



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la fabricación y comercialización de productos de limpieza para el hogar “Sándalo”, ubicado en la parroquia El Sagrario, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”.

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

AUTORA: Martha Guissela Gordillo Narvárez.

TUTORA:

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito, 31 de agosto de 2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, que me permitió haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Dolores Narváez por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su infinito amor y apoyo incondicional a mi hermano Pablo Roberto Gordillo por ser mi inspiración en todo momento y estar a mi lado siempre para ayudarme a mejorar como persona y como profesional.

A mi padre Roberto Gordillo a pesar de nuestra distancia es un ser muy importante en mi vida llenándome de apoyo y sabiduría y a quien adoro infinitamente.

A mi querida hermana Sonia Gordillo y su familia, a quienes amo mucho, por compartir cada momento significativo conmigo en este proceso.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi fortaleza y mi guía en el transcurso de mi vida, brindándome salud, paciencia y sabiduría para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi tutora Ing. Karina Falconí, y al coordinador Ing. Christian Carvajal quienes con su apoyo, experiencia, conocimiento y motivación me guiaron a través de cada una de las etapas de este proyecto y de la carrera para alcanzar los resultados esperados.

Agradezco a todos y cada uno de los docentes que, con su gran sabiduría, conocimiento y apoyo, me motivaron a desarrollarme como persona y profesional en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI.

A mi hermosa familia y amigos, por apoyarme aun cuando mis ánimos y salud decaían siempre estuvieron para darme palabras de apoyo y fuertes abrazos reconfortante en los momentos más difíciles de salud, especialmente a mis padres y a mi hermano quienes son los pilares de mi vida y motivo por el cual inicie y culmine este proceso educativo en mi vida.

AUTORIA

Yo, Martha Guissela Gordillo Narváz autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Guissela Gordillo.

D.M. Quito, 31 de agosto de 2023

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.
Tutora de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito, 31 de agosto 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: La **Ing. Karina Falconí Ausay MBA**, y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Martha Guissela Gordillo Narváez por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Martha Guissela Gordillo Narváez realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de productos de limpieza para el hogar “Sándalo”, ubicado en la parroquia El Sagrario, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”**, para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **Ing. Karina Falconí Ausay MBA**.

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. Karina Falconí Ausay MBA**, en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Srta. Martha Guissela Gordillo Narváez, 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 creación de la empresa productora y comercializadora de productos de limpieza para el hogar “Sándalo”, ubicado en la parroquia El Sagrario, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”**, 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. Karina Falconí Ausay MBA.

Martha Guissela Gordillo Narváez

D.M. Quito, 31 de agosto de 2023

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	6
RESUMEN	13
ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL	15
Creación de la empresa	15
Descripción de la empresa	15
Tipo de la empresa	17
Tamaño y distribución de la empresa	18
Estudio arquitectónico	18
Estructura interna del establecimiento	18
Necesidades que satisfacer	19
Necesidad básica o fisiológica	20
Necesidad de Seguridad	20
Localización de la microempresa	21
Filosofía Microempresarial	21
Planificación estratégica empresarial	22
Desarrollo organizacional	27
Organigrama Microempresarial	30
Funciones específicas del puesto	31
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	36
Objetivo de la mercadotecnia	36
Investigación de mercado	36
Plan de Muestreo	37
Análisis de las encuestas	39
Entorno empresarial	51
Micro entorno.	51

Macro entorno	56
Producto y servicio	59
Producto Esencial	59
Producto real	60
Producto aumentado	62
Plan de introducción al mercado	62
Canal de distribución y puntos de ventas	68
Riesgo y oportunidades del negocio	70
Fijación de precios.	70
Implementación del Negocio	74
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	80
Servicio de Rentas Internas / SRI	80
Requisitos para realizar el trámite en línea:	80
Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:	80
Patente Municipal	81
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)	82
Ministerio del Trabajo (MT)	83
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	84
Objetivos Sociales	85
Objetivos Ambientales	86
PROCESO FINANCIERO	87
Introducción	87
Inversión	87
Capital de trabajo	88
Sueldos	90
Depreciación de activos fijos	92
Tabla de amortización capital financiado.	92
Estructura de capital.	94

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).....	94
Punto de equilibrio	95
Margen de contribución	95
Costo de ventas	97
Flujo de caja	99
Cálculo del VAN y el TIR	100
VAN (Valor Actual Neto) o VPN.....	100
TIR (Tasa Interna de Retorno)	101
Conclusiones	104
Recomendaciones	105
BIBLIOGRAFÍAS	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema y distribución de la microempresa	19
Figura 2. Esquema y distribución de la microempresa 3D.....	20
Figura 3. Pirámide de Maslow	20
Figura 4. Localización de la microempresa	22
Figura 5. Mapa de procesos de la microempresa	29
Figura 6. Flujo de proceso operativo de la microempresa	31
Figura 7. Organigrama microempresarial	31
Figura 8. Pregunta 1, grafico circular	39
Figura 9. Pregunta 2, grafico circular	40
Figura 10. Pregunta 3, grafico circular	42
Figura 11. Pregunta 4, grafico circular	43
Figura 12. Pregunta 5, grafico circular	45
Figura 13. Pregunta 6, grafico circular	46
Figura 14. Pregunta 7, grafico circular	48
Figura 15. Pregunta 8, grafico circular	49
Figura 16. Pregunta 9, grafico circular	51
Figura 17. Pregunta 10, grafico circular	52
Figura 18. Esquema de microentorno	54
Figura 19. Ubicación del microentorno	55
Figura 20. Esquema del macroentorno	58
Figura 21. Diseño de uniforme de área de ventas	64
Figura 22. Diseño de uniforme del área administrativa	65
Figura 23. Diseño del logotipo de la microempresa	66
Figura 24. Anverso de tarjeta de presentación	67
Figura 25. Reverso de tarjeta de presentación	68
Figura 26. Hoja membretada de la microempresa	69
Figura 27. Objetivos del desarrollo sostenible	83
Figura 28. Punto de equilibrio	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos a considerar del Jefe Administrativo.....	33
Tabla 2. Méritos a considerar del Coordinador de Ventas.....	35
Tabla 3. Tabulación, pregunta 1.....	39
Tabla 4. Tabulación, pregunta 2.....	40
Tabla 5. Tabulación, pregunta 3.....	41
Tabla 6. Tabulación, pregunta 4.....	43
Tabla 7. Tabulación, pregunta 5.....	44
Tabla 8. Tabulación, pregunta 6.....	46
Tabla 9. Tabulación, pregunta 7.....	47
Tabla 10. Tabulación, pregunta 8.....	49
Tabla 11. Tabulación, pregunta 9.....	50
Tabla 12. Tabulación, pregunta 10.....	52
Tabla 13. Proveedores.....	57
Tabla 14. Financiamiento publicidad.....	71
Tabla 15. Producto 1.....	73
Tabla 16. Producto 2.....	74
Tabla 17. Equipos de computación	75
Tabla 18. Equipos industriales.....	75
Tabla 19. Muebles y enseres.....	76
Tabla 20. Suministro de oficina.....	77
Tabla 21. Servicios básicos.....	77
Tabla 22. Materiales de limpieza.....	78
Tabla 23. Activos fijos.....	87
Tabla 24. Capital de trabajo.....	88
Tabla 25. Inversiones.....	88
Tabla 26. Sueldo y aportaciones.....	89
Tabla 27. Decimos.....	90
Tabla 28. Total sueldos.....	90

Tabla 29. Depreciación de activos fijos.....	91
Tabla 30. Tabla de amortización.....	92
Tabla 31. Estructura del capital.....	93
Tabla 32. Costos fijos.....	94
Tabla 33. Margen de contribución.....	95
Tabla 34. Punto de equilibrio.....	95
Tabla 35. Ventas proyectadas.....	96
Tabla 36. Flujo de ventas.....	97
Tabla 37. Flujo de caja.....	98
Tabla 38. Interpretación del VAN.....	99
Tabla 39. Interpretación del TIR.....	101
Tabla 40. Calculo del VAN y TIR.....	102

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercialización de productos de limpieza para el hogar “Sándalo”, ubicada en la Parroquia El Sagrario, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura .”

Martha Guissela Gordillo.

Ing. Karina Falconí Ausay MBA.

D.M. Quito 31 de agosto de 2023

RESUMEN

El presente proyecto se basa en la investigación de factibilidad para la creación de la empresa “Sándalo” en donde se busca cubrir las necesidades de los clientes según sus gustos y preferencias el enfoque de nuestros productos de alta calidad, variedad de productos a precios justos generando así una experiencia positiva al consumidor en el momento de comprar productos de limpieza para el hogar está dirigido a las familias que realizan la adquisición de productos de limpieza tales como: detergente líquido, cloro, anti grasa, suavizante para ropa para su uso diario en las tareas de limpieza del hogar.

Nuestra empresa se constituye como una microempresa con una estructura organizacional vertical, y en la cima de la jerarquía podemos encontrar la dirección ejecutiva quien define las metas estratégicas y según se va descendiendo encontramos el departamento de producción, ventas dirigido por una persona especializada este rango y el departamento de logística que facilita el mejor desempeño de las

actividades realizadas y un enfoque objetivo en cada una de las áreas clave del negocio.

Para la implementación de la microempresa “Sándalo” se procedió a realizar una investigación de mercado mediante la técnica de la encuesta la misma que nos permitió identificar las necesidades, preferencias y tendencias de los clientes potenciales. Este proceso nos permite proyectar efectivamente estrategias de marketing, incluyendo la promoción de productos en las diferentes plataformas digitales, así como la participación de nuestra empresa en eventos principales que organice la comunidad los mismos que van ayudar para ampliar la visibilidad y el reconocimiento de nuestros productos y nuestra marca.

El compromiso que nos caracterizará está basado en la ética profesional y la legitimidad que se cumplirá estrictamente con las leyes y regulaciones de nuestro país tanto en el ámbito comercial y en lo laboral de tal forma que se garantice relaciones justas con proveedores y colaboradores. Además, se empleará prácticas comerciales transparentes y éticas en cada una de nuestras operaciones de la empresa “Sándalo”.

La responsabilidad de “Sándalo” con el medio ambiente y la sociedad es de mucha importancia por lo cual buscaremos trabajar con proveedores de materia prima que compartan nuestros valores de sostenibilidad y disminución de la contaminación colaborando con el impacto ambiental. Además, se promoverá la diversidad y la inclusión en los equipos de trabajo y las interacciones con toda la comunidad que nos rodea.

Sándalo en el proceso financiero nos permitirá tener un control minucioso de los recursos que posee la microempresa con el fin de aprovechar todos los recursos,

contará con capital propio y con la ayuda de un crédito se cubrirá la diferencia del capital financiado.

ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL

Creación de la empresa

“Sándalo” es una microempresa productora y comercializadora de productos de limpieza para el hogar que surge a partir de la necesidad de los clientes con la posibilidad de compra productos de limpieza de calidad a precios bajos y con entrega directo a domicilio, brindándoles al consumidor una opción de compra y experiencia de ahorro y calidad en los productos, así también permitirá al cliente tener sensaciones de obtención de productos de alta calidad con los cuales brindan seguridad en la limpieza de los hogares al usar cada uno de los productos.

Descripción de la empresa

Importancia

El uso frecuente o diario de productos de limpieza para el aseo de los hogares y la búsqueda de los clientes por obtener productos de alta calidad a precios y venta directa de la empresa a su domicilio, brinda a la microempresa la guía para cubrir las necesidades con una amplia variedad de productos y prestaciones de los mismos ofreciendo productos más accesibles para el consumidor y con una atención personalizada y eficiente para los clientes.

Características

La microempresa de productos de limpieza “Sándalo”, estará enfocada en brindar productos de calidad y con un servicio de constante innovación de cada uno de los productos teniendo como base fundamental la calidad y el precio de los

productos ofertados mediante la identificación de una marca propia y fuerte, generando lealtad y confianza al momento de comprar sus productos. Así también establecer la conexión emocional con los consumidores.

La empresa “Sándalo”, al ser nueva en el mercado contará con un equipo de trabajo bajo la contratación individual, también contarán con la afiliación al seguro social respetando todos los derechos laborales que se encuentran estipulados y enmarcados en la ley y el código de trabajo de nuestro país teniendo además constaste capacitación.

Por otra parte, cualquier acción o decisión que toma la microempresa tiene una repercusión sobre su entorno o medioambiente, ya sea al utilizar recursos naturales (materias primas, energía, etc.) o al ofrecer sus productos terminados. Esta es razón suficiente para comprometerse a contribuir a un desarrollo sostenible y económicamente viable, satisfaciendo las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras (Martinez, 2007).

Por esta razón nuestra microempresa “Sándalo” estará siempre comprometida en establecer y mantener prácticas sostenibles que ayuden a la conservación y la preservación del medio ambiente las cuales son:

- La comercialización de los productos en envases reutilizables para evitar la contaminación del medio ambiente con desechos plásticos.
- Promover y concientizar a los clientes sobre la reutilización de sus envases plásticos. uso de bolsas y empaques ecológicos se evitará el uso de bolsas

plásticas en su lugar se optará por empaques ecológicos o biodegradables para la entrega de nuestros productos.

- Concientizar a la comunidad sobre la no utilización de fundas plásticas al momento de recibir sus productos haciéndoles entender el grado de contaminación que estas provocan.

Actividad

“Sándalo” es una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de productos de limpieza para el hogar entre los cuales ofrecerá una gran variedad de productos de limpieza para todas las áreas del hogar lo cual permitirán satisfacer las diferentes necesidades de nuestros clientes.

Tipo de la empresa

Las microempresas se pueden clasificar en Empresas del Sector Secundario o Industrial se refiere a aquellas que realizan algún proceso de manufactura o transformación de la materia prima. Estos tipos de empresas se dedican a la compra de materias primas, luego mediante la mano de obra y tecnología, sean transformadas en un producto con valor agregado para una posterior comercialización (Palacios, s.f.).

Por lo tanto, “Sándalo” es una microempresa de tipo industrial la cual se dedicará a la compra de materias primas, luego mediante la mano de obra y tecnología, se transformará en un producto con valor agregado para una posterior comercialización. Brindando productos de calidad a su clientela, incentivando a la economía y fuentes de trabajo de la localidad.

Tamaño y distribución de la empresa

Se agrupa a las microempresas por el número de personas que la conforman, así tenemos que, una microempresa que está conformada entre 1 y 9 personas, se consideran empresas pequeñas a las que tienen de 10 a 49 empleados, una empresa mediana desde 50 a 199 colaboradores y una grande por más de 200 empleados (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021).

De acuerdo a la ley vigente en el Ecuador y en base a lo expuesto anteriormente la microempresa de productos de limpieza “Sándalo” es una microempresa ya que este tipo de negocio es el más pequeño por su tamaño y clasificación, además contará con un área de entrada, área de piking, área producción, área de facturación y área de almacenamiento.

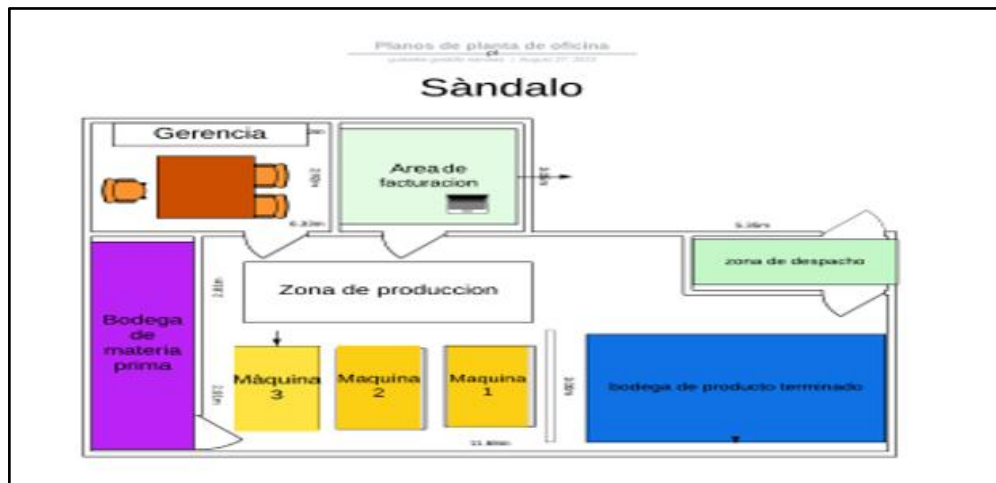
Estudio arquitectónico

Para el diseño de “Sándalo” empresa productora y comercializadora de productos de limpieza se toma en consideración la capacidad instalada, el diseño de los espacios físicos, el número de colaboradores o trabajadores que va a tener nuestra microempresa, el almacenamiento y logística. Se ha tomado en cuenta el espacio que necesitara cada área.

