Marca: MILAN | Código: 8411574

Tijera Escolar 13

-30%

~~\$1,79~~

\$1,25

Color: AZUL



- 1 +



Bolígrafo Bic Caja X 12 Unidades

US\$ 4⁵⁰

Hasta 1 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vende
El más. Quitá
Ver costos de envío

Color Del Exterior: Negro



Cantidad: 1 unidad x 143 disponibles

Anexo 7. Insumos de limpieza.



A1-50 Cloro Concentrado Al 5%

U\$S 4⁶⁶

en 12x U\$S 0³⁹ sin interés



Jabón Líquido Nacarado Cocofresh 1 Galón

U\$S 5



Alcohol Antiséptico 70% Galón,

U\$S 7⁷⁶

en 12x U\$S 0⁶⁵ sin interés

Envío gratis



Opigal Desinfectante Concentrado Amonio Cuaternario

U\$S 14

Opigal Desinfectante Concentrado Amonio Cuaternario 5ta G

Envío gratis



Papel Higienico Institucional 250m,

U\$S 1⁷⁵

en 12x U\$S 0¹⁵ sin interés

Envío gratis