Estructura interna del establecimiento

Figura 1.

Distribución de la microempresa.

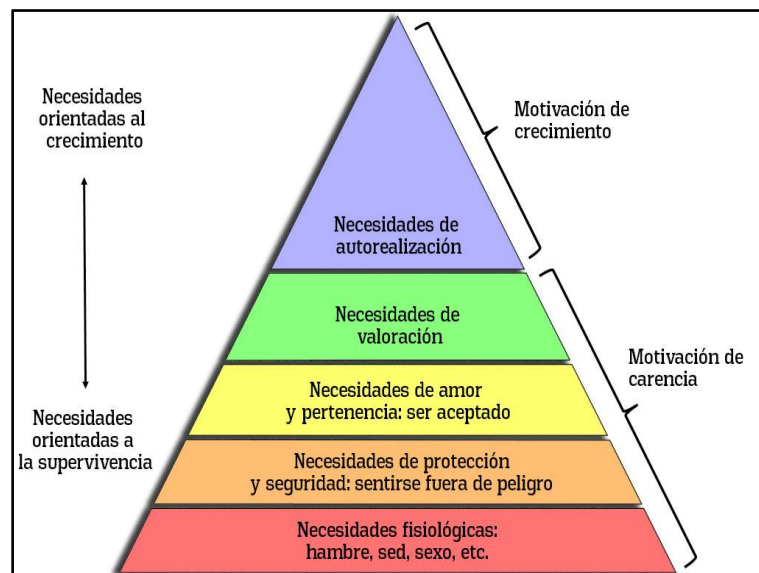


Nota: Descripción y esquema de la distribución de la empresa “Sándalo”.

Necesidades que satisfacer

Figura 2.

Pirámide de Maslow



Nota: Imagen sobre la descripción de la pirámide de Maslow, (Navarro, 2019)

La Pirámide de Maslow es una teoría motivacional que explica las necesidades humanas a través de una jerarquía en forma de pirámide. A medida que el ser humano va satisfaciendo las necesidades que están abajo, es

decir, las necesidades básicas, se van desarrollando nuevas necesidades y deseos. (Navarro, 2019)

Necesidad básica.

Según (Arias, 2012), afirma que “Necesidades básicas o fisiológicas: Son las únicas inherentes en toda persona, básicas para la supervivencia del individuo. Respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, sexo, etc.”. Por tal razón “Sándalo” se enfocará en ofrecer productos de calidad a precios bajos con lo que se pueda satisfacer la necesidad básica de consumo de productos de limpieza para el hogar permitiendo a nuestros clientes que encuentren productos que se acoplen a sus preferencias personales.

Necesidad de Seguridad

En esta parte de la pirámide de Maslow se incluyen las necesidades de seguridad son necesarias para vivir, pero están a un nivel diferente que las necesidades fisiológicas. Es decir, hasta que las primeras no se satisfacen, no surge un segundo eslabón de necesidades que se orienta a la seguridad personal, al orden, la estabilidad y la protección. (Instituto Europeo de Posgrado, 2019)

En Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza nos enfocamos en cuidar y garantizar una buena experiencia para cada uno de nuestros clientes por tal motivo es fundamental para nuestra microempresa que los clientes puedan sentir la seguridad de usar nuestros productos al momento de limpiar sus hogares, también el obtener confianza y sensación de protección sabiendo que sus hogares están libres de gérmenes y propiciar un ambiente limpio y saludable en donde

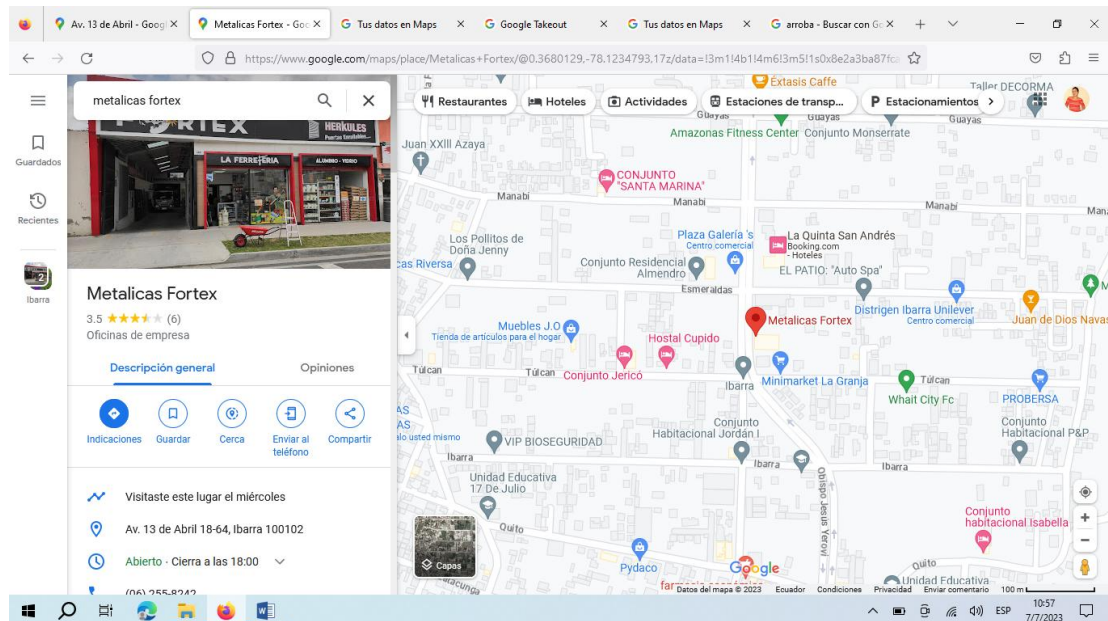
se genere una conexión entre los clientes como en nuestros colaboradores y la empresa.

Localización de la microempresa

Nuestra microempresa “Sándalo” empresa productora y comercializadora de productos de limpieza estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia urbana El Sagrario.

Figura 3

Localización real de la microempresa



Nota: <https://goo.gl/maps/yJNRntHzEV3XUpSq5>. Elaborado por Guissela Gordillo (2023).

Filosofía Microempresarial

(García, s.f.), expresa que la filosofía microempresarial define los valores de la institución tanto de la perspectiva interna como de su relación con el entorno, es decir que la microempresa es congruente con lo que hace y con lo que ofrece a sus clientes. La filosofía microempresarial es la forma oficial de pensar de la

organización. Para llevarla a cabo, se deben analizar tres elementos fundamentales y trascendentes que indican hacia dónde va la organización, por qué va y qué apoya u obliga a la microempresa a moverse en esa dirección en particular.

Misión

Proporcionar productos de limpieza y servicios de alta calidad con precios bajos y accesibles a nuestros clientes además enfocados en dar una atención personalizada, garantizando un excelente servicio por parte de nuestro agente vendedor a los clientes a través de la eficiencia y engranaje de cada una de nuestras áreas asegurándonos así de satisfacer las necesidades diarias de cada uno de nuestros clientes.

Visión

Convertimos para el 2025 como el proveedor número uno de la zona en la comercialización de artículos y productos de limpieza para el hogar, garantizando la mejora continua a través de la calidad de nuestros productos satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Planificación estratégica empresarial

La planificación estratégica constituye el primer paso y fundamental para asegurar una gestión económica eficiente, pues a través de esta se define con racionalidad el uso y destino de los recursos en función de los principales objetivos de las organizaciones, en general. La correcta planificación constituye la base insustituible para asignar y gestionar los distintos recursos materiales, financieros y humanos a cada uno de los procesos a desarrollar. (Martins, 2023).

Objetivos

- Brindar a nuestros clientes la facilidad de adquirir productos de limpieza para el hogar directo en sus domicilios ofreciendo variedad, calidad y economía, durante el primer trimestre se busca mejorar en un 15% la experiencia de nuestros clientes atendidos.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cuanto a costos y variedad de presentaciones de nuestros productos se busca una mejora en un 17% durante el primer trimestre
- Aumentar nuestra presencia como microempresa en las redes sociales a través de una estrategia de Marketing digital, para aumentar su número de seguidores en Facebook y TikTok en un 20 % durante los primeros seis meses.

Meta

La microempresa “Sándalo” productora y comercializadora de productos de limpieza tiene como meta principal expandir la base de clientes en un 60% a través de la fidelización de los consumidores y de la misma forma llegar a nuevos consumidores mediante programas de fidelización y lealtad brindando una atención personalizada. También se pondrá a disposición una gran variedad de productos cubriendo sus necesidades y de tal forma que se aumente las ventas en un 100% a largo plazo.

Estrategias

- Ofrecer un servicio preventa que nos permita garantizar que los productos vendidos lleguen al domicilio del consumidor en un lapso de 24 horas, así como también poder brindar la atención oportuna haciendo un ciclo de venta para hacer las respectivas reposiciones del producto terminado semanalmente.
- Dar a nuestros clientes una experiencia de compra personalizada adaptándonos a sus diferentes exigencias o necesidades entre las cuales podemos brindar asesoramiento individualizado sobre la utilización de cada uno de los productos.
- Usar estrategias de marketing digital como redes sociales, publicidad en línea, marketing por correo electrónico para aumentar el conocimiento de la empresa y abarcar a un público más amplio por estos medios.

Políticas

La empresa

- Implementar capacitaciones a los empleados para garantizar a los clientes una experiencia positiva al momento de realizar su compra.
- Garantizar la calidad de todos los productos proporcionados por la microempresa con la selección de proveedores confiables, monitoreando siempre los estándares de calidad en la materia prima para que se vea reflejo en el producto final.
- Incluir políticas de confidencialidad de los datos personales de los clientes para ofrecer seguridad a los mismos.

Los trabajadores

- Cumplir con responsabilidad el horario de trabajo establecidos por la microempresa “Sándalo”.
- Establece estándares de comportamiento en todo que corresponde a la ética profesional, prohibición de esta manera conductas inapropiadas por parte de los colaboradores como la discriminación, hurto o fraude a la empresa o clientes.
- Asistir al lugar de trabajo con los uniformes establecidos por la microempresa

FODA

Según (Sanchez, 2020) es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno”

Fortalezas

- Ubicación estratégica de la empresa en un sector de alto crecimiento poblacional.
- Contar con personal capacitado para todas las áreas, con lo cual se brindará productos de calidad y una excelente atención a los clientes.
- Capacidad para brindar una atención personalizada por parte de nuestro personal de ventas en las visitas programadas a los clientes.
- Se trabajará bajo relación calidad-precio lo cual permitirá acceder a todos los clientes para poder satisfacer sus necesidades con los diferentes productos.

Oportunidades

- Contar con tendencias de crecimiento en la apertura y visita de nuevos clientes para ofrecer nuestros productos de alta calidad.
- Uso de diferentes redes sociales y marketing digital para aumentar las ventas.

Debilidades

- Limitado presupuesto para contratación de publicidad externa.
- Limitado capital inicial y recursos.
- La existencia en el mercado de otras empresas que se dedican a la venta directa de productos de limpieza.
- Las tiendas virtuales de otras empresas dificultan la competencia en relación a precios.

Amenazas

- Los constantes cambios de presentación y aromas por empresas competidoras.
- Impacto económico del país por los escasos de empleos lo que puede afectar poder adquisitivo del consumidor.
- Riesgo de robo a los empleados del área de ventas o logística encargados de cobros a los clientes por motivo de la ola de inseguridad que vive el país.
- Dificultad para establecer una base sólida de clientes y posicionamiento de la marca ya que el mercado se encuentra saturado de empresas competidoras.

Desarrollo organizacional

Tipo de estructura

La microempresa “Sándalo” empresa productora y comercializadora de productos de limpieza trabaja en base a una estructura organizacional de tipo vertical definiendo las jerarquías de cada departamento a partir de cada una de las funciones realizadas, cada área dependerá entre ellos y de tal forma coordinará para que las actividades se lleven de manera eficiente.

Los procesos de nuestra estructura estarán divididos de la siguiente manera:

- Estratégicos
- Operativo
- Apoyo

Procesos Estratégicos

El gerente propietario será la persona encargará de dar la dirección estrategia, y tomará de decisiones financieras, la revisión constante de los avances de ventas además se encargará de todas las relaciones comerciales con los proveedores para el correcto funcionamiento de la microempresa.

Procesos Operativos

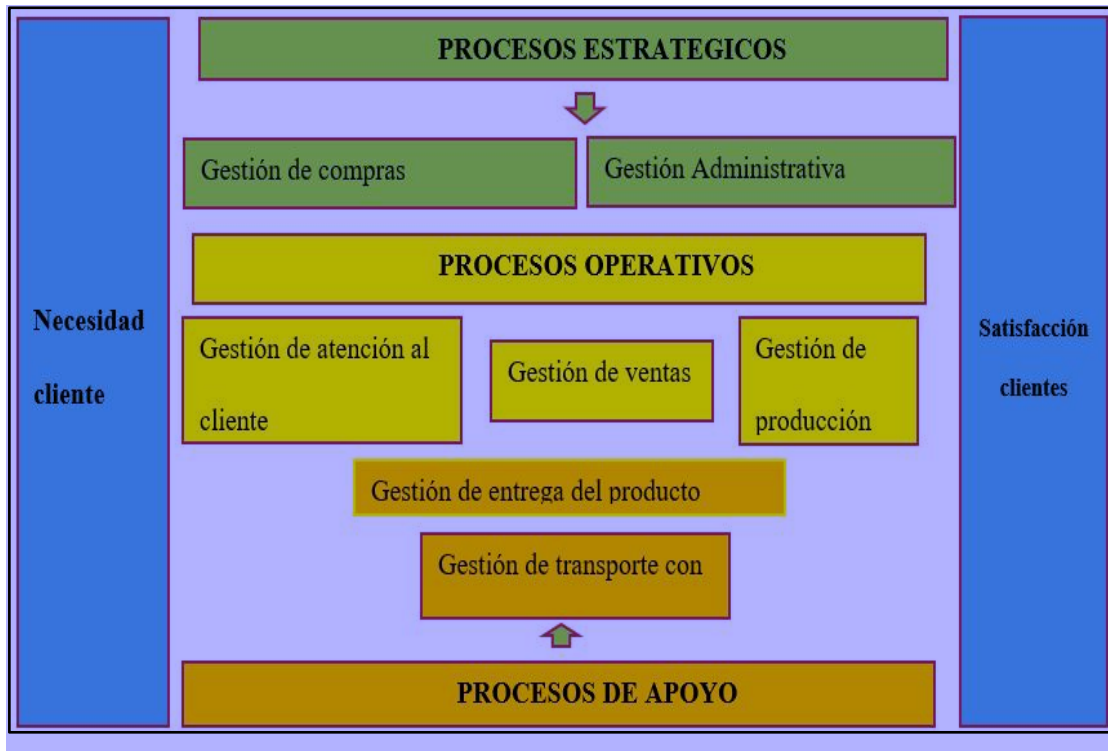
El área de ventas se encargará de planificar y ejecutar las estrategias precisas para concretar las ventas, así también de la gestión de la atención al cliente ofreciendo una atención personalizada y de calidad garantizando el óptimo rendimiento de las ventas.

Procesos de Apoyo

La gestión de transporte estará a cargo de personal externo garantizando la entrega de mercadería a tiempo y las ubicaciones exactas de los clientes.

Figura 4

Mapa de Procesos de la microempresa



Descripción del mapa de procesos de Sándalo empresa productora u comercializadora de productos de limpieza.

Formalización

La microempresa “Sándalo” empresa productora y comercializadora de productos de limpieza ejecutará el cumplimiento de sus políticas, normas y estrategias de acuerdo con su misión, visión y objetivos enmarcados dentro de las leyes, ordenanzas y normativas de nuestro país.

En relación a su funcionamiento operacional estará legalmente constituida cumpliendo con todos los requisitos exigidos por las autoridades o entes del

legislativo y control tributario, así como también mantendrá la documentación para el buen funcionamiento de la microempresa

Centralización – Descentralización

Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza orientará sus actividades a la atención al cliente brindando siempre un servicio personalizado con valor agregado en cada uno de los procedimientos para así asegurar un mejor control y supervisión de las ventas contando con procesos operacionales exitosos de tal forma podremos mantener una mayor eficiencia de todos los recursos que posee la microempresa Sándalo.

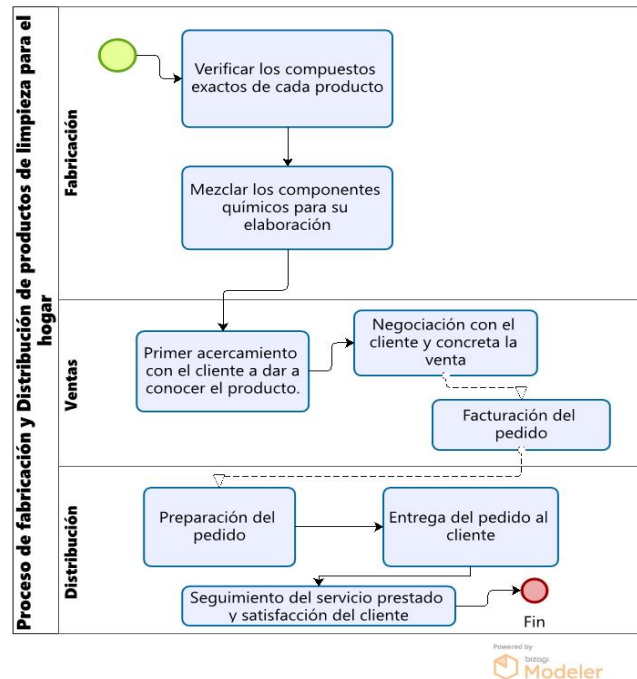
La descentralización funcionará en base a la entrega de funciones a nuestros empleados otorgándoles más responsabilidad y distribuyendo equitativamente la carga de trabajo además de fomentar la iniciativa y adaptabilidad a las necesidades y exigencias particulares de los clientes.

Integración

En “Sándalo” empresa productora y comercializadora de productos de limpieza la integración estará enfocada en el trabajo colaborativo que cada persona debe desempeñar dentro de la microempresa, esta forma de integración nos permitirá tener en orden los aspectos operacionales de la empresa sin dejar de lado la comunicación efectiva mediante canales de comunicación abierta entre las diferentes áreas.

Figura 5.

Flujo del proceso operativo de Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza

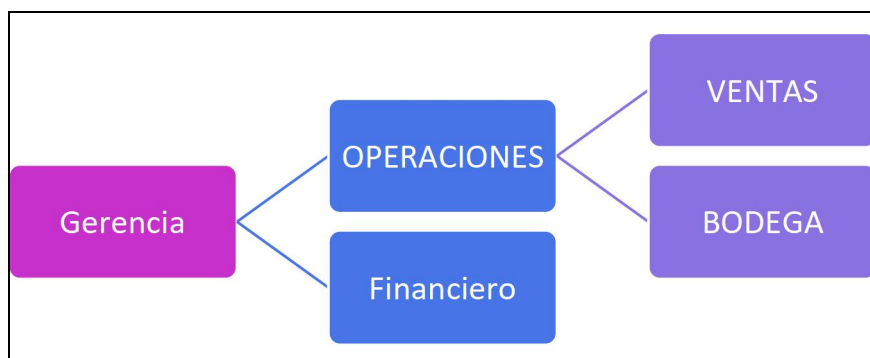


Nota: Descripción de mapa de procesos de Sándalo, empresa productora y comercializadora de productos de limpieza.

Organigrama Microempresarial

Figura 6

Organigrama Microempresarial "Sándalo"



Nota: Descripción del organigrama microempresarial de "Sándalo" empresa productora y comercializadora de productos de limpieza.

Mano de obra requerida

Se menciona que la mano de obra es el trabajo que se asigna a los artículos y servicios que se están produciendo. Como sucede con los materiales directos, se puede utilizar la observación física para medir la cantidad de mano de obra empleada para laborar un producto o servicio (Hansen & Mowen, 2007).

Funciones específicas del puesto

PUESTO DE GERENTE ADMINISTRATIVO

Microempresa:	Sándalo empresa productora y comercializadora.
Área o Departamento:	Área Administrativa
Misión del puesto	Responsabilizarse de la administración de la empresa, así como el manejo del área de logística de todos los proyectos y funcionamiento de la microempresa.
Título o nombre del cargo:	Jefe Administrativo
Rol del puesto	Se encargará de la administración de la empresa la planificación y gestión de las estrategias administrativas de la empresa, asegurando el funcionamiento eficiente y eficaz de cada uno de los procesos asignados como: ventas, producción, pre venta, finanzas y demás servicios.
Remuneración	\$450.00

Detalles generales del puesto de Gerente Administrativo

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1.

Méritos aspectos a considerar, Jefe Administrativo

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Título de tercer nivel en Administración de Empresas	Mínimo 2 años en cargos administrativos.	Gran conocimiento y dominio de paquetes informáticos como: Word, Excel y redes sociales. Manejo de idiomas (inglés)	Liderazgo Organizado Persona óptima para entregar resultados sobre los objetivos. Trabajar bajo presión. Ser analítico y crítico con adaptación al cambio

Nota: Descripción de méritos del Administrador de Sándalo, elaborado por Guissela Gordillo (2023).

PUESTO DE VENTAS

Detalles generales del puesto de Coordinadora de ventas

Microempresa:	Sándalo empresa productora y comercializadora.
Área o Departamento:	Ventas
Misión del puesto	Brindar ayuda y asesoramiento a los clientes con respecto a los productos, para consolidar una venta efectiva.
Título o nombre del cargo:	Vendedor.
Rol del puesto	Buscar una cartera de clientes para efectuar Preventa.
Remuneración	\$450.00

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2.

Méritos aspectos a considerar, Coordinadora de Ventas

INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
Poseer Título de Bachiller Manejo de Excel.	1 año de experiencia en el área de ventas.	Atención al cliente Manejo de check list Conocimiento de la zona. Capacidad para	Análisis numérico Atención al cliente. Trabajo en equipo Integridad y honestidad

		cumplir presupuestos	
--	--	----------------------	--

Nota: Aspectos del vendedor. Elaborado por Guissela Gordillo (2023).

PUESTO DE PRODUCCION.

Microempresa:	Sándalo empresa productora y comercializadora.
Área o Departamento:	Área de producción.
Misión del puesto	Brindar sus conocimientos para realizar los productos de limpieza a base de químicos para establecer las fórmulas adecuadas para entregar los resultados de calidad en el producto terminado
Título o nombre del cargo:	Jefe de producción.
Rol del puesto	Tener el conocimiento para la producción de productos de limpieza u la utilización de bases Químicas para entregar producto de calidad.
Remuneración	\$450.00

Detalles generales del puesto de Jefe de producción.

Tabla 3.

Méritos aspectos a considerar, Jefe de producción.

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Ing. Químico.	2 años de experiencia en el área de ventas.	Manejo de fórmulas químicas para la fabricación del producto.	Creatividad Dispuesto a trabajar bajo presión Conocimiento de bases químicas Análisis de formulas

Nota: méritos de Ing. químico, elaborado por Guissela Gordillo (2023).

Tabla 4.

Méritos aspectos a considerar, Chofer.

INSTRUCCIÓN FORMAL	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS DEL PUESTO
Bachiller.	2 años de experiencia en el área de transporte y logística.	Capacidad para resolver problemas Poseer licencia de conducir.	Adaptabilidad Trabajo en equipo Puntualidad Honradez Conocimiento de las zonas y ubicaciones

Nota: Méritos del chofer despachador, Elaborado por Guissela Gordillo (2023).

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de la mercadotecnia

Generar las mejores alternativas de productos de limpieza para el hogar, con el objetivo de posicionar la marca “Sándalo” en el mercado, como una empresa especializada en la elaboración de productos de limpieza para el hogar con el fin de poder satisfacer las necesidades de consumo de dichos productos entre los habitantes de la parroquia El Sagrario.

Para lo cual se parte de conocer las necesidades y comportamiento del consumidor, así la empresa puede generar estrategias ganadoras que permitan atraer al segmento de mercado para poder tener un crecimiento sostenible en el tiempo establecido en la atención al cliente por parte de los ejecutivos de ventas optimizando tiempos y también mejorando la calidad de los productos de tal manera que se cumpla el slogan de “Sándalo” “un hogar limpio es un hogar sano”.

Investigación de mercado

La empresa “Sándalo”, considera para la investigación de mercado debe ser de tipo documental y también de campo; en la que, en un primer momento, se realiza una investigación secundaria en documentos oficiales como sobre la población y familias de la parroquia El Sagrario, en este documento se puede investigar sobre la población. En una segunda instancia, se utiliza una investigación con el propósito de

la recolección de información primaria mediante una encuesta, para lograr la obtención del número de encuestas se realiza un muestreo utilizando la ecuación del cálculo de poblaciones finitas.

Modalidad

El análisis de la información se obtuvo a través de encuestas en línea, y fue enviada a 100 personas de forma aleatoria la encuesta se envió al grupo de WhatsApp que el barrio El Sagrario que se mantiene activo con la ayuda del presidente barrial quien es el administrador del grupo, así como también fue proporcionada a amigos y familiares y estos a su vez a sus contactos todos pertenecientes a la localidad donde se va a implementar la microempresa, esta encuesta está compuesta por 10 preguntas cerradas.

Plan de Muestreo

Nuestro plan de muestreo está compuesto por un universo finito, se tomó como sujetos de estudio a individuos de diferentes edades, las cuales se tomaron el tiempo a pesar de tener sus actividades diarias de llenar la encuesta mediante el link proporcionado por la empresa Sándalo, lo cual nos permite como empresa recopilar información valiosa para la toma de decisiones en cuanto a calidad, precio y producto de nuestra tienda. El Gobierno Autónomo del Cantón Ibarra la proyección de habitante para el año 2023 es de 8.202 habitantes, es decir un aproximado de 2051 familias (tomando en cuenta que el promedio de integrantes por familia es de 4).

Según los documentos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se menciona que la parroquia consta de 11 barrios, es así que para el presente estudio se

toma como universo al número al número de familias del barrio Huertos Familiares, el número es igual a 135 (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021), este número de hogares es colocado como N en la siguiente ecuación, la misma que permite determinar el número total de encuestas como se muestra a continuación.

Para determinar el número total de encuestas a ejecutar, se utilizó la siguiente fórmula para la selección de la muestra:

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

Fórmula de la muestra con población finita

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

Población N= 135

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} =$$

$$= \frac{135 * 3.8416 * 0,5 * 0,5}{0.0025 * 134 + 3.84 * 0,5 * 0,5} =$$

$$n = \frac{129.654}{1295} = 100 \text{ ENCUESTAS}$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

Tabla 5.

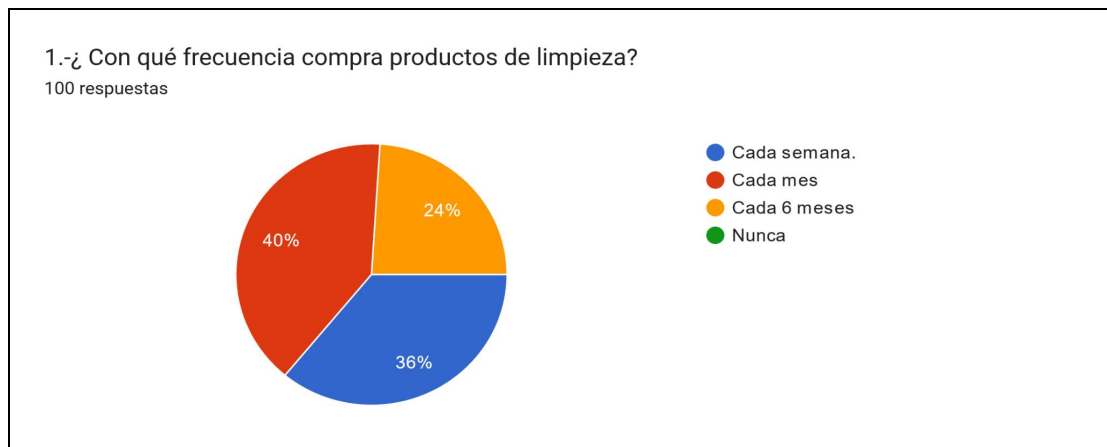
Datos correspondientes a la pregunta 1.

¿Con qué frecuencia compra productos de limpieza?		
Respuesta	Cantidad	%
Cada semana	36	36%
Cada mes	40	40%
Cada 6 meses	24	24%
Nunca	0	0%
TOTAL	100	100%

Nota: Esta tabla muestra la frecuencia de compra.

Figura 7

Pregunta 1, grafico circular.



Nota: Pregunta 1, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 40% tiene una frecuencia de compra cada mes, el 36% tiene una frecuencia de compra cada semana y el 24% tiene una frecuencia de compra cada 6 meses determinando que existe una frecuencia de compra muy frecuente en la implementación de la encuesta.

Pregunta 2.

Tabla 6.

Datos correspondientes a la pregunta 2.

¿Cuál es el producto que compra con mayor frecuencia?		
Respuesta	Cantidad	%
Cloro	12	12%
Desinfectante	30	30%
Detergente líquido	36	36%
Suavizante de ropa	16	16%
Quita grasa	6	6%
TOTAL	100	100%

Nota: Barrio el sagrario – Ibarra (2023). Elaborado por Guissela Gordillo

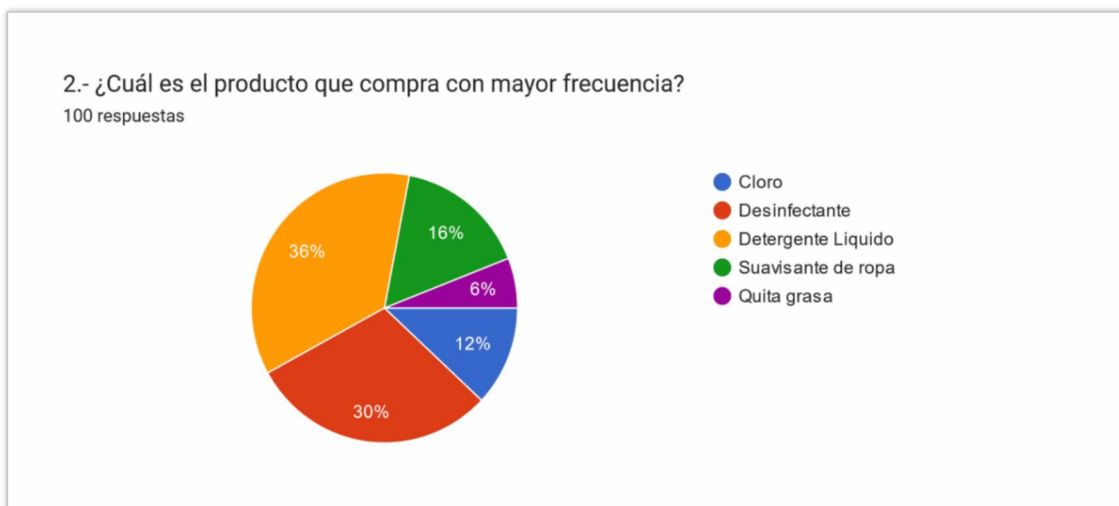


Figura 8

Nota: Pregunta 2, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

De los 100 encuestados el 36% compra frecuentemente detergente líquido, el 30% de los encuestados su compra frecuente es desinfectante, el 12% compra cloro el 16% compra suavizante de ropa y el 6% marca su compra con quita grasa. Con lo cual la encuesta realizada da una pauta de los productos de mayor consumo y rotación en el mercado actualde

Pregunta 3.

Tabla 7.

Datos correspondientes a la pregunta 3.

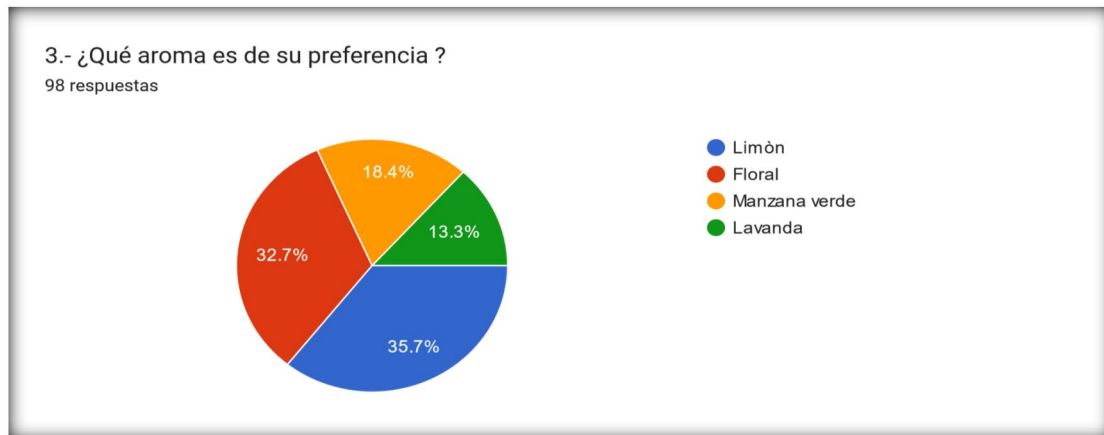
¿Qué aroma es de su preferencia?		
Respuesta	Cantidad	%
Limón	35.7	35.7%
Floral	32.7	32.7%
Manzana verde	18.4	18.4%
Lavanda	13.3	13.3%

TOTAL	98	91.1%
--------------	-----------	--------------

Nota: Qué aroma es de su preferencia. Guissela Gordillo, barrio el sagrario – Ibarra

Figura 9

Pregunta 3, grafico circular.



Nota: Pregunta 3, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% encuestados el 98% contestó esta pregunta dando como resultado el 35.7% se inclina por el aroma a limón el 32.7% se inclina por el aroma Floral 18.4% prefiere el aroma a Manzana verde y el 13.3% nos marca el aroma de lavanda como su opción. Con lo cual la encuesta determina que las inclinaciones por los aromas son variadas teniendo una mayor inclinación a los aromas más frecuentes como son: limón y floral.

Pregunta 4.

Tabla 8.

Datos correspondientes a la pregunta 4.

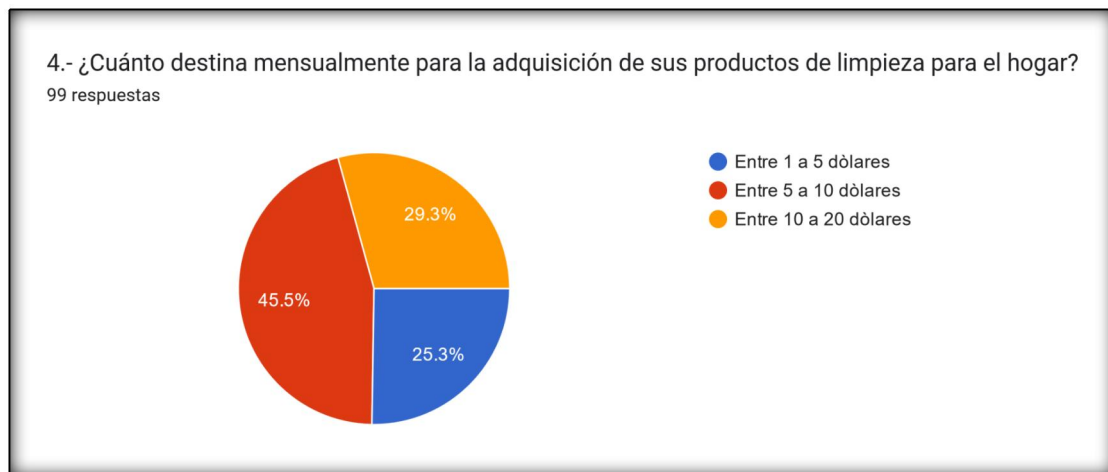
¿Cuánto destina mensualmente para la adquisición de productos de limpieza para el hogar?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Entre 1-5 dólares	25	25,3%
Entre 5-10 dólares	45	45.5%
Entre 10-20 dólares	29	29.3%
TOTAL	99	100%

Nota: Cuánto destina mensalmente para la adquisición de productos de limpieza. Elaborado por Guissela Gordillo, barrio el sagrario – Ibarra

Figura 10

Pregunta 4, gráfico circular.



Nota: Pregunta 4, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados se obtuvo 99 respuestas las cuales arrojan los siguientes resultados: el 25.3% destina Entre 1-5 dólares el 45.5% destina entre 5-10 dólares para la compra de productos de limpieza y el 29.3% destina entre 10-20 dólares para su compra.

Con lo que se determina que los resultados dan cabida a que se puede tener una gran variedad de precios y presentaciones.

Pregunta 5.

Tabla 9.

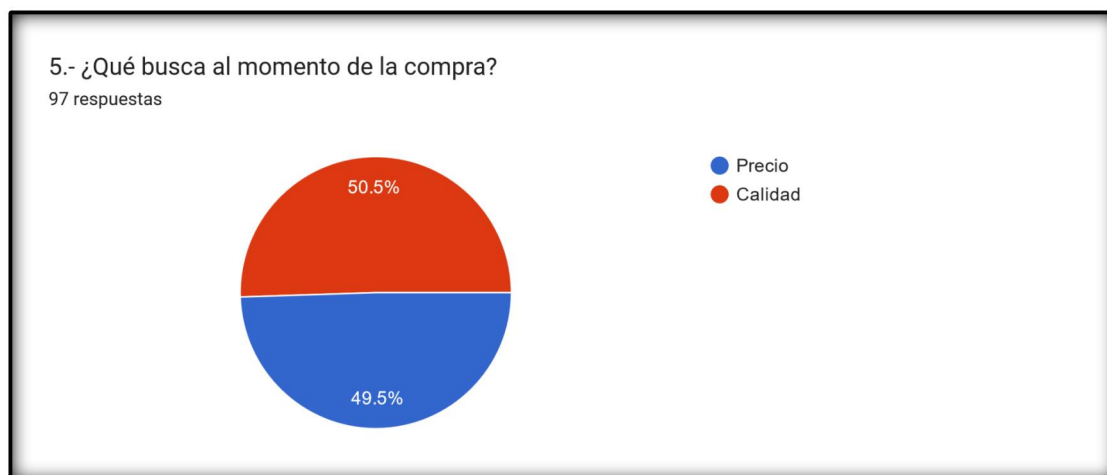
Datos correspondientes a la pregunta 5.

¿Qué busca al momento de la compra?		
Respuesta	Cantidad	%
Calidad	50.5	50.5%
Precio	49.5	49.5%
TOTAL	97	100%

Nota: Que busca el comprador. Elaborado por Guissela Gordillo, barrio el sagrario – Ibarra

Figura 12

Pregunta 5, gráfico circular.



Nota: Pregunta 5, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados 97 personas contestaron a esta pregunta dando como resultado que el 50.5% de los encuestados se inclinan por la calidad de los productos mientras que el 49.5% prefieren el precio que la calidad.

Pregunta 6.

Tabla 10.

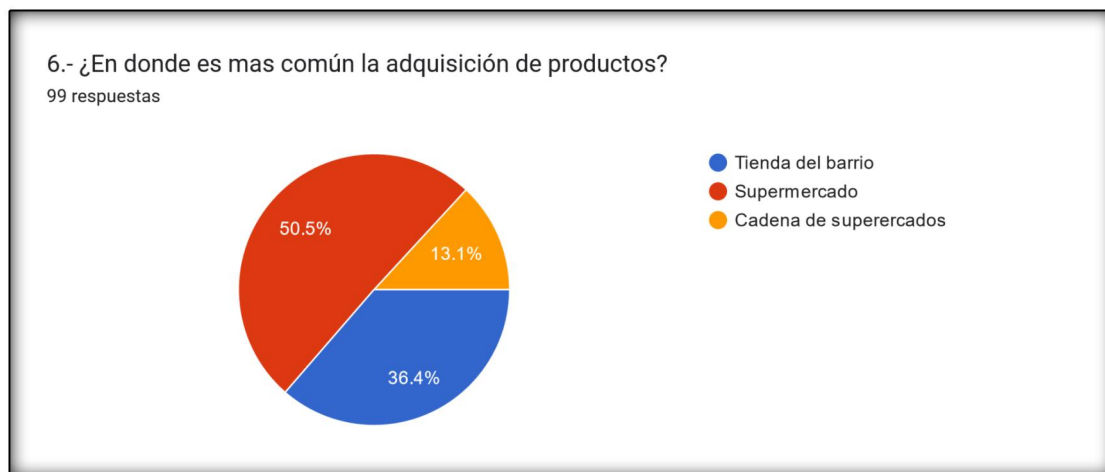
Datos correspondientes a la pregunta 6.

¿En dónde es más común la adquisición de productos?		
Respuesta	Cantidad	%
Tienda del barrio	36.4	36.4%
Supermercado	50.5	50.5%
Cadena de supermercado	13.1	13.1%
TOTAL	99	100%

Nota: Barrio el sagrario – Ibarra. Elaborado por Guissela Gordillo

Figura 12

Pregunta 6, gráfico circular.



Nota: Pregunta 6, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados 99 personas respondieron esta pregunta dando como resultado que el 36.4% contestó que lo adquieren en las tiendas del barrio el 50.5% hace su compra en supermercados y el 13.1% lo realiza en cadenas de supermercados.

Pregunta 7.

Tabla 11.

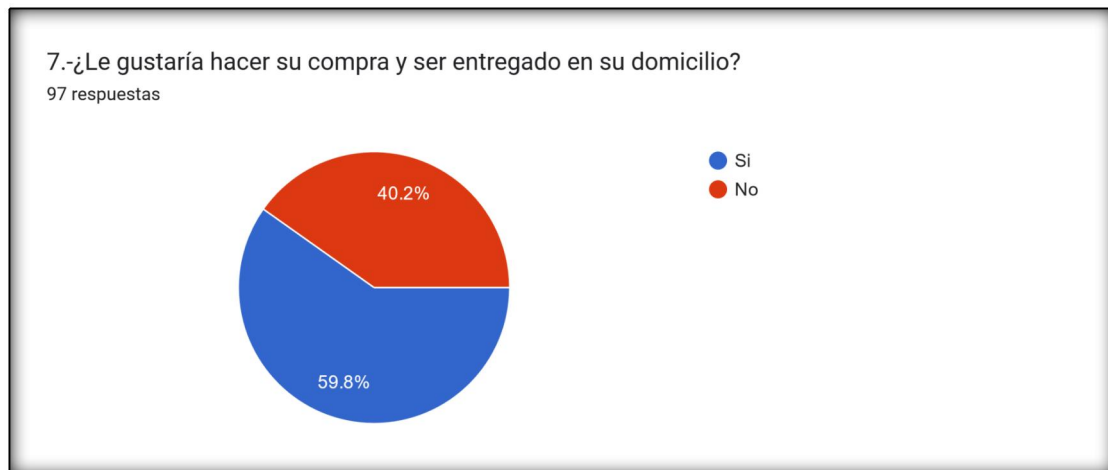
Datos correspondientes a la pregunta 7.

¿Le gustaría hacer sus compras y que sean entregadas a domicilio?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	59.8	59.8%
No	40.2	40.2%
TOTAL	97	100%

Nota: Elaborado por Guissela Gordillo, barrio el Sagrario – Ibarra.

Figura 13

Pregunta 7, gráfico circular.



Nota: Pregunta 7, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados 97 personas respondieron dando como resultado que el 59.8% de los encuestados responden a que quieren que su compra sea entregada a domicilio mientras que el 40.2% prefieren realizar sus compras ellos.

Pregunta 8.

Tabla 12.

Datos correspondientes a la pregunta 8.

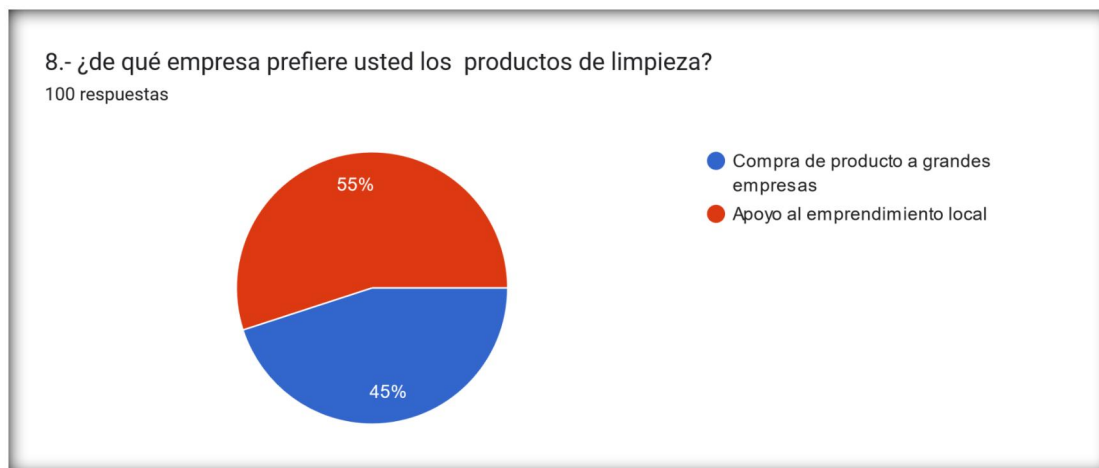
De qué empresa usted prefiere los productos de limpieza?		
Respuesta	Cantidad	%
Grandes empresas	50	50%
Apoyo al emprendimiento local	50	50%

TOTAL	100	100%
--------------	------------	-------------

Nota: Barrio el sagrario – Ibarra. Elaborado por Guissela Gordillo

Figura 14

Pregunta 8, grafico circular.



Nota: Pregunta 8, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 55% creen y apoyan al emprendimiento local mientras que el 45% de los encuestados prefieren a las grandes empresas.

Pregunta 9.

Tabla 13.

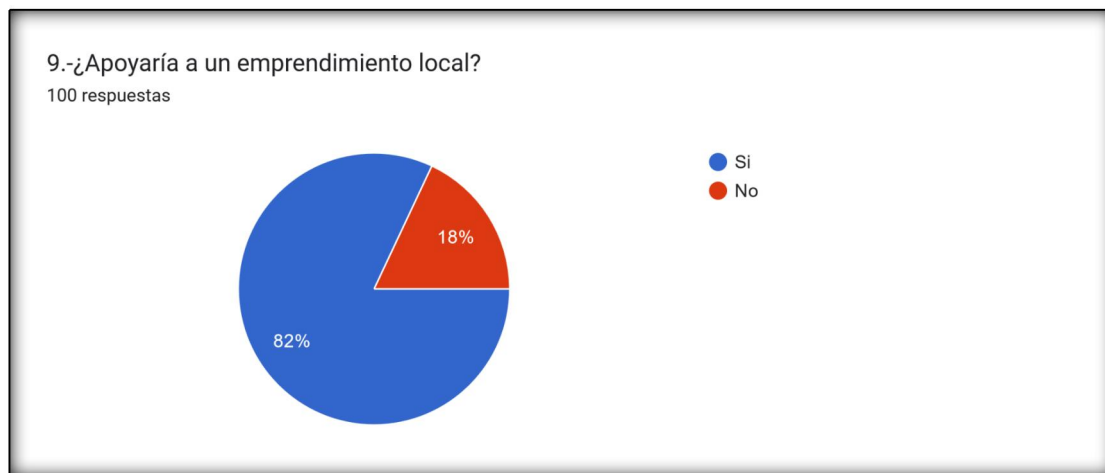
Datos correspondientes a la pregunta 9.

¿Apoyaría a un emprendimiento local?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	82	82%
No	18	18%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaborado por Guissela Gordillo, barrio el sagrario (2023).

Figura 15

Pregunta 9, gráfico circular.



Nota: Pregunta 9, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuetados el 82% apoyaría a un emprendimiento local mientras que 18% no lo haría.

Pregunta 10.

Tabla 14.

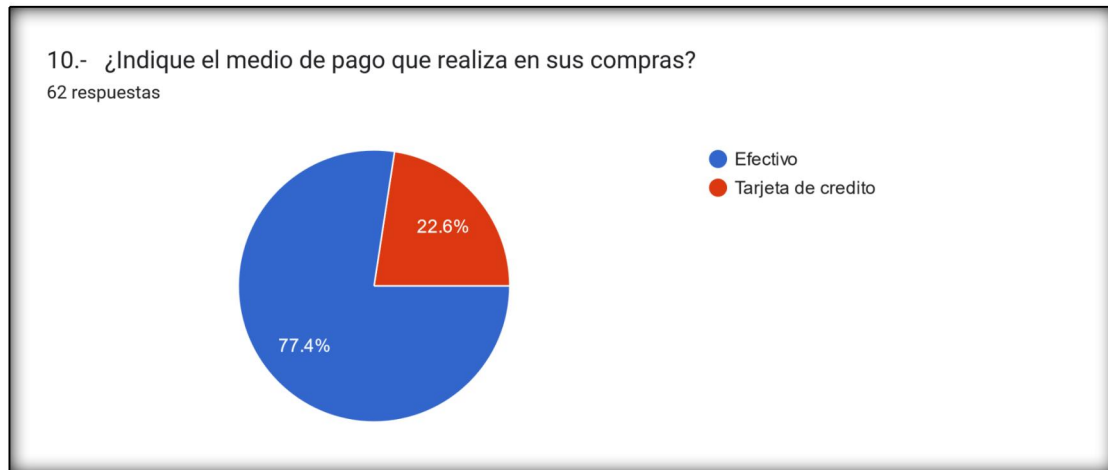
Datos correspondientes a la pregunta 10.

¿Indique el medio de pago que realiza sus compras?		
Respuesta	Cantidad	%
Efectivo	77.4	77.4%
Tarjeta de credito	22.6	22.6%
TOTAL	62	100%

Nota: Elaborado por Guissela Gordillo, barrio el sagrario (2023).

Figura 16

Pregunta 10, gráfico circular.



Nota: Pregunta 10, gráfico circular. Guissela Gordillo.

Análisis:

Del 100% de los encuestados 62 personas contestaron esta pregunta dando como resultado que el 77.4 % de los encuestados realizan sus pagos en efectivo mientras que el 22.6 su forma de pago es con tarjeta de crédito.

Análisis General

Después de analizar las respuestas de la muestra poblacional escogida pertenece la parroquia El Sagrario en la ciudad de Ibarra. Es una zona que ha crecido estructuralmente y tiene potencial para seguir creciendo. En cuanto a los datos obtenidos de la encuesta dentro del barrio parroquia El sagrario es una parroquia en vías de expansión por lo que la presencia de negocios existentes y potenciales a la colocación será algo beneficioso ya que se puede brindar u producto o servicio más

cerca de cada barrio sin tener que ir a casco comercial para la adquisición de productos.

Los datos obtenidos permiten concluir que los factores que más aprecian los consumidores en cuanto a la limpieza del hogar son fundamentales y de alta rotación estos acompañados de precios justos, la calidad de productos y el servicio brindado. Es un mercado a explotar.

La parroquia El Sagrario tiene varias tiendas que se encargan de la venta de productos básicos pero el surtido en cuanto a productos de limpieza para el hogar no lo tienen, sin embargo, no existe la presencia de una empresa de productos de limpieza para el hogar que tenga una variedad de productos con precios más accesibles y con la innovación constante para satisfacer la necesidad de estructurar la empresa Sándalo que oferte su servicio a la comunidad.

La implementación de innovación en los diferentes productos marca la diferencia y genera un plus para ofertar los productos de mayor necesidad al consumidor por ende se toma en consideración cada uno de los datos obtenidos por los moradores para implementar los productos de consumo frecuente, así como establecer medios de pago y entrega que satisfagan al mercado logrando el posicionamiento de la marca y reconocimiento por la calidad del servicio y producto.

Entorno empresarial

Micro entorno.

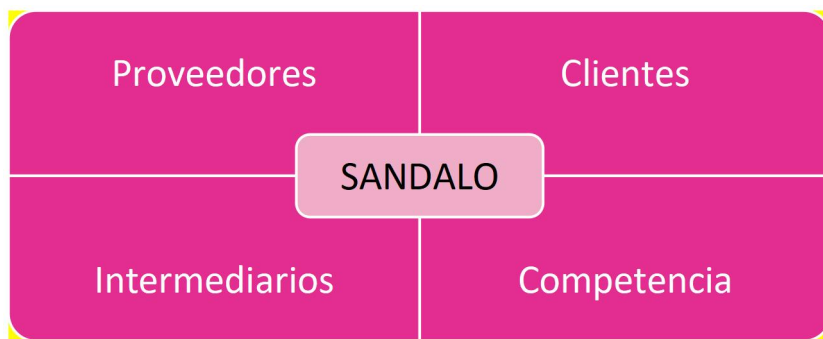
En cuanto corresponde al entorno empresarial o ambiente externo, para el presente estudio que se realiza se toma en consideración el micro entorno y el macro entorno como se describe a continuación.

De acuerdo a (ESAN Business, 2016) , el micro entorno es el entorno específico, acción directa o específico, por lo tanto “Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados.”, es decir todo lo que nos rodea pero que la empresa no controla; por lo cual, se toma en cuenta cinco factores los mismos que son:

- Competencia (directa e indirecta)
- Proveedores
- Intermediarios
- Clientes

Figura 18

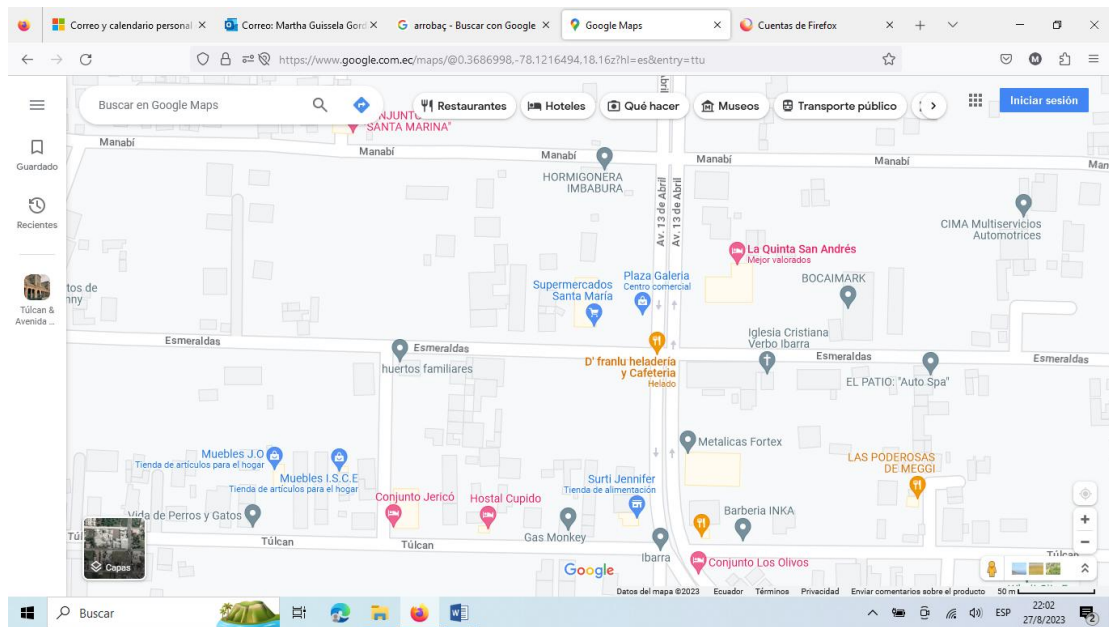
Esquema del micro entorno de la microempresa



Nota: Diseño del micro entorno de Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza.

Figura 19

Ubicación del micro entorno de la microempresa



Nota: Micro entorno de la empresa Sándalo, tomado de Google Maps. (n.d.). Google Maps. Retrieved August 26, 2023, from <https://www.google.com/maps/@-0.1861264,-76.7792828,17.75z?hl=es&entry=ttu>

Competencia directa

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a implementar la distribución de los productos de limpieza de Sándalo se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de empresa, la categoría y la calidad y variedad de los productos que tienen.

Es así, que se identifica que en la calle Rocafuerte y Colon existe un local de venta de productos de limpieza para el hogar llamado “Imbaclin”, sin embargo, se identifica que esta empresa no cuenta con una variedad de productos.

Competencia indirecta

Se puede considerar como competencia indirecta, existen algunos establecimientos a considerarse como competencia indirecta, el sector que se toma en

cuenta para el análisis es todo el barrio en donde se va a implementar la empresa “Sándalo”, a continuación, se describe a la competencia indirecta:

En la avenida 13 de abril y Esmeraldas, se encuentra un supermercado que puede ser considerado como competencia indirecta, este supermercado se llama “Charlie”, la misma que comercializa únicamente productos de limpieza básicos y con valor elevado.

Continuando con la descripción de la competencia indirecta, en la calle 13 de abril y Tulcán se encuentran dos establecimientos que pueden ser considerados como competencia indirecta, los mismos son:

- Supermercado Santa María, local que expende un mix de productos entre ellos productos de limpieza.
- Tiendas del Barrio como Loren’s, local donde se expende mix de productos siendo su fuerte carnes y embutidos, pero también tienen productos de limpieza como cloro.

Partiendo de este análisis realizado en la competencia existente sea directa o indirecta, se concluye que hay una oportunidad, porque como se verifica no existe competencia de calidad y precio a la vez, razón por la cual la empresa “Sándalo”, puede ser considerado en poco tiempo la mejor opción para la distribución del producto en este proyecto.

Además, los productos de limpieza para el hogar sustitutos se consideran como oportunidad, por cuanto es difícil que otros puedan proveer de calidad y precio que se piensa ofrecer en la distribución de los productos de Sándalo.

Sustitutos

En el sector al no contar con empresas que les puede proveer de productos de limpieza a domicilio optan también por adquirir sus productos a través de medios digitales, sin embargo, esto no les permite tener el asesoramiento personalizado de cada uno de los productos.

Proveedores

Para garantizar la confiabilidad de los productos teniendo en cuenta que la calidad, variedad y el precio de los productos a fabricar comercializar son fundamentales para el posicionamiento de “Sándalo”, es así, que la empresa ve como oportunidad la diversidad de proveedores, al poder escoger el que mayores beneficios le provean los mismos, de esta manera se busca trabajar en conjunto con proveedores reconocidos y de confianza; por lo tanto, se busca una relación beneficiosa tanto para el proveedor como para la empresa Sándalo.

Tabla 15.

Proveedores.

MATERIA PRIMA	EFFECTOS SECUNDARIOS	PROVEEDOR
Aloe Vera	Ninguno	ECUALOE
Glicerina vegetal	Aceite mineral	Casa de los químicos
Persevante de uso doméstico	Ninguno	Casa de los químicos
Fragancia neutral	Ninguno	Quiminet
Ácido sulfónico dodecilbenceno	Ninguno	Quiminet
Extracto de penco	Jabón en barra	Aso. Agrícola Penco-Agave
Sodium laureth sulfates	Ninguno	Casa de los químicos
Fragancia neutra	Ninguno	Casa de los químicos
Lauril de sulfato	Ninguno	Casa de los químicos

Nota: Aspectos relevantes de los proveedores, elaborado por: Guissela Gordillo.

Intermediarios

La empresa “Sándalo”, comercializará sus productos de forma directa, pero también se necesitará de intermediarios como tiendas del barrio para llegar a cada uno de los hogares, para realizar esta actividad por lo que es una fortaleza de la empresa Sándalo.

Clientes

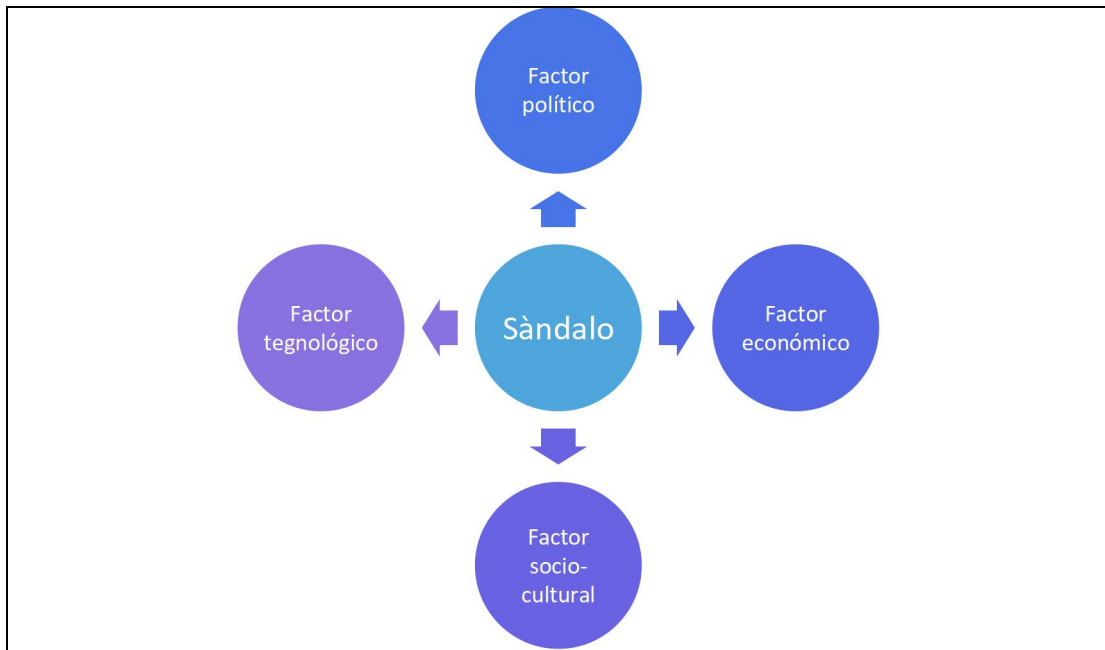
La empresa “Sándalo”, es una empresa dirigida a las familias que habitan en la parroquia El Sagrario, con el fin de poder brindar variedad en los productos de limpieza para el hogar, su característica principal es que el agente vendedor llega directo al cliente para darle a conocer los productos y finalizar su visita concretando una venta; por lo cual, se considera una oportunidad para los clientes que gustan de comprar con servicio a domicilio, lo que sin duda generaría un crecimiento de la demanda dentro de la parroquia El Sagrario.

Macro entorno

De acuerdo a (ESAN Business, 2016), el macro entorno está constituido por los factores que no son posibles controlar directamente, por cuanto son externos y se basan en cambios incluso internacionales pero que sin duda influyen en el funcionamiento normal de la empresa “Sándalo”.

Figura 19

Esquema del macro entorno de la microempresa.



Nota: Macro entorno empresa Sándalo. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Factor Político

En la actualidad, el factor económico es el más afectado sin duda por el paso de la pandemia producida por el COVID -19 y además se puede anotar los problemas relacionados por conflictos armados externos como el de Rusia y Ucrania, además de los precios fluctuantes del precio que sin duda afectan a la economía interna dentro del Ecuador.

Ecuador en la actualidad está viviendo una inestabilidad política este es un factor crucial para cualquier tipo de negocio con el cambio de gobierno en las nuevas elecciones anticipadas lo que afectara a la economía y el entorno empresarial del país. Sándalo adaptará estrategias de acuerdo con las circunstancias o desafíos que puedan presentarse temas políticos puesto que la adaptabilidad y la capacidad de respuesta son clave para revolversse los retos que se pone del macro entorno. Tomando esto como una oportunidad para reinventarnos en las estrategias de ventas propuestas.

Factor Económico

En nuestro país la estabilidad económica es una amenaza que se ve afectada por la alta tasa de desempleo que se ve en la actualidad, lo que afecta la capacidad de adquisición de los consumidores para comprar productos ya que muchas personas tienen menos dinero disponible para gastar.

Otro tema, dentro del factor económico es el riesgo país, el cual debido al aumento desmedido del paso de contrabando desde Colombia hacia Ecuador este factor económico es una amenaza para el presente proyecto, por cuanto, la empresa Sándalo sufrirá el aumento de la entrada de productos de contrabando a un menor precio.

Es por tal motivo que en nuestra microempresa considerará ajustar los precios de los productos es fundamental, lo que nos permitirá afrontar y sostener la competitividad de la empresa en el mercado creando con esto una oportunidad.

Factor Sociocultural.

Nuestro país lleno de ambientes culturales lo cual influye en el comportamiento de compra de productos de limpieza para el hogar. Los mismos que están influenciando para la adquisición de distintos productos.

Los factores socioculturales reflejan las normas, valores y creencias de la sociedad en la que vive el consumidor hoy en día por lo que se ve establecido un patrón de consumo. Por lo que nuestra empresa tomara en cuenta estos factores para promover la diversidad de necesidades y la inclusión en nuestro negocio creando una oportunidad para todas las personas que necesitan una oportunidad para ser incluidas en el rol laboral.

Factor Tecnológico

El acceso al internet es un punto muy importante ya que ha tenido un crecimiento muy significativo lo cual nos permite hacer la identificación de nuestra microempresa para los clientes, así como de las personas acceden a la información y el contenido de nuestras redes para poder tener una interacción, debido a que el comercio digital ha tenido una evolución muy grande en torno a las redes sociales razón por la cual en Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza establecerá canales de distribución y publicidad para crear conciencia de marca y comunicarnos directamente con los clientes para promocionar nuevos productos además de las campañas publicitarias que lancemos además de que nos ayudara a estar más competitivos en el mercado creando con esto una oportunidad para el crecimiento en las estrategias de marketing digital.

Producto y servicio

Sándalo es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de productos de limpieza se enfoca en proveer una amplia variedad de opciones de productos de limpieza para el hogar que incorporan diferentes productos, aromas y tamaños dependiendo las necesidades de los clientes.

Nuestra microempresa se centrará también en facilitar a los clientes opciones de calidad y a bajo costo de productos de limpieza, satisfaciendo así sus necesidades y preferencias en lo que corresponde a la limpieza del hogar.

Producto Esencial

Los productos de limpieza juegan un papel importante en el día a día de todas las personas que buscan mantener sus hogares limpios y libres de gérmenes en tipo de

productos con variedad de presentaciones y aromas que sean capaces de adaptarse a las preferencias individuales de cada individuo. Los clientes desean productos que se ajusten su presupuesto y necesidad, así como también realizar sus compras de los productos y obtener ofertas actualizadas y atractivas.

Producto real

La empresa Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza maneja una gran variedad de productos entre los cuales podemos incluir:

- Detergente líquido, varios aromas presentación: Caneca, Galón y litro.
- Cloro varios aromas presentación: Caneca, Galón y litro.
- Suavizante de ropa varios aromas presentación: Caneca, Galón y litro.
- Quita grasa un aroma varias presentaciones: Caneca, Galón y litro.

Características

Los productos varían según la necesidad de los clientes entre las características importantes de nuestros productos podemos mencionar la marca, la calidad, la variedad además podemos mencionar los excelentes precios competitivos con relación a la competencia.

También puede incluir detalles del producto como los envases de calidad para ser reutilizados varias veces con lo que el cliente pueda estar satisfecho de su compra.

Calidad

Para la adquisición de los productos se tomará en cuenta que los mismos satisfagan las necesidades de los clientes por tal motivo se tomará en cuenta estándares o indicadores de calidad como:

- Etiqueta y marca
- Envases de calidad
- Aromas concentrados
- Empaque de entrega biodegradable
- Calidad en concentración de formulas
- Opiniones y sugerencias

Estilo

El estilo de la empresa Sándalo se manejará de acorde a las preferencias y necesidades de los clientes el estilo será de inclusión y diversidad: ofrecerá también una variedad de tamaños y aromas, se centrará en la inclusión y la diversidad, proporcionando una experiencia de compra acogedora con nuestro asesoramiento personalizado acerca de nuestros productos. También tomará en cuenta la combinación integral entre diseño de producto, calidad y precio justo lo que dará valor de marca. Creando una identidad única y convincente para atraer a los clientes.

Marca

Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza es un nombre que hace referencia a:

“Sándalo” transmite una persona neutral con un enfoque de ambiente saludable y con olores que aromatizan el hogar al mismo tiempo que limpian y desinfectan.

Nos enfocamos en una experiencia de compra enfocada con una combinación de profesionalismo y atención al cliente.

Producto aumentado

En la empresa Sándalo dedicada a la producción y comercialización de productos de limpieza se implementará programas de fidelidad que proporcionen beneficios a los clientes más recurrentes entre los que podemos mencionar descuentos exclusivos, regalos de agradecimiento, sistema de recompensas dando estos incentivos buscamos que sigan eligiendo a nuestra empresa y seguir fortaleciendo la relación a largo plazo.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

Área de ventas

Se proporcionará a asesor de ventas una camiseta que contará con los distintivos de la microempresa.

Figura 20

Diseño uniforme Área de Ventas





Nota: Diseño de uniforme, elaboración propia. Guissela Gordillo (2023)

Área Administrativa

Se proporcionará a la Administradora una camiseta que contará con los distintivos de la microempresa.

Figura 21

Diseño uniforme Área Administrativa.





Nota: Diseño de uniforme, elaboración propia. Guissela Gordillo (2023).

Área de producción.

Se proporcionará al jefe de producción y logística un overol que contará con los distintivos de la microempresa.

Figura 22.

Diseño uniforme Área producción y logística.





Nota: Diseño de uniforme, elaboración propia. Guissela Gordillo (2023).

Materiales de identificación

Logotipo

Figura 23

Diseño de logotipo de la microempresa.



Nota: logotipo elaborado por: Guissela Gordillo (2023) <https://www.canva.com/design/>

Elementos a destacar:

- La figura con los productos representa la línea a la cual nos dirigimos.
- El color verde y turquesa representa que son productos amigables con el medio ambiente y la frescura que emiten los mismos estos colores destaca en el logotipo para comunicar la identidad de la marca y captar la atención del consumidor.

- Los corazones simbolizan el amor y la dedicación con que están hechos cada uno de los productos.

Tarjetas de presentación

En el anverso de la tarjeta puede apreciarse el logotipo de la microempresa

Figura 23

Anverso tarjeta de presentación



Nota: <https://www.canva.com/design/> Elaborado por: Guissela Gordillo (2023)

Figura 25

Reverso tarjeta de presentación



Nota: <https://www.canva.com/design/>. Elaborado por: Guissela Gordillo (2023)

En el reverso de la tarjeta de presentación podemos encontrar datos de contacto, en este caso, de la gerente, así como también se observa también las páginas de redes sociales, dirección, teléfonos de la empresa y el logotipo de la microempresa.

Hoja membretada

La hoja membretada nos permite mantener la imagen corporativa también será utilizada para asuntos relacionados con oficios, cartas y documentos formales de la microempresa se detalla a continuación:

Figura 25.

Hoja membretada



Nota: [https://www.canva.com/design/Hoja membretada](https://www.canva.com/design/Hoja%20membretada). Elaborado por: Guissela Gordillo (2023)

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución de “Sándalo” es a través de una preventa directa con un agente vendedor el cual tomará los pedidos a los clientes y posteriormente serán entregados y cobrados al día siguiente en la entrega del mismo. El centro de distribución está ubicado en la Parroquia El Sagrario, Av. 13 de abril y Tulcán, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

Promoción

- El principal canal de promoción son las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp etc.
- Otro canal de promoción será el acercamiento a cada potencial comprador dando a conocer el catálogo.

Una vez que esté mejor posicionado el producto y la marca en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio y vallas publicitarias.

Contacto

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.
- Tik Tok
- Instagram

Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

Negociación.

- Directa en el vendedor.
- Vía telefónica.

Financiamiento

Tabla 16.

Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$4.30
--------------------------	--------------	--------

Publicidad en redes sociales	5 veces por mes	\$5.00
TOTAL		\$9.30
TOTAL, ANUAL		\$111.60

Nota: Financiamiento publicidad de la empresa Sándalo, elaborado por: Guissela Gordillo.

Riesgo y oportunidades del negocio

Fijación de precios.

Para determinar el riesgo y las oportunidades de la empresa “Sándalo”, se apoya en un análisis de macro entorno y de micro entorno realizado en secciones anteriores en las que se obtiene, que el poder de los competidores es bajo por cuanto únicamente existe un establecimiento como competencia directa y otros tres como competencia indirecta por tanto se convierte como una oportunidad, la fuerza todos los proveedores que ejerce sobre la empresa “Sándalo”, es bajo por cuanto existen algunos proveedores con excelente precio y calidad de la materia prima que se necesita lo que también es una oportunidad, los clientes también son una oportunidad por cuanto no tienen un proveedor que les otorgue las facilidades de compra de Sándalo y además el crecimiento poblacional es alto.

Entorno, a los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, se determina que las nuevas leyes y los aspectos políticos entorno a lo tributario se convierte en una gran oportunidad, por cuanto la empresa “Sándalo”, nace como una microempresa y por lo tanto tiene el IR más bajo y se elimina este por tres años. En lo que se refiere al factor sociocultural, los cambios que ha producido la pandemia COVID -19 en los consumidores es una oportunidad debido a las características con el que nace “Sándalo”, otra oportunidad a tomar en cuenta, es el factor tecnológico

producto del avance en las tecnologías, principalmente el internet, que es el medio más importante por el cual la promoción y la publicidad llega a los clientes potenciales.

Finalmente, como amenaza o riesgo se determina al factor económico, los cambios producidos principalmente con la inflación, la variación de los precios debido a la gran entrada de mercadería de contrabando y el riesgo país que sin duda deben ser considerados para el éxito del negocio.

Fijación de precios por productos

En la empresa Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza los precios serán calculados para los clientes tomando en cuenta el precio por caja y unidad, a este valor se le van a sumar porcentajes de acorde a los diversos factores que intervienen en el proceso de la venta.


- Imprevistos
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En el siguiente ejemplo se puede observar los porcentajes de estos valores, en consecuencia, de la sumatoria se definirá el precio final tomando como referencia dos tipos de productos.

- Desinfectante
- Detergente liquido

Tabla 17*Producto de limpieza*

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE VENTA	
NOMBRE DEL	Desinfectante.	Código: 001	

PRODUCTO:				
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	31/08/2023	Administradora: Guissela Gordillo.		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Caneca	Caneca	9,80	1	9,80
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	9.80
			10% imprevistos	0.98
			Total, neto	10,78
			45% utilidad	4.85
			10% Factor costo	1.08
			Subtotal	16.71
			12% IVA	2.00
			Total	18.71

Nota: Ficha técnica de venta de producto. Elaborado por: Guissela Gordillo (2023).

Tabla 18.

Producto Detergente líquido.

		FICHA TÉCNICA DE VENTA		
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Detergente liquido	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	28/08/2023	Administrador: Guissela Gordillo		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD POR CAJA	TOTAL
Caneca	Caneca	14.00	1 caneca	14.00
FOTOGRAFÍA			Total bruto	14.00
			10% imprevistos	1.40
			Total neto	15.40
			45% utilidad	6.93
			10% Factor Costo	1.54
			Subtotal	23.87
			12% IVA	2.86
			Total	26.73

Nota: Ficha técnica de venta de producto. Elaborado por Guissela Gordillo (2023).

Implementación del Negocio

Equipos de Computación.

Tabla 19.*Detalle de Equipos de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNI.	PRECIO TOTAL
Laptop HP Intel Core 5	1	\$300.00	\$300.00
Impresora EPSON	1	\$250.00	\$250
Sistema de facturación	1	\$300.00	\$300
Kits de cámaras de seguridad	1	\$250.00	\$250
TV LG 45 pulgadas	1	\$250.00	\$250
		TOTAL	\$1350
		MENSUAL	\$1350

*Nota: Descripción de equipos de computación. Elaborado por: Guissela Gordillo (2023)***Equipos Industriales de Seguridad****Tabla 20.**

Detalle de Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNI.	PRECIO TOTAL MENSUAL
Guantes	10	\$0,125	\$1.25
Mascarillas 3M	10	\$0,30	\$3.00
Extintor	4	\$18,50	\$74.00
Bomba desinfectante	1	\$25.00	\$25.00
Rótulos de señaléticas	6	\$4,50	\$27.00
		TOTAL	\$130,25
		MENSUAL	\$130.25
		TRIMESTRAL	\$390.75
		ANUAL	\$1563.00

Nota: Equipos industriales de seguridad. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Muebles y Enseres.

Tabla 21.*Detalle de Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNI.	PRECIO TOTAL MENSUAL
Escritorios	2	\$100.00	\$200.00
Sillas de oficina	2	\$30.00	\$60.00
Sillas de espera	3	\$20.00	\$60.00
Pizarra	1	\$20.00	\$20.00
Mesa para reunión	1	\$50.00	\$50.00
		TOTAL	\$390.00
		MENSUAL	\$390.00
		TRIMESTRAL	\$1,170.00
		ANUAL	\$4,680.00

Nota: Descripción de muebles y enseres. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Suministros de Oficina

Tabla 22.*Detalle de Suministros de oficina*

MATERIAL DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Precio unit.	Precio total mensual
Resma papel	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Esferos	10	\$ 0,35	\$ 3,50
Carpetas	11	\$ 0,25	\$ 2,75
Archivadores	7	\$ 7,50	\$ 52,50
Cuadernos	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Engrampadoras	1	\$ 3,30	\$ 3,30
Perforadoras	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Resaltador	3	\$ 0,60	\$ 1,80
		TOTAL	\$ 85,85
		MENSUAL	\$ 85,85
		SEMESTRAL	\$ 515,10
		ANUAL	\$ 1.030,20

*Nota: Suministro de oficina. Elaborado por: Guissela Gordillo.***Servicios Básicos.****Tabla 23.***Detalle de Servicios básicos*

SERVICIOS BASICOS			
Descripción	Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
Agua	\$ 25,00	\$ 150,00	\$ 300,00
Luz	\$ 40,00	\$ 240,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 240,00
Internet	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 240,00
	\$ 105,00	\$ 630,00	\$ 1.260,00

*Nota: Servicios básicos. Elaborado por: Guissela Gordillo.***Materiales de Limpieza.**

Tabla 24.*Detalle de Materiales de Limpieza*

MATERIALES DE LIMPIEZA			
Descripción	Cantidad	Precio unit.	Precio total mensual
Escoba	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeador	1	\$ 3,25	\$ 3,25
Balde	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Recogedor	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Desengrasantes	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cloro	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Papel toalla	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Viledas	6	\$ 0,50	\$ 3,00
		TOTAL	\$ 23,75
		MENSUAL	\$ 23,75
		TRIMESTRAL	\$ 71,25
		ANUAL	\$ 285,00

*Nota: Materiales de limpieza. Elaborado por: Guissela Gordillo.***Vehículos****Tabla 25:***Vehículos*

VEHICULO	CANTIDAD	PRECIO UNI.	PRECIO TOTAL
Furgoneta Hyundai			
seminueva	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00

Nota: Vehículo. Elaborado por Guissela Gordillo.

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

La empresa Sándalo productora y comercializadora será un negocio formal, pero a pesar de esta formalidad no se constituirá como (persona jurídica) sino que se manejará como persona natural, para lo cual se cumplirán con los siguientes trámites de ley:

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para la legalidad de la microempresa Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza debemos tener la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) se deberá acudir a la entidad competente que en este caso es el SRI a través en cualquiera de sus agencias o en la página web institucional.

Sándalo hará el trámite en línea con los siguientes requisitos:

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, s.f.)

Patente Municipal

Patente Municipal es un impuesto que se aplica aquellos que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales este impuesto se deberá pagar una vez al año además cada municipio emite sus delineamientos y cálculos de pagos en el Municipio de San Miguel de Ibarra se deberá:

- Cumplir con los deberes y obligaciones establecidos en la Ley.
- Inscribirse en el registro de patentes de la Unidad de Rentas Internas de la Dirección Financiera Municipal, previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Personas Naturales

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Copia Planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio
- Copia del RUC, en caso de renovación.
- Formulario de inscripción de patente municipal.
- Presentar certificación ambiental otorgada por la Dirección de Ambiente, Higiene y Salubridad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Ibarra, si el caso amerita.
- Certificado de Uso de Suelo emitido por la Dirección de Planificación Territorial.
- Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio

- Permiso de funcionamiento conferido por el Cuerpo de Bomberos de San Miguel de Ibarra.
- Fotografía Impresa en hoja de papel bond de la parte interna y externa del negocio. (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, s.f.)

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El registro patronal es un proceso importante mediante el cual la Administración del Seguro Social mantiene un control adecuado sobre las empresas afiliadas y los empleadores garantizando el cumplimiento de sus obligaciones y facilitar el acceso de los trabajadores a los servicios y beneficios de la Administración del Seguro Social, el trámite no tiene ningún costo.

- 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. (Ecuador EC, s.f.)

Ministerio del Trabajo (MT)

Permite el registro de los datos del trabajador y su contrato de trabajo, además del pago del décimo tercero y decima cuarta remuneración también permite reportar y mantener actualizada la información de los trabajadores además de regular y controlar el cumplimiento de las obligaciones laborales. Se debe contar con el Sistema Único de Trabajo (SUT) registrándose como empleador en la página web.

(Ecuador, Ministerio del Trabajo, 2023)

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son una serie de metas comunes para proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. Estas metas comunes necesitan la implicación activa de las personas, las empresas, las administraciones y los países de todo el mundo. (Enciclopedia Humanidades, s.f.).

En la empresa Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza se abordará de manera integral los objetivos de desarrollo sostenible planteados por la Organización de las Naciones Unidas además de buscar resultados positivos con el medio ambiente, la sociedad y la economía, para obtener un futuro más sostenible para todos.

Figura 26.

Objetivos de Desarrollo sostenible



Nota: Imagen tomada de un.org Fuente: (Naciones Unidas, s.f.)

Objetivos Sociales

Trabajo decente y crecimiento económico

La empresa Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza promoverá y va a generar vacantes laborales en donde sus empleados tengan la oportunidad de acceder a un empleo digno con remuneraciones justas y condiciones laborales adecuadas según manda la ley y regulaciones laborales vigentes en este momento en el país además de respetar su contrato laboral, así también el pago puntual de sus salarios, seguridad social y participación de las utilidades.

Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza brindará capacitaciones, y las facilidades posibles aquellos colaboradores que deseen seguir continuando con su desarrollo profesional o académico.

Igualdad de Género.

Nuestra microempresa Sándalo tiene como objetivo social contribuir a que la igualdad de género se desarrolle bajo las mismas condiciones para todos garantizando un entorno laboral más justo y respetuoso y saludable para todos sus trabajadores ya sean estos hombres y mujeres donde se observa una igualdad de salarios, remuneraciones justas y equitativas por igual dependiendo a su trabajo y responsabilidades.

Por otro lado, se implementará políticas inclusivas y de no discriminación promoviendo un ambiente laboral apto con una cultura organizacional que respete la diversidad de todas las personas, independientemente de su género, raza, religión u orientación sexual.

Objetivos Ambientales

Energía Asequible y No Contaminante

Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza se enfocará en promover prácticas sostenibles en el consumo y uso racional de energía, se reemplazará todos los focos tradicionales con luces LED ya que son de bajo consumo ya que estas luces son indudablemente más eficientes y con más durabilidad que la tradicional.

También en nuestra microempresa se fomentará una cultura que valore la sostenibilidad y promueva la responsabilidad sobre el uso de los recursos, reconociendo a los buenos empleados por su práctica y compromiso. Esto contribuirá con la reducción del cambio climático y la preservación de recursos naturales.

Agua Limpia y Saneamiento

Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza se realizará un mantenimiento periódico para identificar y reparar posibles fugas de agua de esta manera evitaríamos desperdiciar el agua.

También se implementará medidas de reducción de residuos que beneficiarán al medio ambiente.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

En seguida, Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza detallará todos los activos de la microempresa que muestran la inversión inicial, así como los activos fijos y diferidos que son parte primordial para poder emprender con un negocio con la finalidad de analizar a través de los datos financieros si es posible la factibilidad económica de la microempresa.

Inversión

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

Activos fijos

Se considera los activos fijos están constituidos por todos aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico de la empresa, o que se encuentren en proceso de construcción, tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios de la compañía, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa. Los activos fijos no son adquiridos con el propósito de venderlos en el curso normal de los negocios y generalmente tienen una vida útil mayor de un año. (Debitoor, 2018).

Tabla 26.*Activos Fijos*

INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS		
Edificio	0	0
vehículo	\$5.000,00	\$5.000,00
Equipos Ind./ seguridad	\$130,25	\$130,25
Equipos de Computación	\$1.350,00	\$1.350,00
Muebles - enseres	\$390,00	\$390,00
TOTAL INVERSION		\$6.870,25

Nota: Activos fijos de la empresa Sándalo, Elaborado por: Guisela Gordillo. (2023).

Capital de trabajo

De acuerdo a (Euroinova, 2019), el capital de trabajo se refiere a la cantidad de recursos que es necesaria para realizar las funciones de manera continua y diaria, por lo tanto, este término de contabilidad es clave en el éxito de la empresa por cuanto afecta el pago de proveedores, empleados, servicios básicos, por lo que se puede decir que es la cantidad de dinero disponible de manera que se pueda cumplir con todas las obligaciones actuales a corto plazo.

Sándalo tiene como capital de trabajo un total de \$38.561,45 dólares en donde se ha considerado sueldos, servicios básicos, materiales de oficina, materiales de limpieza, alquiler, gastos de permisos de funcionamiento, publicidad, adquisición de productos y gastos financieros.

Tabla 27.

Capital de Trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	\$ 4.350,00	\$ 17.400,00
Servicios Básicos	\$ 315,00	\$ 1.260,00
Material oficina	\$ 257,55	\$ 1.030,20
Material limpieza	\$ 71,25	\$ 285,00
Gastos documentos, permisos	\$ 37,50	\$ 150,00
Alquiler local	\$ -	\$ -
Publicidad	\$ 42,90	\$ 171,60
Adquisición productos	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Gastos financieros	\$ 525,00	\$ 2.100,00
TOTAL INVERSION	\$ 12.719,45	\$ 30.267,05

*Nota: Capital de Trabajo, Sándalo. Elaborado por: Guissela Gordillo.***Inversión total**

Nuestra microempresa inicia su actividad comercial con inversión total que se obtiene de la suma de los activos fijos y el capital de trabajo los mismos que serán destinados para el año 1, con un total de

Tabla 28.

Detalle de Inversión.

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 6.870,25
ACTIVO DIFERIDO	
CAPITAL DE TRABAJO /3M	\$ 5.849,20
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 12.719,45

Nota: Capital de trabajo, inversión Sándalo. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Sueldos

El salario o sueldo es la remuneración recibida por una persona como pago por su trabajo. De esta forma, el empleado puede beneficiarse de la contribución en tiempo y esfuerzo a la empresa que lo contrata. De forma que puede ver traducida esa aportación en términos monetarios. (Caballero Ferrari, 2015).

A continuación, se describirá la remuneración de cada colaborador que forma parte de Sándalo, más las aportaciones correspondientes de acuerdo al Instituto de Seguridad Social IESS.

Tabla 29.

Sueldos y aportaciones (IESS).

SUELDOS

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Jefe					
Administrativo	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 729,00	\$ 6.162,00
Jefe de					
producción	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 729,00	\$ 6.162,00
Vendedor	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 510,30	\$ 656,10	\$ 5.545,80
TOTAL	\$ 1.450,00	\$17.400,00	\$1644,30	\$ 2.114,10	\$ 17.869,80

Nota: Sueldos y aportaciones anuales. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Beneficios legales

Son aquellos que representan el décimo tercer y el décimo cuarto sueldo que reciben los colaboradores de la microempresa de acuerdo a la ley y el código del trabajo.

Tabla 30.

Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.

	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
PERSONAL				
Jefe Administrativo	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 950,00
Jefe de producción	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 950,00
Vendedor	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 900,00
TOTAL	\$ 1.450,00	\$ 1.350,00	\$1.450,00	\$ 2.800,00

Nota: Décimo tercer y cuarto sueldo del personal. Elaborado por: Guissela Gordillo

Seguidamente se mostrará el total de los sueldos con las aportaciones al IESS y beneficios de ley correspondientes con un total de \$ 25.783.2 dólares.

Tabla 31.

Total, de sueldos y beneficios de ley.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
\$ 17.869,80	\$ 2.800,00	\$20.669,80

Nota: Total anual de sueldos y décimos del personal. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Depreciación de activos fijos

Según (Burguillo, 2016) afirma que “La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, la depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo”.

Los activos fijos de nuestra microempresa están sujetos a depreciación los Equipos Industriales con un 10%, equipos de computación con un 33.33% y muebles y enseres con el 10%. Estos porcentajes en la depreciación están realizados en línea recta y basada según la Ley de Régimen Tributaria Ecuatoriana.

Tabla 32.

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)

		%DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	\$ 130,25	0,10	\$ 13,03
Edificio		0,05	
Vehículos	\$ 5.000,00	0,20	\$ 1.000,00
Equipos de Computación	\$ 1.350,00	0,33	\$ 449,96
Muebles y Enseres	\$ 390,00	0,10	\$ 39,00
TOTAL			\$ 1.501,98

Nota: Depreciación de los activos fijos. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Tabla de amortización capital financiado.

A través de la siguiente tabla de amortización se detallará el valor de los recursos financieros que faltan o se necesitan para arrancar las actividades la

microempresa, el valor financiado por la entidad financiera asciende a \$ 15000.00 dólares.

Tabla 33.

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	\$ 15.000,00			
TASA	14,00%			
PLAZO	5 años			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$ 15.000,00
1	\$ 4.369,25	\$ 2.100,00	\$ 2.269,25	\$ 12.730,75
2	\$ 4.369,25	\$ 1.782,30	\$ 2.586,95	\$ 10.143,80
3	\$ 4.369,25	\$ 1.420,13	\$ 2.949,12	\$ 7.194,68
4	\$ 4.369,25	\$ 1.007,25	\$ 3.362,00	\$ 3.832,68
5	\$ 4.369,25	\$ 536,57	\$ 3.832,68	\$ 0,00

Nota: Tabla de amortización del capital financiado. Elaborado por: Guissela Gordillo.

La Cooperativa Atuntaqui, como entidad financiera apoyará a nuestra microempresa mediante un crédito, se procederá a pagar una cuota fija ya que el tipo de amortización es francesa además la tasa de amortización del capital del financiamiento es a un plazo de 5 años a una tasa de interés del 14%, calculándose anualmente el capital e intereses en cada año y el saldo siguiente se sigue minimizando a medida que se ha cumplido con el pago total la deuda en el quinto año.

Estructura de capital.

La distribución de la inversión total de Sándalo está distribuida de la siguiente manera: capital propio con una inversión de \$ 25.000,00 dólares que constituye un 63% del total de la inversión y el capital financiero con un monto de \$15.000,00 dólares que representa el 37% que falta de la inversión. El valor porcentual del costo del capital propio es del 22%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 12.4%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 6.1%.

Tabla 34

Estructura del capital

ESTRUCTURA DEL CAPITAL		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$ 25.000,00	63%	22%	13,8%	
Capital Financiero	\$ 15.000,00	38%	14%	5,3%	
TOTAL INVERSIÓN	\$ 40.000,00	100%		19,0%	TMAR

Nota: Estructura del monto del capital. Elaborado por: Guissela Gordillo.

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).

El TMAR está compuesto por la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que tienen un porcentaje de 11.7% más la tasa del capital financiero que es del 6.6% dándonos como resultado un TMAR de 18.2% para nuestro proyecto de Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. (Cisneros, 2007).

A continuación, en la siguiente tabla se puede evidenciar el monto fijo de capital de trabajo que se destinará para cada mes en donde están detallados cada uno de los gastos correspondientes de arriendo y sueldos calculados mensualmente.

Tabla 35

Costos fijos.

Costos fijos		
Sueldos	\$	1.450,00
TOTAL	\$	1.450,00

Nota: Costos fijos mensuales. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Margen de contribución

El margen de contribución está calculado por los siguientes datos: Valores del producto de mayor rotación con un valor de costo de \$ 9,80 dólares y el precio estimado del producto es de \$ 18,71 dólares, de tal manera se genera un margen de contribución de \$ 8,91.

Tabla 36.

Margen de contribución.

COSTO DE LA CANECA DE DETERGENTE LIQUIDO

Precio	\$	18,71		
Costo	\$	9,80		
Ganancia	\$	8,91	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

Nota: Margen de contribución. Elaborado por: Guissela Gordillo.

En el estudio financiero de nuestra microempresa sobre el punto de equilibrio se puede evidenciar que está conformado por los costos fijos del producto de limpieza más el margen de contribución de los mismos dando como resultado que para poder llegar al punto de equilibrio se necesitara realizar una venta de 163 canecas de productos de limpieza mensualmente equivalente a un promedio de 8.15 ventas diarias de estos productos.

Tabla 37.

Punto de equilibrio.

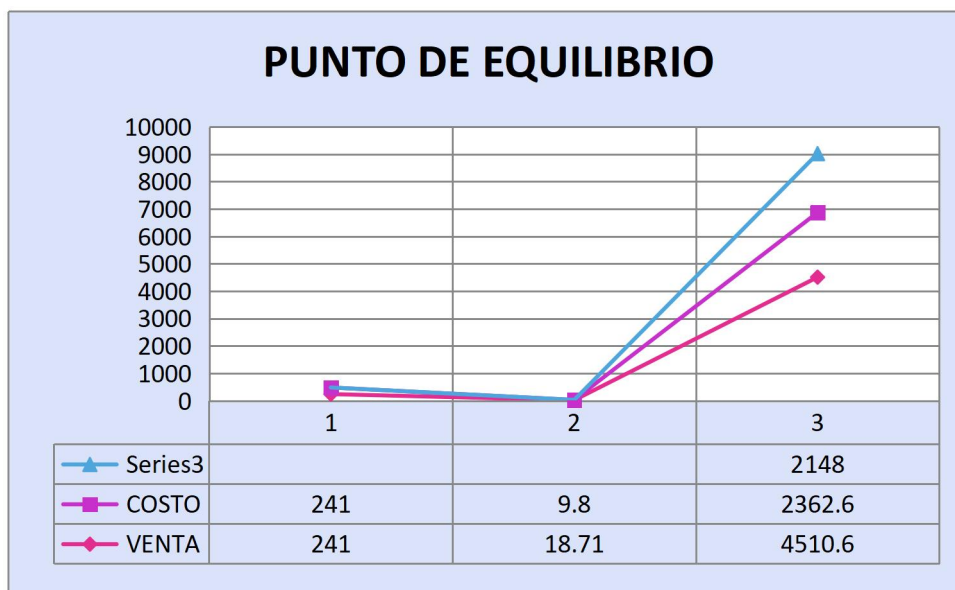
PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION				
PE=	163			
	163	Canecas de detergente	5,4	diario

VENTA	163	\$	18,71	\$	3.044,84
COSTO	163	\$	9,80	\$	1.594,84
				\$	1.450,00
PUNTO DE EQUILIBRIO					0

Nota: Cálculo del punto de equilibrio, ventas diarias. Guissela Gordillo.

Figura 27.

Punto de equilibrio



Nota: Gráfica del punto de equilibrio. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Tabla 38.

Ventas proyectadas.

Ventas proyectadas				
400	\$	7.484,00	\$	89.808,00 Ventas
400	\$	3.920,00	\$	47.040,00 Costo

Nota: Ventas proyectadas mensuales. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Costo de ventas

El costo de ventas para la microempresa Sándalo productos de limpieza para el hogar tiene una proyección estimada de un periodo de tiempo de cinco años, en donde se puede conocer las ventas programadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros componentes más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas

Tabla 39: Flujo de ventas.

FLUJO DE VENTAS					
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 89.808,00	\$ 92.511,22	\$95.295,81	\$98.164,21	\$101.118,96
COSTO DE VENTAS	\$ 47.040,00	\$ 48.455,90	\$49.914,43	\$51.416,85	\$ 52.964,50
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 42.768,00	\$ 44.055,32	\$45.381,38	\$46.747,36	\$ 48.154,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.400,00	\$ 17.923,74	\$18.463,24	\$19.018,99	\$ 19.591,46
SERVICIOS BASICOS	\$ 1.260,00	\$ 1.297,93	\$ 1.336,99	\$ 1.377,24	\$ 1.418,69
MATERIAL OFIC.	\$ 1.030,20	\$ 1.061,21	\$ 1.093,15	\$ 1.126,06	\$ 1.159,95
ALQUILER LIMPIEZA	\$ 285,00	\$ 293,58	\$ 302,42	\$ 311,52	\$ 320,89
GASTOS DOCUMENTOS,PERMISOS	\$ 150,00	\$ 154,52	\$ 159,17	\$ 163,96	\$ 168,89
DEPRECIACIONES	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98
AMORTIZACIONES					
UTILIDAD OPERATIVA	\$21.140,82	\$ 21.822,37	\$22.524,43	\$23.247,63	\$ 23.992,59
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.100,00	\$ 1.782,30	\$ 1.420,13	\$ 1.007,25	\$ 536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$19.040,82	\$ 20.040,06	\$21.104,30	\$22.240,37	\$23.456,01
BASE IMPOSITIVA	\$ 4.760,21	\$ 5.010,02	\$ 5.276,07	\$ 5.560,09	\$ 5.864,00
UTILIDAD NETA	\$14.280,62	\$ 15.030,05	\$15.828,22	\$16.680,28	\$ 17.592,01

Nota: Flujo de ventas. Guissela Gordillo.

Flujo de caja

El flujo de caja de Sándalo productora y comercializadora de productos de limpieza ha considerado todos los egresos e ingresos que tiene la microempresa con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial.

Tabla 40.

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA

	-	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$21.140,82	\$ 21.822,37	\$22.524,43	\$23.247,63	\$23.992,59
DEPRECIACION		\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$ 1.501,98	\$1.501,98
AMORTIZACION						
- BASE IMPOSITIVA		\$ 4.760,21	\$ 5.010,02	\$ 5.276,07	\$ 5.560,09	\$5.864,00
- GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.100,00	\$ 1.782,30	\$ 1.420,13	\$ 1.007,25	\$536,57
- PAGO CAPITAL		\$ 2.269,25	\$ 2.586,95	\$ 2.949,12	\$ 3.362,00	\$3.832,68
= FLUJO NETO DE CAJA	\$ -30.267,05	\$13.513,34	\$ 13.945,08	\$14.381,08	\$14.820,26	\$15.261,31

Nota: Flujo de caja neto. Elaborado por: Guissela Gordillo

Cálculo del VAN y el TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Morales, V.V., 2014, junio 15).

Este indicador financiero nos permite determinar la viabilidad de la microempresa en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados nos demuestra que existe un VAN con una rentabilidad de \$ 17.114,47 dólares para el proyecto.

Interpretación VAN

Tabla 41.

Interpretación del Valor actual neto.

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

Nota: Interpretación del VAN. Elaborado por: Guissela Gordillo

Formula del VAN

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

$$VAN = 6.001,74$$

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

I_0 = inversión inicial.

n = número de periodos de tiempo.

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

TIR (Tasa Interna de Retorno)

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios periodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida. (Carrillo, 2022).

Interpretación del TIR

Tabla 42.

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. Elaborado por: Guissela Gordillo.

Formula del TIR

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

$$\text{TIR} = 21,18\%$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = número de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) de Sándalo empresa productora y comercializadora de productos de limpieza demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 21,18% con una separación del 1.47% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 19,71%.

Tabla 43.*Cálculo del VAN Y TIR.***CALCULO DEL TIR Y EL VAN**

VAN	\$ 20.077,74	\$ 5.736,32
TIR	36,98%	
TMAR	19,00%	

Nota: Cálculo del VAN y TIR. Elaborado por: Guissela Gordillo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La microempresa ha buscado ampliar su gama de productos de limpieza para abarcar diversas necesidades y segmentos del mercado. Esto ha permitido llegar a una audiencia más amplia y generar fuentes adicionales de ingresos.

La microempresa ha hecho hincapié en la producción de productos de limpieza respetuosos con el medio ambiente, contribuyendo a mejorar la imagen de la microempresa como un actor socialmente responsable.

La investigación de mercados ha permitido a la microempresa introducir productos de limpieza innovadores y efectivos en el mercado, ganando la confianza de los clientes.

La microempresa ha establecido canales de distribución sólidos que garantizan que los productos lleguen de manera oportuna y eficiente a los consumidores. Esto ha contribuido a mantener la satisfacción del cliente y a aumentar la visibilidad de la marca.

La microempresa ha implementado estrategias efectivas para mantener y fidelizar a sus clientes, a través de programas de recompensas, ofertas especiales y un excelente servicio al cliente, contribuyendo a mantener relaciones duraderas con los consumidores.

La competencia en el mercado de productos de limpieza ha llevado a la microempresa a encontrar un equilibrio entre la calidad y el precio de sus productos,

manteniendo precios competitivos sin comprometer la calidad se convertirá en un desafío constante.

Recomendaciones

- Mantener un personal capacitado continuamente y la mejora continua en todos los procesos de producción, siempre generando cambios que se adapten a las nuevas necesidades del cliente y el entorno.
- Contar con estudios de mercado continuos con el objetivo de conocer y verificar la satisfacción del cliente y las nuevas necesidades y deseos dentro de la parroquia El Sagrario, esto ayudará a mantener el tema de calidad e innovación permanente.
- Generar planificaciones trimestrales, semestrales y anuales tanto de producción como de inventarios con el objetivo de mantener la calidad de los productos y los recursos necesarios para el mantenimiento y crecimiento de la empresa “Sándalo”.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigacion Introduccion a la Metodologia cientifica* (Vol. 6). Caracas, Venezuela : DITORIAL EPISTEME, C.A. Recuperado el 14 de 09 de 2023, de proyecto de investigacion: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Carrillo, P. (2022). Tasa interna de retorno. Recuperado el 27 de 08 de 2023, de alfapublicaciones: <file:///C:/Users/pablo/Downloads/232-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1323-1-10-20220725.pdf>
- Cisneros, G. A. (30 de octubre de 2007). *Punto de equilibrio*. Recuperado el 26 de agosto de 2023, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/444717/Punto-de-Equilibrio>
- Debitoor. (2018). *Activos Fijos*. Recuperado el 11 de septiembre de 2023, de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo#:~:text=Un%20activo%20fijo%20es%20un%20bien%20de%20una%20empresa%2C%20ya,%2C%20material%20de%20oficina%2C%20etc.>
- Ecuador EC. (s.f.). *Servicio de tramites en linea*. Recuperado el 26 de septiembre de 2023, de Ecuador ec: <https://ecuadorec.com/registro-nuevo-empleador-en-el-iess-requisitos/>
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (25 de noviembre de 2021). *Boletín de Ibarra*. Recuperado el 26 de agosto de 2023, de Ecuador en cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Imbabura/Fasciculo_I
barra.pdf

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (octubre de 2021). *Directorio de Empresas y establecimientos*. Recuperado el 14 de septiembre de 2023, de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Boletin_Tecnico_DIEE_2020.pdf

Ecuador, Ministerio del Trabajo. (26 de julio de 2023). *servicio de tramites en linea*. Recuperado el 01 de septiembre de 2023, de servicio de tramites en linea: <https://www.trabajo.gob.ec/>

Ecuador, Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural (artesanos)*. Recuperado el 26 de agosto de 2023, de tramites en linea: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Ecuador, Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Tramites para personas naturales*. Recuperado el 26 de agosto de 2023, de SRI: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Enciclopedia Humanidades. (s.f.). *Impacto ambiental*. Recuperado el 11 de septiembre de 2023, de <https://humanidades.com/impacto-ambiental/>

ESAN Business. (31 de octubre de 2016). *¿Qué es el microentorno y cómo influye en las empresas?* Recuperado el 01 de agosto de 2022, de

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las-empresas#:~:text=El%20microentorno%20tambi%C3%A9n%20es%20conocido,diarias%20como%20en%20los%20resultados.>

ESAN Business. (16 de octubre de 2016). *El macroentorno y su influencia en las*

empresas. Recuperado el 02 de agosto de 2022, de

[https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-macroentorno-y-su-influencia-en-las-](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-macroentorno-y-su-influencia-en-las-empresas#:~:text=El%20macroentorno%20est%C3%A1%20constituido%20por,el%20exterior%20de%20la%20empresa.&text=Las%20empresas%20deben%20estar%20atentas,aprovecharlos%20o%20aminorar%2)

[empresas#:~:text=El%20macroentorno%20est%C3%A1%20constituido%20por,el%20exterior%20de%20la%20empresa.&text=Las%20empresas%20deben%20estar%20atentas,aprovecharlos%20o%20aminorar%2](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-macroentorno-y-su-influencia-en-las-empresas#:~:text=El%20macroentorno%20est%C3%A1%20constituido%20por,el%20exterior%20de%20la%20empresa.&text=Las%20empresas%20deben%20estar%20atentas,aprovecharlos%20o%20aminorar%2)

Euroinova. (2019). *Que es el capital del trabajo*. Recuperado el 15 de agosto de

2022, de <https://www.euroinova.ec/blog/que-es-el-capital-del-trabajo>

Garcia, S. (s.f.). *Introduccion a la economia de la empresa*. Recuperado el 14 de

Agosto de 2023, de Ediciones Diaz de Santos:

<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522547.pdf>

Hansen, D., & Mowen, M. (2007). *Administración de costos Contabilidad y control*.

México: Cengage Learning. Recuperado el 26 de 08 de 2023, de Cengage

learning: [http://fullseguridad.net/wp-](http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/11/Administracion-de-costos.-Contabilidad-y-control-Hansen-5th.pdf)

[content/uploads/2016/11/Administracion-de-costos.-Contabilidad-y-control-](http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/11/Administracion-de-costos.-Contabilidad-y-control-Hansen-5th.pdf)

[Hansen-5th.pdf](http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/11/Administracion-de-costos.-Contabilidad-y-control-Hansen-5th.pdf)

Instituto Europeo de Posgrado. (26 de septiembre de 2019). *Las 5 fases de la pirámide de Maslow*. Recuperado el 14 de septiembre de 2023, de IEP:

<https://iep.edu.es/las-5-fases-de-la-piramide-de-maslow/>

Martinez, R. (2007). *La investigación en la práctica educativa: Guía metodológica de investigación para el diagnóstico y evaluación de los centros docentes*.

Recuperado el 14 de septiembre de 2023, de Scribd:

<https://es.scribd.com/document/379178173/Martinez-R-2007-La-Investigacion-en-La-Practica-Educativa#>

Martins, J. (03 de febrero de 2023). *Planificación estratégica para empresas*.

Recuperado el 27 de 08 de 2023, de Asana:

<https://asana.com/es/resources/strategic-planning>

Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivos 2: Poner fin al hambre*. Recuperado el 01 de agosto de 2022, de Objetivos de desarrollo sostenible:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/hunger/>

Navarro, J. (21 de octubre de 2019). *La pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de septiembre de 2023, de <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>


Palacios, D. (s.f.). *Los 7 tipos de empresas y su clasificación*. Recuperado el 26 de 08 de 2023, de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>

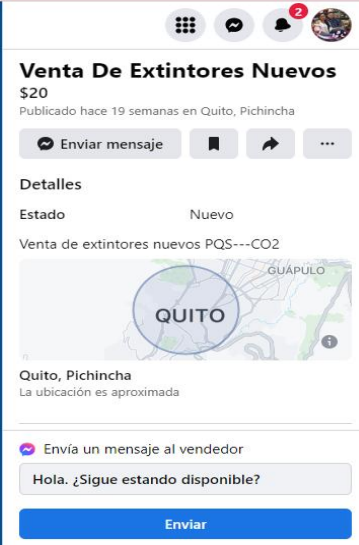
Sanchez, D. (2020). *Análisis FODA O DAFO*. Recuperado el 26 de agosto de 2023, de Repositorio Dspce:

<http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/2927>

ANEXOS

Anexo 1. Equipos industriales de seguridad





Venta De Extintores Nuevos
\$20
Publicado hace 19 semanas en Quito, Pichincha

Enviar mensaje


Detalles
Estado: Nuevo
Venta de extintores nuevos PQS---CO2

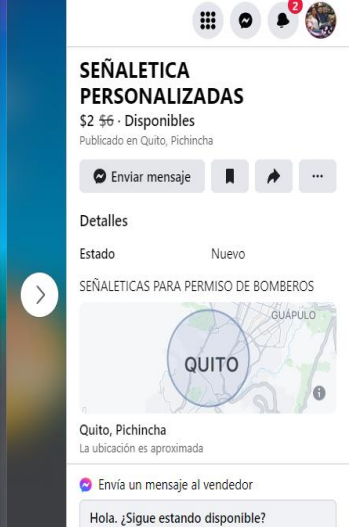
QUITO

Quito, Pichincha
La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor
Hola. ¿Sigues estando disponible?

Enviar





SEÑALETICA PERSONALIZADAS
\$2 \$6 · Disponibles
Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles
Estado: Nuevo
SEÑALETICAS PARA PERMISO DE BOMBEROS

QUITO

Quito, Pichincha
La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor
Hola. ¿Sigues estando disponible?

Anexo 2. Equipos de computación.



Anexo 3. Vehículo.





Identificación de reporte de similitud. oid:11830:259240064

NOMBRE DEL TRABAJO

**TRABAJO FINAL PROYECTO SANDALO.p
df**

AUTOR

GUISELGA GORDILLO

RECuento DE PALABRAS

15791 Words

RECuento DE CARACTERES

93548 Characters

RECuento DE PÁGINAS

117 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.8MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 1, 2023 11:02 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 1, 2023 11:04 AM GMT-5**● 15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref