

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FORMULACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO ORIENTADO A AUMENTAR LA  
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIRAI STORE Y PROPUESTA DE  
IMPLEMENTACIÓN.**

**SARA DEL ROSARIO GARCÍA YÁNEZ**

**DIRECTOR ING. RODRIGO FERNANDO SALTOS MOSQUERA, MBA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**QUITO, JUNIO 2022**

**DIRECTOR:**

ING. RODRIGO FERNANDO SALTOS MOSQUERA

**INFORMANTES:**

MGT. IVÁN BENÁLCAZAR

MGT. JOSÉ CHICAIZA

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado con mucho cariño y gratitud a mis padres, a Marco y a mis hermanos que son las personas más importantes en mi vida.

Por otro lado, quiero dedicar este trabajo a todas aquellas personas que formaron parte de mi vida personal y académica, ya que, de cierta manera me impulsaron a seguir adelante, haya sido de buena o de mala manera, toda experiencia y cada pequeño o grande momento me ha servido para crecer como mujer, persona, hija, hermana, estudiante, amiga y profesional ante la vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

Al culminar esta etapa de mi vida, quisiera agradecer a Dios que ha estado presente en cada momento de mi día a día, cuidándome y dándome salud para seguir, siendo un pilar y una guía esencial en mi vida y en los momentos más duros de todos estos años que me han permitido construir un futuro a través de mis estudios académicos y de mi formación personal.

Agradezco a las personas que me han ayudado a hacer esto posible y que han sido partícipes de todos mis logros, satisfacciones y realizaciones personales, a mi familia, que siempre me han motivado a ser cada día mejor, a especialmente a mis padres y a mis hermanos.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Diseño metodológico.....	3
Tipo de estudio.....	3
Método de Investigación.....	3
1 <b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MIRAI STORE</b> .....	6
1.1    Antecedentes.....	6
1.1.1    Reseña histórica.....	6
1.2    Actividad económica y clasificación CIU.....	7
1.2.1    Actividad económica.....	7
1.2.2    Clasificación CIU.....	7
1.3    Análisis externo de la empresa Mirai Store.....	7
1.3.1    Análisis político, económico, social, tecnológico, ambiental, global y demográfico. (PESTGAD).....	8
1.3.2    LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER.....	15
1.3.3    Oportunidades y amenazas.....	20
1.4    Análisis interno de la empresa Mirai Store.....	21
1.4.1    Análisis de recursos y capacidades.....	22
1.4.2    Funciones y descripción del personal de la empresa.....	25
1.4.3    Cadena de valor.....	27
1.4.4    Fortalezas y debilidades.....	28
1.4.5    FODA.....	29
2 <b>PLANTEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DIRIGIDOS A FOMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIRAI STORE.</b> .....	32
2.1    Establecer misión, visión y valores.....	32

2.1.1	Misión .....	32
2.1.2	Visión .....	32
2.1.3	Valores .....	32
2.2	Objetivos .....	33
2.2.1	Objetivo General .....	33
2.2.2	Objetivos específicos .....	33
2.3	Estrategias .....	34
2.3.1	Matriz FODA .....	35
2.3.2	Estrategias genéricas de Porter.....	36
2.4	Políticas.....	37
3	<b>PLAN OPERATIVO PARA LA EMPRESA MIRAI STORE .....</b>	<b>39</b>
3.1.	Objetivos del plan operativo. ....	39
3.1.1	Objetivos generales .....	39
3.1.2	Objetivos según las diferentes áreas de Mirai Store.....	39
3.2	Actividad para cumplir el objetivo estratégico .....	40
3.3	Personal y recursos.....	41
3.3.1	Requisitos del personal para fomentar la rentabilidad de Mirai Store. ....	41
3.3.2	Recursos .....	41
3.4	Plazos .....	41
3.5	Presupuesto .....	42
3.6	MATRIZ DE PLAN OPERATIVO .....	41
Tabla 4.	Matriz de plan operativo d Mirai Store.....	41
4	<b>CONTROL E IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICO.....</b>	<b>42</b>
4.1	Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral.....	42
4.2	Perspectivas de Balanced Scorecard .....	43
4.2.1	Perspectiva financiera .....	43
4.2.2	Perspectiva de clientes .....	44
4.2.3	Perspectiva de procesos.....	45
4.2.4	Perspectiva de aprendizaje y crecimiento .....	45
4.3	Mapa estratégico .....	46
4.4	Análisis del negocio .....	47
4.4.1	Análisis de la perspectiva financiera de Mirai Store .....	47
4.4.2	Análisis de la perspectiva de clientes de Mirai Store .....	48
4.4.3	Análisis de la perspectiva procesos internos de Mirai Store .....	49
4.4.4	Análisis de la perspectiva aprendizaje y crecimiento de Mirai Store.....	50

5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	51
5.1	Conclusiones .....	51
5.2	Recomendaciones.....	53
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	54
6.1	Bibliografía .....	54

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Herramientas para el Análisis Externo.....	6
<b>Ilustración 2</b> Ventajas de la tecnología en un negocio .....	9
<b>Ilustración 3</b> Resultados de encuesta anual de CEOs.....	10
<b>Ilustración 4</b> Resultados de encuesta de amenazas globales en las empresas .....	11
<b>Ilustración 5</b> Las cinco fuerzas de Porter .....	13
<b>Ilustración 6</b> Herramientas para el Análisis Interno.....	19
<b>Ilustración 7</b> Estructura organizacional de Mirai Store.....	20
<b>Ilustración 8</b> Cadena de valor de Mirai Store.....	25
<b>Ilustración 9</b> Perspectivas de BSC .....	42
<b>Ilustración 10</b> Beneficios de Balanced Scorecard .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> FODA.....	28
<b>Tabla 2.</b> Matriz FODA.....	33
<b>Tabla 3.</b> Presupuesto de Mirai Store.....	40
<b>Tabla 4.</b> Matriz de plan operativo d Mirai Store.....	41
<b>Tabla 5.</b> Cuadro de Mando Integral de Mirai Store.....	46
<b>Tabla 6.</b> Perspectiva Financiera de Mirai Store.....	47
<b>Tabla 7.</b> Perspectiva del Clientes de Mirai Store.....	48
<b>Tabla 8.</b> Perspectiva de Procesos Internos de Mirai Store .....	49
<b>Tabla 9.</b> Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento de Mirai Store .....	50

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo “Formulación de plan estratégico orientado a aumentar la rentabilidad de la empresa Mirai Store y propuesta de implementación” tiene como principal objetivo estructurar un plan estratégico que va a ir enfocado correctamente y permita un buen manejo y aumento de rentabilidad de la empresa.

El trabajo está compuesto por cuatro capítulos en los cuales se dará a conocer la estructura actual de la empresa y varios temas relacionados con los productos ofrecidos en esta, que en este caso se trata de velas aromáticas y también serán estudiados aspectos sobre una correcta administración de una empresa para cumplir con los respectivos objetivos que busca tanto este trabajo de investigación como la empresa Mirai Store.

**PALABRAS CLAVE:** Planificación, estrategias, análisis, consumidores.

## **ABSTRACT**

The present work "Formulation of strategic plan aimed at increasing the profitability of the company Mirai Store and implementation proposal" has as its main objective to structure a strategic plan that will be focused correctly and allow a good management and increase of profitability of the company.

The work is composed of four chapters in which the current structure of the company will be announced, and several topics related to the products offered in it, which in this case are aromatic candles and aspects of a correct administration of a company will also be studied to meet the respective objectives sought by both this research work and the company Mirai Store.

**KEY WORDS:** Planning, Strategies, Analysis, Customers.

# INTRODUCCIÓN

## Planteamiento del problema

Las ciencias administrativas involucran varios campos a los que podemos dirigirnos, ya que, las actividades empresariales abarcan el análisis e interpretación de un problema generando así una solución en base de estrategias específicas que se deben llevar a cabo para generar la rentabilidad del negocio.

A lo largo de los años ha aumentado la competitividad en la mayoría de los mercados, sin embargo, se debe tomar en cuenta la constante innovación de los productos o servicios y también realizar una exhaustiva investigación de mercado, examinando factores externos e internos del entorno y así también poder enfocarse en un nicho.

Mirai Store busca hacerse conocer como una empresa innovadora y considerada con sus clientes ofreciéndoles productos de calidad con los conocimientos adecuados y necesarios para hacer uso de los mismos, no solo busca beneficiarse económicamente, ya que, al ser manejada por una persona que tiene total conocimiento del funcionamiento, origen y composición de los productos ofrecidos tiene como uno de los principales objetivos el dar a conocer esta información a sus consumidores para generar la seguridad que se merecen.

La formulación del plan estratégico para la empresa Mirai Store tiene como objetivo fomentar y fortalecer la estructura de la empresa y aumentar su rentabilidad, generando así un negocio estable, bien administrado y de calidad.

La investigación consta de cuatro capítulos que le permitirá a la empresa abrirse campo ante cualquier situación, ya sea, al mercado a un público objetivo con las mejores estrategias y satisfaciendo las necesidades de los consumidores, es decir, ir encaminada a buscar el mejor desarrollo y funcionamiento de Mirai Store.

En el capítulo I se realizará un estudio profundo sobre el Diagnóstico Situacional de la empresa Mirai Store, que tiene como principal objetivo establecer y conocer los elementos externos e internos del entorno utilizando diferentes herramientas para así generar oportunidades para un buen posicionamiento de Mirai Store, es decir, en este capítulo se analizarán profundamente los factores externos e internos a través de las matrices más adecuadas que nos permitirán conocer la actual estructura que tiene la empresa y como se ha manejado el desarrollo de esta en el tiempo que tiene ejerciendo sus funciones.

En el capítulo II se presenta los diferentes planteamientos estratégicos dirigidos a Mirai Store, y principalmente se busca formular un correcto direccionamiento estratégico para así mejorar, construir e implementar nuevas estrategias con el fin de perfeccionar la productividad de la empresa, tomando en cuenta la estructura actual que maneja la empresa.

El capítulo III es el más esencial en la investigación, ya que, se establecerá un plan operativo adecuado para que el principal objetivo del trabajo de investigación se ponga en marcha y así incrementar las ventas aumentando la rentabilidad a través de los objetivos y nuevas estrategias.

El capítulo IV comprende lo que es la implementación de una metodología de gestión estratégica que busca definir y hacer seguimiento a las diferentes estrategias, hablamos de Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard para a través de este establecer un control en base a indicadores de verificación.

Y por último el capítulo V va dedicado a las conclusiones y recomendaciones del estudio, y consiguiendo detallar un análisis completo del proyecto propuesto, de tal manera que se pueda contribuir al crecimiento de Mirai Store y del país.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Formular un plan estratégico para Mirai Store que estructure correctamente la empresa y permita el buen manejo y aumento de la rentabilidad de esta.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico interno y externo del entorno utilizando diferentes herramientas para así generar oportunidades para un buen posicionamiento de Mirai Store.
- Formular el direccionamiento estratégico para implementar nuevas estrategias con el fin de mejorar la productividad de la empresa.
- Establecer un plan operativo para incrementar las ventas aumentando la rentabilidad a través de los objetivos y nuevas estrategias.
- Implementar Balanced Scorecard para establecer un control en base a indicadores de verificación.

## **Diseño metodológico**

### **Tipo de estudio**

El tipo de estudio que será utilizado en esta investigación será un estudio explicativo, ya que, se tiene como principal objetivo explicar, evaluar y comprobar las diferentes dificultades que se presenten a lo largo de la formulación del plan estratégico y, por otro lado, se va a aplicar un estudio descriptivo porque también se busca evaluar las características de la empresa.

### **Método de Investigación**

El método que será implementado en esta investigación va directamente relacionado con la metodología lógica, por lo tanto, se lleva a cabo el método de observación el cual nos permite describir y explicar los diferentes temas investigados y el método deductivo que también será un buen complemento para el desarrollo de la investigación porque nos permitirá extraer conclusiones lógicas y válidas en base a premisas, es decir va de general a lo específico.

## **Marco Teórico**

Planear es sin duda de las actividades características del mundo contemporáneo, la cual se vuelve más necesario ante la creciente interdependencia y rapidez que se observa en el acontecer de los fenómenos económicos, políticos, sociales y tecnológicos.

No obstante, la planeación sigue siendo en esencia un ejercicio de sentido común, a través de esta se pretende entender en primer término los aspectos cruciales de una realidad presente, para después proyectarla, diseñando escenarios de los cuales se busca finalmente el mayor provecho, el objetivo de la planificación estratégica no es solo planear sino realizar en forma ordenada un amplio número de actividades que a su vez implican el uso de recursos humanos y materiales.

(Gavilán, 2001)

La planificación estratégica es uno de los enfoques de gestión más populares en las organizaciones contemporáneas, y se clasifica constantemente entre los cinco enfoques de gestión más populares en todo el mundo. Típicamente operacionalizado como un enfoque para la formulación de estrategias, incluye elementos tales como el análisis del mercado, análisis de la industria, la misión y los valores de la organización; análisis del entorno interno de la organización; identificación de problemas estratégicos y la formulación de estrategias, objetivos y planes para abordar los problemas detectados por el análisis de la empresa (Bryson, 2011).

Un plan estratégico es un proyecto que lleva a cabo una institución, la cual debe tener en cuenta los aspectos sociales, económicos, tecnológicos y ambientales como dimensiones de sustentabilidad; además, es un proceso continuo de reflexión sobre la Universidad y su entorno, sobre cómo es y cómo se desea, de manera compartida, que sea el futuro. Por ello, el desarrollo endógeno y la planificación estratégica se vinculan, en la actualidad, a la gestión del cambio, con el objetivo doble de mejorar el presente y crear el futuro, al mismo tiempo, en las universidades. (Cañarte, 2012)

Los planificadores deben ser competentes en el manejo técnico de las herramientas de su tarea; contar con sensibilidad para equilibrar los excesos a que en ocasiones los lleva el mercado. Así, la planificación en el ámbito social se comenzó a desarrollar asumiendo la imposibilidad de coordinar todos los procesos de planificación en una sociedad abierta. Sin embargo, al mismo tiempo hacía explícita la necesidad de ser aplicada en la reducción de las consecuencias contrarias al sentido de justicia y a la funcionalidad del modelo económico de la racionalidad del mercado, así como para estructurar un marco de referencia para la estabilidad y la competitividad económica. (Cañarte, 2012)

Entre otras funciones están:

- Definir la direccionalidad del futuro de las organizaciones.
- Optimizar el uso de los recursos.
- Precisar objetivos a largo plazo.
- Estimular el pensamiento y la actitud estratégica.
- Realizar un análisis permanente del entorno.
- Responder de manera adecuada a los cambios del entorno. (Medina, 2016)

En 1980, Porter publicó su libro *Estrategia competitiva: técnicas para analizar industrias y competidores*, donde se introdujo inicialmente el modelo de las cinco fuerzas. Es un marco estratégico que las empresas pueden utilizar para analizar la situación actual de su industria y, al hacerlo, desarrollar su estrategia comercial. Al obtener una comprensión profunda de las cinco fuerzas competitivas que actúan en una industria determinada, las empresas pueden determinar qué tan atractiva es su industria y cómo tomarán una decisión sobre si o no competirán (Porter M. , 2000).

"El enfoque del Cuadro de Mando Integral vincula o traduce los objetivos estratégicos de una organización a medidas de desempeño claramente definidas. El enfoque, desarrollado por Kaplan y Norton, nació de la creencia de que para mejorar la planificación estratégica y, en última instancia, la efectividad de esos planes existe necesitaba ser un vínculo más estrecho entre los objetivos y las realidades operativas del día a día (Kaplan & Norton, 2002)

## CAPITULO I

### 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MIRAI STORE

#### 1.1 Antecedentes

##### 1.1.1 Reseña histórica

Mirai Store nació gracias a la idea de una iniciativa de la carrera relacionada directamente con el estudio de Química Analítica la cual tiene como objetivo principal implementar nuevas tecnologías de análisis. La dueña y licenciada en Química Analítica Fátima Mercedes Mejía tras completar sus estudios, trabajó durante varios años en un laboratorio dedicado al análisis fisicoquímico de aguas, suelos, aire y gases. Sin embargo, tomo la decisión de ejercer su carrera en un negocio propio.

A partir de eso y con toda la experiencia adquirida en el campo empezó Mirai Store en el año 2021, que inicialmente iba direccionado a la venta de jabones y velas producidos por ella mismo, sin embargo, este proceso involucraba cierta experiencia y no fue muy afín a dicho proceso. Por lo tanto, se tomó la decisión de direccionar a la empresa principalmente hacia la venta de materia prima ya sea para velas, jabones y productos químicos en general permitiendo así una diversificación y dando tiempo para poder especializarse en el tema de la fabricación de velas. Al momento, la empresa se maneja virtualmente, específicamente en redes sociales y de manera física en un local ubicado en el sector de Sangolquí.

Tomando en cuenta que la empresa va en el mercado un poco menos de 1 año ha crecido considerablemente a pesar de las dificultades presentadas debido a la pandemia y a la baja economía que trajo como consecuencia dicha pandemia, sin embargo, por dichos problemas relacionado con la pandemia y el poco tiempo que lleva la empresa funcionando, se busca fortalecer la planificación administrativa para así generar una herramienta y guía para el correcto funcionamiento, pleno crecimiento y aumento de la rentabilidad de Mirai Store.

## **1.2 Actividad económica y clasificación CIIU**

### **1.2.1 Actividad económica**

Fabricación y comercialización de velas aromáticas de cera. Por lo tanto, la actividad económica más cercana en la fabricación de velas.

### **1.2.2 Clasificación CIIU**

La clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU, sirve para clasificar uniformemente las actividades o unidades de producción, dentro de un sector de la economía, según la actividad económica principal que desarrolle.

Mirai Store es una empresa que se dedica a la fabricación de velas aromáticas. Por lo tanto, se procede a desglosar su clasificación CIIU de la siguiente manera:

#### **Categoría**

C INDUSTRIA MANUFACTURERA.

#### **División**

32 OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.

#### **Clase**

3290 OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.

#### **CÓDIGO 3290**

- La fabricación de velas, cirios y artículos similares; artículos de plumas o plumones.

## **1.3 Análisis externo de la empresa Mirai Store.**

Se llevará a cabo la investigación del análisis del entorno externo que incurren en la gestión de la empresa Mirai Store, es decir, el estudio externo nos permitirá identificar y evaluar todos los acontecimientos que influyen en el desarrollo de la empresa, en este proceso se tomará en cuenta las siguientes herramientas.

### *Ilustración 1 Herramientas para el Análisis Externo*



**Elaborado por:** Sara García

#### **1.3.1 Análisis político, económico, social, tecnológico, ambiental, global y demográfico. (PESTGAD)**

El análisis PESTGAD es una herramienta mucho más completa, ya que, en esta se toma en cuenta factores adicionales de suma importancia y que no se toman en cuenta en el análisis PEST, por lo tanto, el mismo nos permite facilitar la investigación para así definir el entorno y analizar los factores: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental, Global y Demográfico.

##### **1.3.1.1 Entorno Político**

En el entorno político se tratará principalmente las regulaciones gubernamentales que traen limitaciones o en tal caso la fomentación del accionar de la empresa en cualquier ámbito. Mirai Store que es una empresa que está sacando al mercado un producto de velas aromáticas debe tener en cuenta que, en este caso, la legislación no es tan limitante como en otros casos.

El actual gobierno motiva en varios aspectos dejando de lado las diferentes condiciones para que todas las personas puedan desarrollar el espíritu emprendedor, siempre teniendo presente la protección ambiental, regulaciones comerciales, internacionales y restricciones, con la protección hacia el consumidor.

Esos son varios factores principales que se deben tomar en cuenta en la evaluación de los aspectos y también hay que tomar en cuenta la protección a la propiedad industrial e intelectual, es decir, las marcas y patentes que se manejarán en caso de hacerlo, la estabilidad social, alianzas políticas internacionales y la estabilidad y el riesgo político.

Los factores mencionados van de la mano, ya que, tienen la facultad de limitar las capacidades del proyecto con las diferentes políticas y regulaciones gubernamentales establecidas para las organizaciones.

Gracias a la clasificación CIU se pudo identificar a Mirai Store como una industria manufacturera y en esta industria los lineamientos buscan facilitar el proceso productivo de la mejor manera legal, cumpliendo con los requisitos que solicite el actual gobierno para así poder comercializar el producto sin ningún problema.

### **1.3.1.2 Entorno Económico**

Este aspecto trata sobre el desarrollo económico de nuestro país en general, es decir, incentiva la implementación de negocios de diferentes sectores, especialmente el sector considerado para la investigación.

El entorno económico que se desenvolverá en el estudio del negocio de fabricación y comercialización de velas aromáticas en el Valle de los Chillos específicamente será complejo, debido a, la situación actual de Ecuador y tras la desestabilización económica que sufrió el mundo por la pandemia del COVID – 19, sin embargo, Mirai Store aportará la productividad y competitividad de sus productos, la producción de trabajo, pago de impuestos y otros pagos al estado que se irán generando de acuerdo al crecimiento situacional de empresa en los siguientes años.

Las ventas de Mirai Store se ven afectadas por factores económicos de las cuales no se tiene control, estos factores económicos son el crecimiento económico del país, tasas de interés y costos laborables, por lo cual, la mayoría de las empresas depende de estos factores para poder desarrollarse en el mercado.

Existe otro factor económico que afecta al progreso de la empresa de manera positiva el cual es que en esta industria no se necesita una gran inversión de capital y materia prima para poder establecer un emprendimiento de velas aromáticas, ya que, el recurso principal es la parafina, un material renovable y poco explotado en Ecuador, facilitando encontrar la materia prima en tiendas, proveedores exclusivos, internet o cualquier distribuidor de esta.

### **1.3.1.3 Entorno Social**

La implementación de la empresa Mirai Store que va direccionada a la fabricación y comercialización de velas aromáticas dedicará una minuciosa atención de planificación para generar más ingresos en el mercado en el que funcionará la empresa.

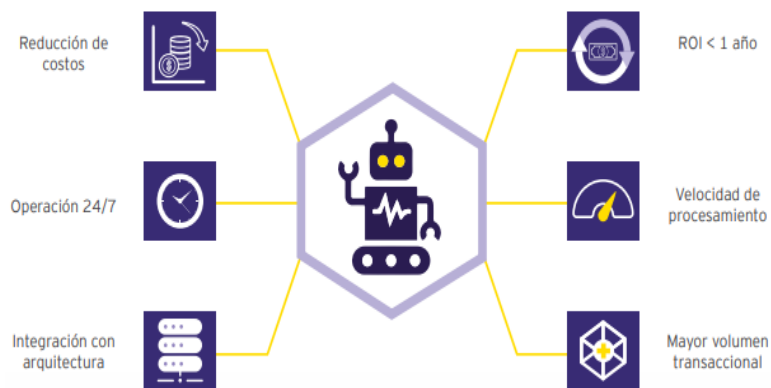
La empresa tiene como bases fundamentales la innovación, la imagen original del producto, la excelente calidad y los precios accesibles a los consumidores, debido a esto, se ha tenido gran acogida en las diferentes redes sociales de la empresa, ferias de emprendimiento en la ciudad de Quito y en Sangolquí y en los talleres prácticos que se ha promocionado permitiendo así que varias personas ya sean en familia o solteros de diferentes clases sociales sean participes de todo lo que tiene para ofrecer Mirai Store.

En esta investigación del entorno social también influirá salud, la forma de vida de las familias en el Valle de los Chillos, educación, las diferentes actitudes, gustos, costumbres, disponibilidad de tiempo, tradiciones y ciertos intereses que tienen en el tema de velas aromáticas, ya que, cada persona es un mundo totalmente diferente y todos estos factores intervienen al momento de decidir comprar el producto, por tal motivo, la empresa ofrece un producto cumpliendo los mayores estándares de calidad, precio, función, innovación y satisfacción para asegurar el aumento de rentabilidad.

### 1.3.1.4 Entorno Tecnológico

Mirai Store es una empresa que pertenece al grupo de empresas manufactureras, por lo cual, busca estar constantemente actualizada en el aspecto tecnológico, ya que, la tecnología a lo largo de los años ha ido creciendo día a día permitiendo facilitar ciertos procesos para mejorar el manejo de la producción y de todo en si lo que involucra una empresa. Todo esto genera una gran ventaja para la empresa Mirai Store creando nuevos métodos y análisis mucho más ágiles y desarrollados que en la antigüedad tomaba una gran cantidad de tiempo que también se debía incluir en los ingresos y egresos de las empresas y no eran tan precisos y confiables, desarrollando así una desventaja para la empresa.

*Ilustración 2 Ventajas de la tecnología en un negocio*



**Fuente:** (Tendencias Tecnológicas de mayor impacto en el Ecuador 2022)

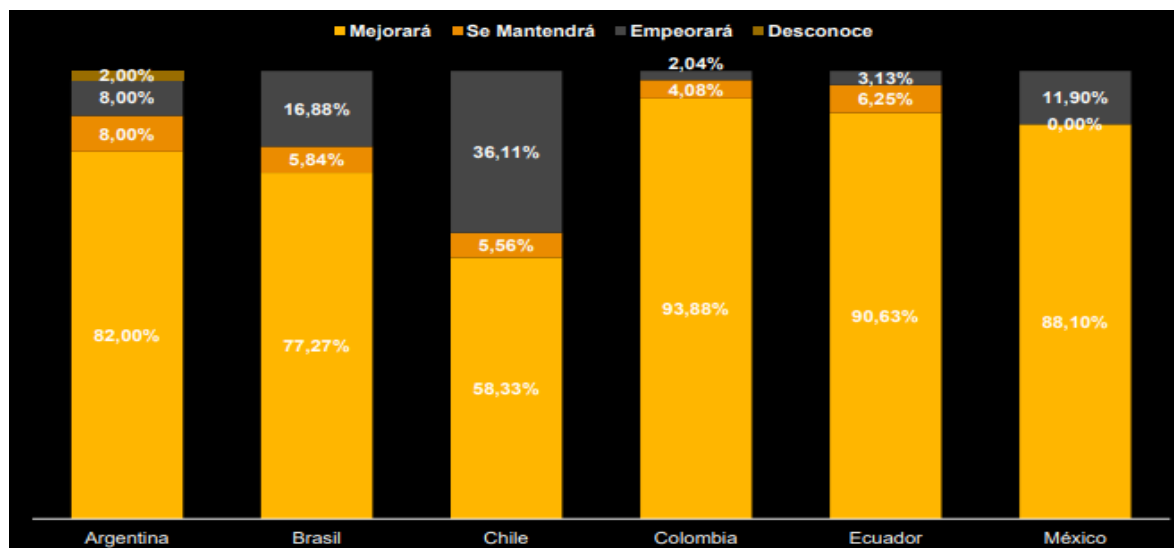
### 1.3.1.5 Entorno Global

El factor global se vio afectado cuando en marzo del año 2020 se declaró el inicio de la pandemia mundial. En el siguiente año, Ecuador recibió las primeras vacunas para iniciar el tratamiento de COVID-19. A inicio del actual año 2022 se generó una gran expectativa ante la recuperación económica del país y de la economía mundial. En consecuencia, a las múltiples restricciones en varios aspectos generados por la pandemia, varias organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial dieron a

conocer que la economía mundial tendrá un lento desarrollo durante el año 2022 que poco a poco fue llevando todo a la normalidad para poder estabilizar la economía.

Gracias a esto se realizó una entrevista a diferentes CEOs de países de América Latina para que pronuncien sus más significativas expectativas para el desempeño económico para el año 2022 tras la pandemia mundial.

**Ilustración 3** Resultados de encuesta anual de CEOs



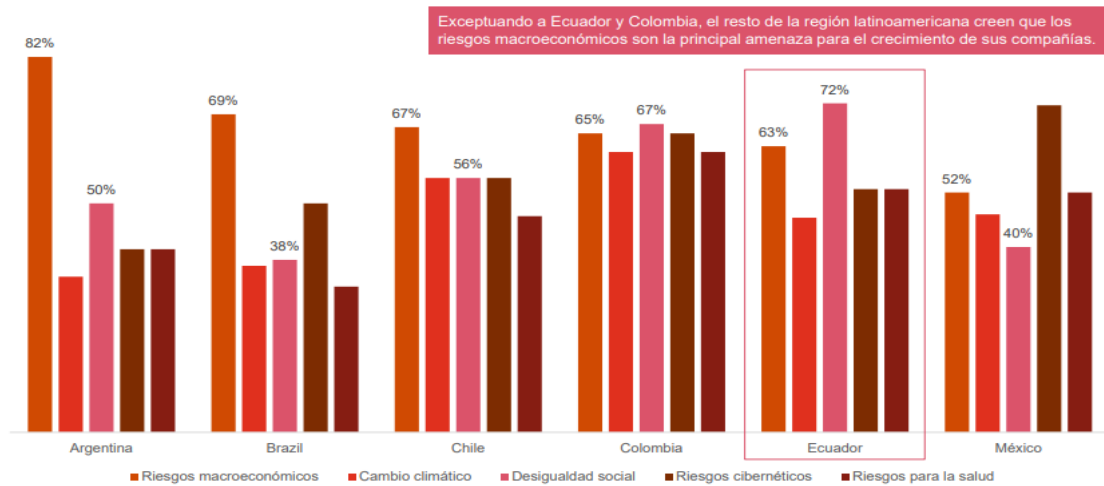
**Fuente:** (25° Encuesta Mundial de CEOs de PwC – Capítulo Ecuador)

En la ilustración 3 podemos observar como el 91% de los CEOs de Ecuador que fueron considerados para realizar la encuesta decidieron confiar en que en el transcurso del presente año 2022 mejorará el crecimiento económico global.

Durante el año 2021, es decir, a un año de la pandemia mundial existieron cambios característicos en la producción mundial. La gran mayoría de empresas que sobrevivieron a la pandemia fueron consientes de la situación por la que atravesaba tanto el país como el mundo entero, sin embargo, hay que tener en cuenta que aún existen factores de vulnerabilidad para el sector empresarial, lo que también fue tomado en consideración para impartir una opinión de los CEOs que fueron considerados de Ecuador acerca de posibles factores de vulnerabilidad para el desarrollo de sus compañías, a lo que la mayoría no solo de Ecuador sino del continente latinoamericano respondió que han identificado que el principal factor de riesgo son los riesgos macroeconómicos. En Ecuador y Colombia, los

CEOs dieron a conocer que la desigualdad social es una de las principales amenazas y la que más peso tiene, debido a los diversos efectos derivados de la desigualdad por temas de género, raza, origen étnico y riqueza serán los principales desencadenantes de dicha afectación. (PwC, 2022)

**Ilustración 4** Resultados de encuesta de amenazas globales en las empresas



**Fuente:** (25° Encuesta Mundial de CEOs de PwC – Capítulo Ecuador)

### 1.3.1.6 Entorno Ambiental

El impacto ambiental es uno de los ámbitos más significativos actualmente, ya que, el tema de la contaminación de mares, ríos, áreas verdes, calles, jardines, parques y varios lugares más ha ido muy lejos a lo largo de los últimos años debido a la gran producción de plásticos y en general desperdicios del ser humano y la poca consideración que se tiene con la naturaleza y el planeta en sí al deshacerse de estos, teniendo como consecuencia el deterioro de la capa de ozono.

La empresa Mirai Store que se dedica a la fabricación y comercialización de velas aromáticas genera pocos desechos, sin embargo, el negocio y todos sus colaboradores deben estructurar e implementar un plan de contingencia para que esto no sea un problema y se vea afectada la imagen de empresa y el entorno ambiental, una de las ventajas de la

elaboración de velas aromáticas es que la materia prima no se la desecha en si sino que se la puede reutilizar para crear otro producto o una vela mismo garantizando así una colaboración a la conservación del planeta y mejorar el entorno ambiental.

Mirai Store también busca concientizar a sus consumidores para causar un impacto en la sociedad y poder progresar como seres humanos teniendo en cuenta que el mundo en el que vivimos y todo lo que involucra también afecta a cada uno de los seres vivos ya sea animales, plantas o seres humanos.

Por otro lado, existe un factor adicional que puede afectar a la producción de las velas aromáticas el cual es el constante cambio climatológico que se ha desarrollado en el sector en donde esta ubicada la empresa (Valle de los chillos), ya que, el constante cambio de clima puede afectar o dañar el principal ingrediente para la fabricación de velas que es la parafina y también tendría ciertas consecuencias en las esencias que forman parte de este desarrollo.

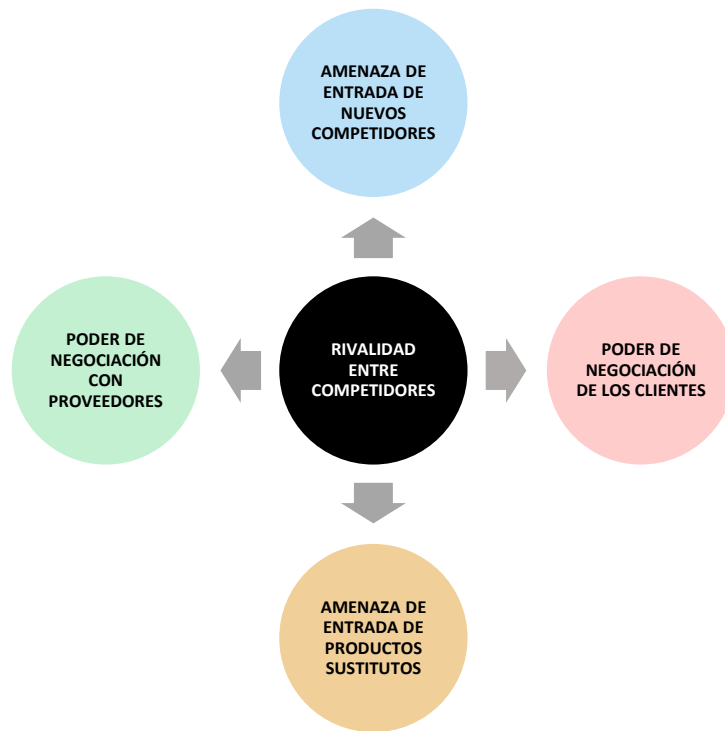
#### **1.3.1.7 Entorno Demográfico**

Según ciertos estudios se estableció que, en el sector manufacturero, una empresa de esta industria es proporcional al crecimiento de la población, por lo tanto, en Ecuador que se encuentra situado en el continente americano específicamente al Sur de este, cuenta con una superficie de 256.370 Km<sup>2</sup> y se ha establecido que tiene una población de 17.511.000 personas, por lo tanto, este país está posicionado en el puesto número sesenta y siete en la tabla de población que involucra a ciento noventa y seis países y presenta una moderada densidad de población, es decir, sesenta y ocho habitantes por Km<sup>2</sup>. (datosmacro.com, 2022)

Mirai Store no ha tenido un considerable crecimiento en este año, sin embargo, se ha establecido que es una empresa nueva en el mercado que tras este trabajo de investigación busca estructurarse de mejor manera permitiendo así, facilitar su posicionamiento demográfico.

## 1.3.2 LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER

*Ilustración 5 Las cinco fuerzas de Porter*



**Elaborado por:** Sara García

### 1.3.2.1 Poder de negociación de los clientes

Se estableció la capacidad que tienen la demanda de clientes para reducir precios, aumentar la calidad de la materia prima de igual manera el mejor manejo de proveedores, por otro lado, partiendo de los clientes que muestran sus exigencias con base a los requerimientos del mercado aumentando la productividad teniendo como fin identificar la existencia de pocos o muchos consumidores que demandan la mayoría de las ventas del sector.

Al realizar un exhaustivo análisis de los aspectos que involucran el poder de negociación de los clientes se puede ver que hay una gran cantidad y gran variedad de clientes en donde entran los diferentes aspectos que son: genero, clase social, edad, tipo racial, estado civil y más, sin embargo, cabe recalcar que existe una gran ventaja hacia el producto porque se diferencia de la máxima competencia que tienen en la Valle de los Chillos que son los

centros comerciales pero no ofrece los beneficios del conocimiento, la asesoría y la excelente calidad que ofrece Mirai Store al comercializar sus velas aromáticas y los clientes pueden encontrarlo en las instalaciones de la empresa en Sangolquí, el cual es un lugar fácil de encontrar.

Adicional a esto, los consumidores tienen la oportunidad de negociar, aunque muy difícilmente se ha visto esto gracias a la variedad de precios accesibles que ofrece el negocio y sus diferentes kits y promociones, todo esto gracias a que las velas realizadas por Mirai Store son principalmente de parafina y cera, se está implementando velas de otros materiales, pero con precios que son varias veces de las velas de parafina, ya que, esta materia prima es más económica que las otras.

Mirai Store tiene presente que definir el tipo de cliente que va a tener es de suma importancia porque va de la mano con la imagen que va a tomar la empresa, las estrategias que va a desarrollar y las decisiones que va a tomar a lo largo de su funcionamiento buscando de esta manera fidelizarlos y satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, la empresa está enfocada a los sectores medio y medio alto, ya que, tienen más apreciación al producto ofrecido en el local físico y en las redes sociales de la empresa, los clientes tienen un interés un tanto sofisticado por la marca y la calidad, teniendo el hábito de comprar regularmente, no negocian el precio porque saben todo lo que ofrece el producto y están actualizados en las tendencias de cada día, mes o año lo cual es una ventaja para Mirai Store porque está en constante innovación debido a las múltiples tendencias nuevas día a día.

### **1.3.2.2 Poder de negociación con proveedores**

Los proveedores son parte fundamental del desarrollo del negocio. Mirai Store elabora velas de diferentes materiales, las más destacadas son las velas de parafina y el principal proveedor es Distribuidores Almon del Ecuador S.A. que ofrece un excelente servicio a través de su página web y sus instalaciones físicas, pero la dueña de la empresa Mirai Store ha establecido una mejor relación a través de redes sociales y la página web de este

proveedor que proporciona una gran variedad de productos, con la mejor calidad de parafina y a precios muy accesibles para sus clientes. Por otro lado, están las velas de cera de soya el principal proveedor es Bionatus Laboratorios del Ecuador con el cual también se establece una relación por la página web oficial y muy completa que ofrece varios productos y servicios muy útiles para los pequeños emprendimientos de velas artesanales.

La fabricación de velas aromáticas no involucra únicamente el uso de parafina sino varios materiales que también son importantes como: las diferentes fragancias y esencias naturales conseguidas en Florastesis y Aromalab, colorantes vegetales, mechas naturales y moldes para velas son conseguidas en diferentes páginas web de Estados Unidos para garantizar su calidad y precios más viables para el negocio.

Gracias al poder de negociación con los proveedores se tiene la facultad de negociar los precios pero en algunos casos tiene el riesgo de que baje la calidad del producto o en otros casos no se da esto pero en la mayoría de casos sí, por otro lado, existe la posibilidad de aumentar precios y aumentar la calidad de los productos de Mirai Store, la disponibilidad, calidad, variedad y presentación de la materia prima depende de los proveedores por lo cual se debe entablar una relación amigable y leal para así mejorar el acercamiento con proveedores y clientes.

### **1.3.2.3 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

La amenaza de nuevos competidores basará en las barreras de entrada y la reacción de ciertas organizaciones que ya están posicionadas en el mismo sector frente a las microempresas, por lo tanto, se aprovechará las oportunidades que ofrece ese mercado aumentando así la rentabilidad del sector.

La fuerza de negociación de los competidores actuales para este mercado es media, esto debido a que cuando nació la idea de Mirai Store no existía competidores en el Valle de Chillos o en Sangolquí que es donde esta ubicada la tienda física, sin embargo, actualmente ya existen específicamente tres competidores directos que también no han tenido una larga

trayectoria en el mercado.

Estos nuevos competidores son:

- **DC Essence:** Es una marca de productos naturales que está ubicada en Sangolquí, Ecuador y acoge todos los beneficios de la naturaleza para brindar una experiencia de bienestar y relajación en el hogar.
- **Quimicotienda – Chemgod:** Es una tienda ubicada al frente del KFC de San Rafael y ofrece productos químicos, materias primas cosméticas, tratamientos de aguas, materias primas para productos de aseo y limpieza.
- **Smadchemicals:** Es una tienda virtual direccionada hacia el público del Valle de los Chillos y se dedica a la comercialización, desarrollo y fabricación de productos químicos y también brinda asesoría de todos sus productos.

En el Valle de los Chillos si se cuenta con competencia directa, sin embargo, son pocos los competidores que también son nuevos en el mercado y están en la misma situación de Mirai Store, buscando desarrollarse.

#### **1.3.2.4 Amenaza de entrada de productos sustitutos**

Hemos identificado posibles sustitutos que buscan satisfacer necesidades de nuestros consumidores con nuevas ideas basándose en la tecnología y el desarrollo económico, sin embargo, la presión que ejerce los productos sustitutos nos permitirá realizar las respectivas comparaciones en términos de precios, calidad y desempeño.

Hay que tener en cuenta que los consumidores de Mirai Store al adquirir el producto no solo consiguen una vela aromática con la información necesaria acerca del producto para decorar un ambiente de su habitación, sala, comedor, cocina, baño o simplemente para un regalo sino también se busca volver a ciertos inicios donde se apreciaba un detalle así o simplemente se veía el poder del fuego y como se consume una vela con una esencia relajante en medio de este mundo rodeado de estrés. No obstante, las personas ahora ya no aprecian algo así tan simple pero tan especial por lo que la amenaza de productos sustitutos

es alta, debido a que en el mercado ya sea en páginas web, centros comerciales, tiendas decorativas, ferreterías y más ofrecen una gran variedad de productos para el hogar que puede ser:

- Focos
- Lámparas
- Faroles
- Candelabros

Otros productos sustitutos también pueden ser las velas mismo que pueden cumplir otras funciones o que han sido fabricadas con diferentes materiales, prácticamente los usos que se les da a estos productos son los mismos, pero no genera el mismo ambiente que se menciono anteriormente. Estas velas son: velas de cera de abeja y velas de gel, sin embargo, las velas ofrecidas por Mirai Store tienen una gran ventaja sobre los sustitos y también posee una desventaja porque tienen un mercado amplio y distribuidores establecidos.

#### **1.3.2.5 Rivalidad entre competidores**

Se busca mejorar la posición ante las empresas competidoras con la ayuda de estrategias como la publicidad, precios más accesibles, mejorando la calidad de la materia prima y de las velas aromáticas para así mejorar la acogida del público del respectivo sector, introducción de nuevos productos ya adquiridos en el inventario y fomentar el servicio al cliente, innovar de acuerdo con las nuevas tendencias.

En el caso de la empresa Mirai Store la rivalidad de competidores potenciales es media y se ve en ciertos negocios informales que cada una de ellas si ofrece un beneficio igual al de la empresa pero no hay ninguna que ofrezca todos los beneficios de las velas aromáticas de Mirai Store y estos negocios se han potencializado debido a que llevan un mayor tiempo en el mercado, sin embargo, la mayoría de estos competidores no se enfocan en las necesidades del cliente sino en el aumento de ganancias lo cual también es muy importante en un empresa pero gracias a este mal enfoque han bajado su calidad.

Los competidores más potenciales son los de la ciudad de Quito, ya que, son más desarrollados y establecidas en el mercado, con mucha más experiencia y productos a ofrecer. Varios de estos competidores pueden ser:

- Velas Santa Mónica – Almon del Ecuador
- Velas Tungurahua
- Luz y Aromas
- Velas & Canela
- La vela mágica
- Rumivel's

Estos negocios se dedican a la fabricación y comercialización de velas igual que la empresa Mirai Store, pero la idea por la que se fundó el negocio va más allá de los fines de lucro, porque se busca enriquecer vidas de los consumidores generando un ambiente agradable con los diferentes aromas estudiados para estabilizar al ser humano según sus necesidades, una interacción con la naturales y productos más naturales por así decirlo y todas estas empresas han olvidado esa idea y solo buscan generar ganancias.

### **1.3.3 Oportunidades y amenazas**

#### **Oportunidades**

- Innovación de publicidad gracias a la evolución tecnológica.
- Utilización de nuevo canales de venta para mayor comodidad del consumidor.
- Puntos de venta estratégico.
- No se cuenta con competencia directa.
- Genera fuentes de trabajo.
- Aumento por preferencia de productos naturales.
- Ofrece talleres y se da a conocer en ferias con el fin de construir una buena conexión con el cliente.

- Se mantiene en un rango de precios accesibles comparado a las competencias que existen en otras provincias y ofrece mayor acceso a sus productos.

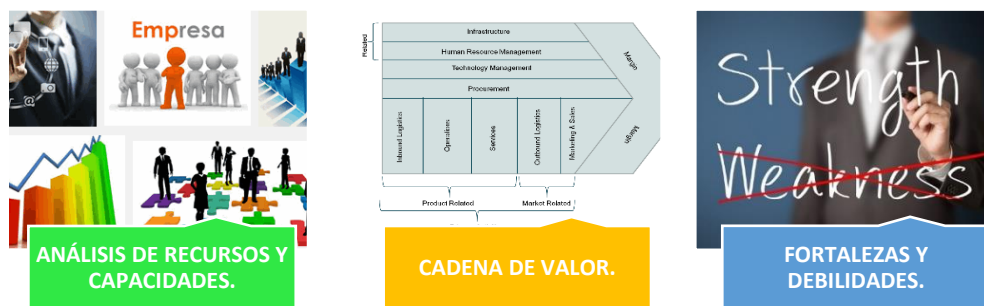
### **Amenazas**

- Entrada de nuevos competidores en la zona de venta.
- Cambios de hábitos de los consumidores.
- Nueva legislación que afecta al sector establecido.
- Posible desabastecimiento de materia prima.
- Posible incremento de precios de materia prima.
- Consumo mayoritario de productos químicos.
- Existe una gran demanda del producto en supermercados, sin embargo, Mirai Store busca difundir el conocimiento de todo lo que involucra una vela aromática y sus beneficios.
- Debido a la pandemia del COVID 19 se ha dado prioridad a la industria directamente relacionada con la salud y demás.

## **1.4 Análisis interno de la empresa Mirai Store.**

Se llevará a cabo la investigación del entorno interno que incurren en la gestión de la empresa Mirai Store, en este proceso se tomará en cuenta las siguientes herramientas.

### *Ilustración 6 Herramientas para el Análisis Interno*



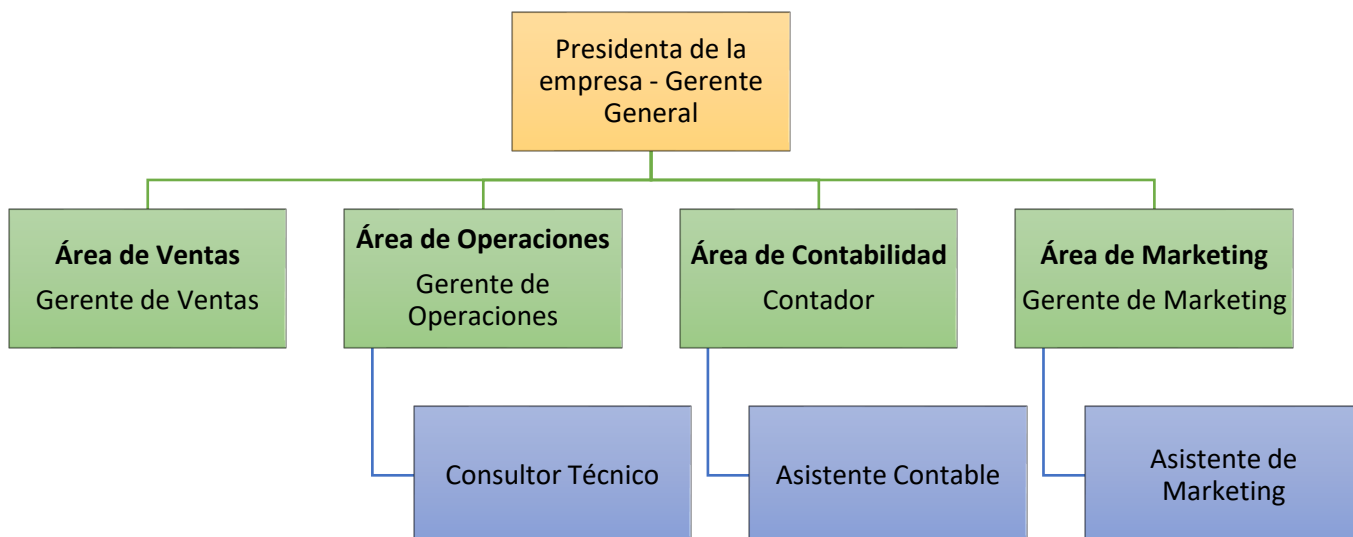
**Elaborado por:** Sara García

### 1.4.1 Análisis de recursos y capacidades.

El análisis de recursos y capacidades nos da a conocer la estructura interna de la empresa y los empleados con sus respectivos cargos, con ayuda de una representación visual clara de la jerarquía y los rangos de todos los colaboradores, trabajos y departamentos que conforman la organización.

Al ser una empresa poco estructurada adecuadamente debido al corto tiempo de funcionamiento no ha establecido un organigrama, sin embargo, la autora del trabajo propone el siguiente Organigrama:

*Ilustración 7 Estructura organizacional de Mirai Store*



**Elaborado por:** Sara García

En la ilustración 7 se puede observar la estructura organizacional de la empresa Mirai Store, el cual está conformado por el presidente, dueño y gerente de la empresa, seguido por las cuatro áreas establecidas como las más importante y necesarias las cuales son: área de ventas, área de operaciones, área de contabilidad y área de marketing con sus respectivas personas encargadas y sus soportes.

### **1.4.1.1 Recursos**

#### **Recursos tangibles.**

- Local administrativo y de funcionamiento.
- Equipos de cómputo.
- Equipos de oficina.
- Instrumentos de comunicación.
- Bodega.
- Carro de entregas.
- Lugar de maquinaria y elaboración de los productos.

#### **Recursos intangibles.**

- Investigación, desarrollo e innovación de Mirai Store.
- Rentabilidad.
- Clientes.
- Marca.
- Relación con los clientes.
- Relación con proveedores.
- Personal capacitado.
- Buena reputación en el mercado.

### **1.4.1.2 Capacidades de la empresa Mirai Store.**

Las capacidades de una empresa son las diferentes habilidades que dan paso al desarrollo de la empresa en base a las múltiples actividades en grupo y coordinar los recursos personales disponibles.

Mirai Store cuenta con cuatro áreas funcionales y dos de estas áreas poseen un soporte para garantizar un mejor resultado en las metas establecidas, estas áreas tienen diferentes capacidades, ya que tienen, diferentes objetivos a cumplir y así se van direccionando y desarrollando varias capacidades que permitan que sean más eficaces y eficientes con el fin de que Mirai Store logre satisfacer las necesidades del cliente.

#### **1.4.1.2.1 Capacidades desde la perspectiva de los clientes:**

- Capacidad de dar un sólido conocimiento del producto satisfaciendo y superando las expectativas de las necesidades de los consumidores.
- Capacidad de negociación con el cliente con el fin de que obtengan una mejor accesibilidad a los precios sin dejar de lado el aumento de la rentabilidad de la empresa.
- Capacidad de mantener cierta conversación con el cliente para conocer más a fondo sus necesidades y así poder ofrecer una mejor asesoría.

#### **1.4.1.2.2 Capacidades desde la perspectiva de aprendizaje y crecimiento:**

- Capacidad de innovar y potenciar el conocimiento de los colaboradores de la empresa Mirai Store mediante la potenciación de sus destrezas y habilidades según su experiencia.
- Capacidad de implementación de sistemas informáticos de calidad con la ayuda del área de operaciones para desarrollar un sistema que evalúe el desempeño de los colaboradores.
- Capacidad de gestión de riesgo para que la empresa Mirai Store tenga como objetivo el identificar de manera más ágil los factores de éxito y los que involucren un riesgo.

#### **1.4.1.2.3 Capacidades desde la perspectiva de marketing y ventas:**

- Capacidad para aumentar el número de clientes mediante una excelente y llamativa publicidad con la ayuda de las redes sociales oficiales de la empresa y cuentas personales de los colaboradores.
- Capacidad de identificar, desarrollar, fortalecer y explorar varias ideas que garanticen una mejora en la imagen de los productos y de la empresa para así aumentar las ventas y satisfacer al consumidor.
- Capacidad de generar una experiencia única a los consumidores a través de talleres, reels, historias en donde puedan mantenerse informados.

## 1.4.2 Funciones y descripción del personal de la empresa

**Gerente General:** En este caso Fátima Mercedes Mejía es la Gerente General, es la dueña y la máxima responsable que está a cargo de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa y sus colaboradores, por lo cual la carga de trabajo y la responsabilidad es muy alta y vital en la empresa. Sus funciones principales son:

- Planeación de las actividades que se van a desarrollar en Mirai Store.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro.
- Dirigir de la manera más adecuada la toma de decisiones, supervisar y ser un líder dentro de cada actividad.
- Controlar las actividades planificadas.
- Analizar los problemas en cada departamento que involucra Mirai Store.

**Gerente de Ventas:** Esta persona estará a cargo de supervisar y dirigir las actividades del departamento comercial, teniendo como base un buen liderazgo con el cual le permitirá organizar los planes de ventas, incentivar al equipo y lograr que cumplan las metas que se han propuesto. Sus principales funciones son:

- Diseñar e implementar una estrategia que lleve a la empresa Mirai Store a destacarse en el mercado al que va dirigido.
- Definir objetivos claros y precisos que sean realistas para la empresa y el equipo.
- Tener una definición y conocimiento sólido sobre la empresa y los productos y todo lo que involucran estos, ya que, lo que permitirá el crecimiento de la productividad son los consumidores y hay que ofrecerles los mejores productos con la mejor definición y beneficios de estos.

**Gerente de Operaciones:** En el departamento de Operaciones se harán cargo de implementar los procesos ágiles y correctos para el excelente manejo de información y tener

un control perfectamente organizado garantizando el cumplimiento de las normativas.

- Garantizar que los diferentes sistemas, herramientas y operaciones se lleven a cabo de un modo rentable y apropiado.
- Mejorar los sistemas, procesos y prácticas de la gestión operativa.
- Control específico del inventario para mejorar la eficacia y eficiencia del negocio.
- Formular objetivos estratégicos y operativos

**Consultor Técnico:** Principalmente da soporte en el área de operación mediante el dominio del tema en general de velas aromáticas con bastante experiencia y detalle, por lo que su función principal es satisfacer las necesidades de los consumidores hacia diversas situaciones que requieren de una atención inmediata y de una solución concreta.

**Contador:** Se encargará de controlar las cuentas, ingresos y egresos tanto fijos como variables para obtener el máximo beneficio económico y conseguir la estabilidad económica de la empresa, teniendo en cuenta las diferentes dificultades a enfrentar en cada momento.

- Estar constantemente informado sobre la normativa contables y tributaria del país.
- Elaborar e interpretar balances contables.
- Establecer estrategias para maximizar las ganancias y trata de reducir costes.
- Documentar todas las transacciones financieras de Mirai Store.
- Llevar un seguimiento de las cuentas bancarias de la empresa.
- Hacer auditorias financieras y elaborara los diferentes informes contables.

**Asistente Contable:** Dará soporte al departamento de contabilidad en diferentes áreas en las que sea necesario, contribuyendo con sus funciones básicas como contabilizar y procesar asientos en libros para garantizar que se registren todas las transacciones empresariales y llevar control más organizado para el ideal manejo del departamento.

**Gerente de Marketing:** Esta persona tendrá un papel multifacético en la empresa y supervisa la imagen de la empresa y sus productos.

**Asistente de Marketing:** Dará soporte en el área de Marketing para poder garantizar una mejor comercialización en base a la buena imagen ya sea de la empresa y del producto.

### 1.4.3 Cadena de valor

Una cadena de valor es un modelo de negocios que describe el rango completo de actividades necesarias para crear un producto o servicio. (CERTUS, 2020)

La cadena de valor que será desarrollada para la empresa Mirai Store se realizará con el fin de analizar y evaluar todos los procedimientos que se debe seguir para la realización, comercialización y satisfacción del cliente post venta para así incrementar la eficacia y eficiencia en la producción para garantizar una excelente calidad con el menor gasto posible.

#### *Ilustración 8 Cadena de valor de Mirai Store*



**Elaborado por:** Sara García

#### **1.4.4 Fortalezas y debilidades**

##### **Fortalezas**

- Fácil elaboración del producto.
- Su comercialización es constante.
- La materia prima son recursos renovables.
- Elaboración artesanal.
- Bajos costos de producción.
- Experiencia laboral por parte de todo el personal.
- Cuenta con un local muy bien ubicado en una zona de clase media alta que valora los productos artesanales.
- Buen ambiente y comunicación laboral.

##### **Debilidades**

- Falta de experiencia en la comercialización de ciertos tipos de velas.
- Desconocimiento de los beneficios de ciertos tipos de velas.
- No hay relación directa con el consumidor final.
- Falta de publicidad.
- Carencia de un plan de ventas.
- Falta de capacitación en el área de servicio al cliente.
- Mirai Store es una empresa familiar, sin embargo, está únicamente dirigida por la gente general y dueña por lo cual se rigen a sus ideas.
- Debido a la baja rentabilidad por el tiempo de funcionamiento de Mirai Store se manejan bajos niveles salariales.

### **1.4.5 FODA**

A continuación, se realizará un FODA y esta técnica simple, pero de suma importancia que permitirá identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de este proyecto en específico para así poder planificar estratégicamente para la buena toma de decisiones y el buen mantenimiento en base a las tendencias del mercado.

**Tabla 1. FODA**

<b>FODA MIRAI STORE</b>			
<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
<b>F1</b>	Fácil elaboración del producto.	<b>O1</b>	Innovación de publicidad gracias a la evolución tecnológica.
<b>F2</b>	Su comercialización es constante.	<b>O2</b>	Utilización de nuevos canales de venta para mayor comodidad del consumidor.
<b>F3</b>	La materia prima son recursos renovables.	<b>O3</b>	Puntos de venta estratégico.
<b>F4</b>	Elaboración artesanal.	<b>O4</b>	No se cuenta con competencia directa.
<b>F5</b>	Bajos costos de producción.	<b>O5</b>	Genera fuentes de trabajo.
<b>F6</b>	Experiencia laboral por parte de todo el personal.	<b>O6</b>	Aumento por preferencia de productos naturales.
<b>F7</b>	Cuenta con un local muy bien ubicado en una zona de clase media alta que valora los productos artesanales.	<b>O7</b>	Ofrece talleres y se da a conocer en ferias con el fin de construir una buena conexión con el cliente.
<b>F8</b>	Buen ambiente y comunicación laboral.	<b>O8</b>	Se mantiene en un rango de precios accesibles comparado a las competencias que existen en otras provincias y ofrece mayor acceso a sus productos.
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
<b>D1</b>	Falta de experiencia en la comercialización de ciertos tipos de velas.	<b>A1</b>	Entrada de nuevos competidores en la zona de venta.
<b>D2</b>	Desconocimiento de los beneficios de ciertos tipos de velas.	<b>A2</b>	Cambios de hábitos de los consumidores.
<b>D3</b>	No hay relación directa con el consumidor final.	<b>A3</b>	Nueva legislación que afecta al sector establecido.
<b>D4</b>	Falta de publicidad.	<b>A4</b>	Existe una gran demanda del producto en supermercados, sin embargo, Mirai Store busca difundir el conocimiento de todo lo que involucra una vela aromática y sus beneficios.
<b>D5</b>	Falta de capacitación en el área de servicio al cliente.	<b>A5</b>	Debido a la pandemia del COVID se ha dado prioridad a la industria directamente relacionada con la salud y demás.
<b>D6</b>	Mirai Store es una empresa familiar, sin embargo, es únicamente dirigida por la gente general y dueña por lo cual se rigen a sus ideas.	<b>A6</b>	Consumo mayoritario de productos químicos
<b>D7</b>	Carencia de un plan de ventas.	<b>A7</b>	Posible desabastecimiento de materia prima
<b>D8</b>	Debido a la baja rentabilidad por el tiempo de funcionamiento de Mirai Store se manejan bajos niveles salariales.	<b>A8</b>	Posible incremento de precios de materia prima

**Elaborado por:** Sara García

## **Análisis FODA**

Tras realizar la Análisis FODA e identificar las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de Mirai Store, se puede apreciar que la empresa tiene varias fortalezas ante la industria y el mercado al que va dirigido, sin embargo, la que se considera más importante es la experiencia laboral que tiene todo el personal que involucra y constituye la empresa, ya que, al trabajar en diferentes ámbitos permite que la empresa tenga varias perspectivas con todo el conocimiento adquirido por los colaboradores generando así un crecimiento notable en la empresa y permite solidificar su estructura, por otro lado, también se considera importante que el producto se preocupa mucho por un tema que se ha potenciado a lo largo de los años que es el cuidado del planeta y los productos de Mirai Store son fabricados con materia prima de recursos renovables favoreciendo la toma de conciencia con los consumidores y con el mundo.

Dentro de las oportunidades de Mirai Store se da a conocer que la empresa tiene un gran potencial el cual le permitirá crecer y desarrollarse garantizando un éxito rotundo siempre y cuando se construya una base bien estructurada que facilite el buen manejo de todo lo que involucra tener una empresa. Sin lugar a duda la oportunidad más importante es la constante innovación que va a tener Mirai Store, ya que, el mundo de los negocios va creciendo constantemente y generando más facilidad de adquirir productos y conocimientos gracias a la nueva tecnología.

Por otro lado, se tiene las debilidades y amenazas que actualmente son las más preocupantes, las cuales son la falta de publicidad, carencia de un plan de ventas, posible desabastecimiento de materia prima e incremento de precios de esta y la falta de capacitación en el área de servicio al cliente son las debilidades y amenazas que más se debe tomar en cuenta para un mejor desarrollo de la empresa, es decir, al lograr trabajar en ellas y establecer unas adecuadas estrategias para generar un excelente avance y desarrollo de la empresa, todo esto permitirá un positivo crecimiento a la empresa y a todas las personas que lo involucran.

## CAPITULO II

### 2 PLANTEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DIRIGIDOS A FOMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MIRAI STORE.

#### 2.1 Establecer misión, visión y valores

##### 2.1.1 Misión

Fabricar y comercializar velas aromáticas, estableciendo un estilo único e innovador, ofreciendo un producto ecológico que satisfaga las necesidades del consumidor, garantizando una excelente calidad, buen precio y adaptación a las nuevas exigencias del mercado.

##### 2.1.2 Visión

En el 2028 ser la empresa pionera a nivel nacional en elaboración, comercialización y distribución de velas aromáticas tanto de parafina como de soya, aceites esenciales, además de ser una empresa que sigue dando prioridad al medio ambiente y a la satisfacción de sus clientes.

##### 2.1.3 Valores

Los valores establecidos en Mirai Store son:

- **Respeto:** Es el valor más importante considerado en la empresa, ya que, debe existir un respeto inquebrantable entre colaboradores, proveedores y principalmente con el cliente, porque ante todo la empresa busca el mayor compromiso con el respeto al ser humano.
- **Honestidad:** Los colaboradores de Mirai Store deben estar comprometidos con este valor y actuar de esta forma en las actividades dentro y fuera de la empresa.
- **Compromiso:** Todas las personas que involucran Mirai Store especialmente sus colaboradores, deben crear un compromiso que permita el crecimiento organizacional y desarrollo personal.
- **Responsabilidad:** Un valor esencial es la responsabilidad con aquello con lo que estamos comprometidos, por lo tanto, en Mirai Store se busca generar una responsabilidad para conseguir un eficaz desempeño y se refleje en los resultados y

crecimiento de la empresa.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 Objetivo General**

Direccionar correctamente a Mirai Store en el diseño, producción, elaboración y comercialización de velas aromáticas exclusivas en la ciudad de Sangolquí y Quito, brindando a los consumidores no solo un producto sino una vela con amplio conocimiento de esta y con beneficios adicionales, contribuyendo a la conservación del planeta.

### **2.2.2 Objetivos específicos**

#### **2.2.2.1 Objetivos financieros**

- Incrementar la rentabilidad de la empresa en base a sus ventas.
- Aumentar el número de clientes.
- Mantener el control de facturación de todas las ordenes realizadas.

#### **2.2.2.2 Objetivos hacia los clientes**

- Mantener el grado de satisfacción del consumidor externo.
- Incrementar el número de productos ofrecidos con una apropiada innovación necesaria.

#### **2.2.2.3 Objetivos de procesos internos**

- Disminuir el porcentaje de desperdicios de materia prima de velas.
- Evitar accidentes en la elaboración del producto.
- Mejorar el almacenamiento de inventario con un sistema más eficaz y eficiente.
- Mejorar la gestión de proveedores de Mirai Store.

#### **2.2.2.4 Objetivos de aprendizaje y crecimiento**


- Generar un excelente y optimo ambiente laboral por el bienestar de los trabajadores.
- Cumplir con el cronograma de capacitación anual para aprender constantemente.

### **2.3 Estrategias**

Las estrategias que serán desarrolladas a partir de la Matriz FODA, herramienta en donde se analizará la situación actual de la empresa, ya que, es de suma importancia conocer como está estructurada al momento y en los principales factores que se deberá trabajar para que así se cumpla el objetivo del desarrollo de las estrategias el cual es ayudar a la sólida toma de decisiones para garantizar un desarrollo general de la empresa Mirai Store.

## 2.3.1 Matriz FODA

**Tabla 2. Matriz FODA**

<b>MATRIZ FODA</b>		
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	F2. Su comercialización es constante.	D1. Falta de experiencia en la comercialización de ciertos tipos de velas.
	F3. La materia prima son recursos renovables.	D2. Desconocimiento de los beneficios de ciertos tipos de velas.
	F4. Elaboración artesanal.	D4. Falta de publicidad.
	F5. Bajos costos de producción.	D5. Falta de capacitación en el área de servicio al
	F6. Experiencia laboral por parte de todo el	D7. Carencia de un plan de ventas.
	F7. Cuenta con un local muy bien ubicado en una zona de clase media alta que valora los productos artesanales.	D8. Debido a la baja rentabilidad por el tiempo de funcionamiento de Mirai Store se manejan bajos niveles salariales.
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>
O1. Innovación de publicidad gracias a la evolución tecnológica.	(F2;O1) Tomar ventaja de la constante evolución de la tecnología para innovar la publicidad garantizando una mejor comercialización.	(D2;O6) Adquirir un conocimiento sólido sobre las bases principales del producto natural que ofrece Mirai Store.
O4. No se cuenta con competencia directa.	(F3;O6) Motivar a los consumidores a preferir los productos comercializados con materia prima renovable.	(D4;O1) Implementar nuevas tecnologías para fortalecer la publicidad de la empresa.
O6. Aumento por preferencia de productos naturales.	(F5;O8) Aprovechar los bajos costos de producción del producto para establecer un rango de precios accesibles para sus consumidores.	(D5;O7) Aprovechar el contacto directo que se establece en ferias y talleres para fortalecer el buen servicio al cliente.
O7. Ofrece talleres y se da a conocer en ferias con el fin de construir una buena conexión con el cliente.	(F6;O7) Fortalecer la relación con el cliente en base a talleres y convenios para tener oportunidad de satisfacer hasta la mínima duda o necesidad.	(D7;O7) Crear un plan de ventas en los diferentes acercamientos al consumidor.
O8. Se mantiene en un rango de precios accesibles comparado a las competencias que existen en otras provincias y ofrece mayor acceso a sus productos.	(F7;O4) Aprovechar la baja competencia y la ubicación elegida para aumentar la rentabilidad.	(D8;O8) Impulsar la rentabilidad de la empresa en base a la mayor atracción de los consumidores por precios accesibles.
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
A1. Entrada de nuevos competidores en la zona de venta.	(F2;A1) Crear kits y promociones económicas para consumidores de la zona.	(D1; A8) Implementar nuevas estrategias para mejorar la comercialización y generar rentabilidad.
A2. Cambios de hábitos de los consumidores.	(F4;A6) Motivar el consumo de productos artesanales por bien del consumidor y del medio	(D2;A4) Designar personal capacitado.
A4. Existe una gran demanda del producto en supermercados, sin embargo, Mirai Store busca difundir el conocimiento de todo lo que involucra una vela aromática y sus beneficios.	(F5;A8) Aprovechar el bajo costo de producción para generar un producto de calidad y con precios accesibles.	(D4;A2) Campaña publicitaria de la empresa Mirai Store.
A6. Consumo mayoritario de productos químicos	(F6;A2) Dar a conocer al consumidor todo lo que involucra el producto ofrecido para que tengan en cuenta sus beneficios.	(D5;A1) Impulsar la marca en eventos comunitarios.
A8. Posible incremento de precios de materia prima	(F6;A4) Satisfacer las necesidades de un consumidor en base a la experiencia laboral que no ofrece un supermercado.	(D7;A6) Resaltar el producto que Mirai Store ofrece y sus respectivos beneficios.

**Elaborado por:** Sara García

Con la matriz FODA ya desarrollada y las diferentes estrategias establecidas y bien formuladas en base a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se puede analizar cuáles son las que se debe tomar en cuenta para realizar el Plan Operativo de la empresa Mirai Store. Las estrategias que más destacan son:

- **E1:** Impulsar la rentabilidad de la empresa en base a la mayor atracción de los consumidores por precios accesibles.
- **E2:** Fortalecer la relación con el cliente en base a talleres y convenio para tener la oportunidad de satisfacer hasta la mínima duda o necesidad.
- **E3:** Adquirir un conocimiento sólido sobre las bases principales del producto natural que ofrece Mirai Store.
- **E4:** Impulsar la rentabilidad de la empresa en base a la mayor atracción de los consumidores por precios accesibles.
- **E5:** Dar a conocer al consumidor todo lo que involucra el producto ofrecido para que tengan en cuenta sus beneficios.

Las cinco estrategias que se ha seleccionado son para desarrollar el Plan Operativo de Mirai Store para conseguir una mejoría en los diferentes aspectos y así estructurar de mejor manera la empresa y aumentar su rentabilidad.

### **2.3.2 Estrategias genéricas de Porter**

Michael Porter describe tres estrategias competitivas genéricas, que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en que compiten. (Herrero, 2022) Estas tres estrategias son:

- **Liderazgo de costos:** Es la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, para luego transferir este ahorro al precio final del producto. (Herrero, 2022)
- **Liderazgo de diferenciación:** Implica generar un producto exclusivo por el que los clientes estén dispuestos a pagar más. (Herrero, 2022)

- **Segmentación de mercado:** Es la audiencia a la que está dirigido un producto o servicio. Con esta estrategia una empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos según el tipo de población, la ubicación, o sus hábitos de consumo. (Herrero, 2022)

En el caso de la empresa Mirai Store, la estrategia genérica de Michael Porter más adecuada, que más se adapta y más conveniente de aplicar es la segunda estrategia la cual es el liderazgo de diferenciación de producto, ya que, los productos que ofrece la empresa se diferencian por la imagen cuidadosa, original y tradicional, la calidad de las velas aromáticas es garantizada y los precios accesibles. Todos estos factores permiten que los productos de Mirai Store sobresalgan y se adapten más a las necesidades de los consumidores.

## **2.4 Políticas**

La empresa Mirai Store establecerá un conjunto de políticas con el fin de poder cumplir las metas, estrategias y objetivos establecidos en el corto, mediano y largo plazo, estas políticas o regulaciones tendrán como base principios y lineamientos que deberán ser efectuados por cada uno de los colaboradores de la empresa según su área de trabajo.

### **2.4.1.1 Políticas de la empresa**

#### **2.4.1.1.1 Políticas generales**

Las políticas generales deberán ser aplicadas por todos los miembros de la empresa.

- a. Proporcionar capacitación obligatoria para todos los nuevos miembros de la organización.
- b. Gestionar precios a los que los consumidores siempre puedan acceder.
- c. Brindar un ambiente amigable, agradable y confortable a los empleados de la empresa para su trabajo diario.

- d. Respetar la ley y el bienestar público por encima de cualquier tipo de ingreso económico u oportunidad de mercado.

#### **2.4.1.1.2 Políticas de Contabilidad**

Para el área de contabilidad se proponen las siguientes políticas:

- a. Establecer medidas en caso de impago por parte del cliente.
- b. Llevar un reporte de las ventas realizadas diariamente.
- c. Gestión mejorada de grupos de proveedores.
- d. Requerir autorización del propietario o administrador del negocio para configurar descuentos.
- e. Llevar un control diario para el inventario.

#### **2.4.1.1.3 Políticas de Operaciones**

- a. Deberá establecerse los procesos necesarios y utilizarse la tecnología apropiada para permitir el seguimiento y la evaluación continua ya sea del servicio, de los productos, de la materia prima, la satisfacción del cliente y de los niveles de calidad del producto.
- b. Se deberá elaborar informes técnicos donde se desarrolle un control estructurado de todo lo que entra y sale de la empresa y mejoras o inversiones deben identificar claramente las razones para establecer estos procesos.

## **CAPITULO III**

### **3 PLAN OPERATIVO PARA LA EMPRESA MIRAI STORE**

En este capítulo se llevará a cabo el plan operativo, el cual sirve para poder realizar una investigación y tener un conocimiento más profundo a cerca del principal objetivo de este trabajo de investigación. En este caso está propuesta va dirigida a establecer un plan operativo para incrementar las ventas aumentando la rentabilidad a través de los objetivos y nuevas estrategias. Por lo que solo se han tomado en cuenta las áreas que participan en dicho proceso.

#### **3.1. Objetivos del plan operativo.**

##### **3.1.1 Objetivos generales**

- Organizar varios talleres con el fin de dar a conocer la empresa hasta el 2023.
- Automatizar gastos en base a proveedores.
- Implementar estrategias de marketing para impulsar la marca hasta el 2023.
- Realizar un estudio exhaustivo de todos los proveedores en base a precio y calidad.
- Implementar un sistema de control de inventarios con tecnología hasta el 2023.
- Incrementar en un 25% la entrada de materia prima.

##### **3.1.2 Objetivos según las diferentes áreas de Mirai Store.**

###### **3.1.2.1 Área de Gerencia**

- Fomentar la organización del sistema de control de materia prima y personal que ha venido manejando la empresa.
- Realizar un seguimiento en todas las áreas de la empresa para encontrar ciertas inconsistencias e ir mejorando el servicio y el producto de la empresa.
- Incrementar los recursos tecnológicos.

### **3.1.2.2 Área de Contabilidad**

- Financiar las capacitaciones y talleres del personal que involucra la empresa para mejor manejo del servicio y fomentación de la marca.
- Realizar la coordinación necesaria para la compra de insumos y materia prima.
- Llevar un registro de los contratos aceptados y cumplidos por la empresa.

### **3.1.2.3 Área de Marketing**

- Llevar un registro semanal del avance y acogida que se recibe la marca según diferentes horas, días, público en general y diferentes redes sociales.
- Implementar nuevas estrategias con el fin de impulsar la marca y el producto que ofrece Mirai Store.
- Gestionar un nuevo sistema de marketing que tenga más acogida según el mejor entendimiento, satisfacción de dudas y curiosidad de los consumidores.
- Formular un plan de estrategia para promover los diferentes productos según un estudio de mercado.

### **3.1.2.4 Área de ventas**

- Incrementar las ventas un 50% con mejora de las estrategias de marketing en 6 meses.
- Obtener un porcentaje de participación del mercado.
- Impulsar la rentabilidad en un 20% sobre los costos del paquete de talleres implementados cada dos semanas.
- Fijar objetivos de posicionamiento mejorando el servicio al cliente.
- Realizar acompañamientos personalizados a los consumidores.

## **3.2 Actividad para cumplir el objetivo estratégico**

- Mejorar la publicidad de la marca.
- Tomar en cuenta la imagen de la empresa en redes sociales.
- Establecer un espacio de preguntas y necesidades ya sea en redes sociales y el establecimiento físico de la empresa.
- Cuidar la calidad e imagen de los productos.
- Innovar los productos.
- Realizar más talleres y asistir a ferias para tener más acogida con el público.

- Realizar convenios con escuelas que se interesen por las manualidades.
- Mejor publicidad y promoción de los kits de los productos.
- Mejorar los costos al consumidor para que sean mucho más accesibles.

### **3.3 Personal y recursos**

#### **3.3.1 Requisitos del personal para fomentar la rentabilidad de Mirai Store.**

En Mirai Store, las personas que se van a hacer responsables del nuevo proyecto para un mejoramiento de la organización.

- Área de Gerencia.
- Área de Contabilidad.
- Área de Marketing.
- Área de Ventas.

#### **3.3.2 Recursos**

Los recursos necesarios para tener una mejor rentabilidad mejorando la calidad para impulsar la marca son:

- Computadora.
- Arrendar un lugar más amplio.
- Teléfono.
- Vitrinas.
- Muebles de oficina.
- Sistema de inventario.

### **3.4 Plazos**

Aumentar la rentabilidad con una mejoría en la calidad del servicio y producto para impulsar la marca se establece en un plazo de 1 año aproximadamente, es decir, para el año 2023, con el progreso de las estrategias de las diferentes áreas de trabajo que involucra la empresa.

### 3.5 Presupuesto

El presupuesto que se va a manejar para este nuevo proyecto de Mirai Store es lo siguiente:

**Tabla 3.** Presupuesto de Mirai Store

<b>Muebles, equipos de oficina y equipos de computación MIRAI STORE</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Cost Unit</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorios	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Silla giratoria	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Silla gerencial	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Silla de espera	0	\$ 0,00	\$ 0,00
Vitrinas	3	\$ 110,00	\$ 330,00
Archivadores	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Total Muebles y Enseres			<b>\$ 670,00</b>
<b>Equipos de Oficina</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Papelera	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Basurero	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Grapadora y perforadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Total Equipos de oficina			<b>\$ 60,00</b>
<b>Equipos de Computación</b>			
Computadora	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Computadora portátil	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Multifunción	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Equipos de Computación			<b>\$ 1.380,00</b>
<b>Total, Muebles, equipos de oficina y de computación</b>			<b>\$ 2.110,00</b>

**Elaborado por:** Sara García

### 3.6 MATRIZ DE PLAN OPERATIVO

**Tabla 4.** Matriz de plan operativo d Mirai Store

MIRAI STORE																		
Objetivo General	Aumentar la rentabilidad con una mejoría en la calidad del servicio y producto para impulsar la marca								Periodo	1 año / 2023				Responsable		Gerente General		
Actividad	Periodo	Cronograma												Indicador	Medio de Control	Frecuencia de	Recursos necesarios	Responsable
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
Fomentar la organización del sistema de control de materia prima y personal que ha venido manejando la empresa.	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General	
Realizar un seguimiento en todas las áreas de la empresa para encontrar ciertas inconsistencias e ir mejorando el servicio y el producto de la	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Trimestral	Documentos	Gerente General	
Financiar las capacitaciones y talleres del personal que involucra la empresa para mejor manejo del servicio y	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Mensual	Equipo de computo	Gerente General	
Realizar la coordinación necesaria para la compra de insumos y materia prima.	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General / Área de	
Llevar un registro de los contratos aceptados y cumplidos por la empresa.	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General / Área de	
Llevar un registro semanal del avance y acogida que se recibe la marca según diferentes horas, días, público en general y	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General / Área de Marketing	
Implementar nuevas estrategias con el fin de impulsar la marca y el producto que ofrece Mirai	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General / Área de Marketing	
Gestionar un nuevo sistema de marketing que tenga más acogida según el mejor entendimiento, satisfacción de dudas y curiosidad de los	2022 - 2023													Reporte de cumplimiento	Semanal	Equipo de computo	Gerente General / Área de Marketing	

**Elaborado por:** Sara García

## CAPITULO IV

### 4 CONTROL E IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICO

#### 4.1 Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral

*Según Mario Vogel, "Balanced Scorecard lo ayuda a Balancear, de una forma integrada y estratégica, el progreso actual y suministra la dirección futura de su empresa, para ayudarle a convertir la visión en acción por medio de un conjunto coherente de indicadores, agrupados en 4 diferentes perspectivas, a través de las cuales se puede ver el negocio en su totalidad."*

Balanced Scorecard o Marco de Cuadro Integral es una herramienta metodológica que filtra cada una de las estrategias establecidas por la empresa en un conjunto de medidas de la actuación, y estas proporcionan una estructura necesaria para un sistema de gestión y medición, es decir BSC es una completa representación visual de la estrategia de la empresa Mirai Store, en este proceso se tomará en cuenta las siguientes perspectivas: Perspectiva Financiera, perspectiva del cliente, perspectiva de procesos y perspectiva de aprendizaje y crecimiento.

**Ilustración 9** Perspectivas de BSC



**Elaborado por:** Sara García

### ***Ilustración 10 Beneficios de Balanced Scorecard***



**Elaborado por:** Sara García

## **4.2 Perspectivas de Balanced Scorecard**

### **4.2.1 Perspectiva financiera**

Esta perspectiva es la más importante, ya que, los indicadores financieros son los más utilizados para así ver el reflejo de los movimientos tanto de las inversiones y el valor añadido económico, es decir, la perspectiva financiera pretende mostrar la manera de aumentar las ganancias de los dueños o accionistas de la empresa, midiendo la creación de valor en la empresa enfocándose principalmente en la visión y así forman parte de la causa – efecto del resto de perspectivas y finalmente favoreciendo a la toma de decisiones.

En este caso, Mirai Store busca que la estrategia señalada contribuya positivamente en la mejoría actual y futura del área financiera, buscando analizar, controlar, aumentar el nivel de ventas a nivel regional. Basándose en el análisis de ciertos indicadores principales que son:

- % Aumento de cuota del mercado.
- Rentabilidad.
- Eficiencia en la utilización del capital circulante.
- % Incremento de la cifra de negocio.

#### **4.2.2 Perspectiva de clientes**

Esta perspectiva va enfocada hacia los consumidores que son el pilar de toda organización, también va dirigido hacia el mercado escogido para el crecimiento de Mirai Store y tendrá como principales objetivos generar estrategias para brindar información importante para generar, adquirir, retener y satisfacer al cliente, ya que, esta perspectiva busca fidelizar al cliente a través de la generación de valor, es decir, es un reflejo del mercado en el que se está desarrollando la empresa.

Para poder llegar a este punto ideal se debe realizar un estudio profundo a tres áreas que pueden afectar y causar variaciones en los resultados de los objetivos que son:

- La relación con los consumidores
- Imagen, reputación y prestigio en cuanto a costos y calidad que tiene la empresa en el mercado.
- Beneficios y atributos que ofrece la empresa a sus clientes.

Mirai Store busca satisfacer al cliente respaldándose en la imagen de la empresa y la calidad y los costos accesibles de sus productos para así atraer al mercado más adecuado y conseguir una sólida lealtad y fidelización con los clientes y los indicadores utilizados para cumplir esto serán:

- Cuota de mercado
- Incremento de clientes
- Satisfacción de clientes
- Rentabilidad de los clientes.

### **4.2.3 Perspectiva de procesos**

La perspectiva de procesos busca mejorar los procesos internos que se han llevado a cabo con la empresa, y va incluido la realización de un profundo análisis de los recursos y capacidades en los diferentes procesos que se han manejado con el fin de cubrir las expectativas de los accionistas y de los consumidores.

### **4.2.4 Perspectiva de aprendizaje y crecimiento**

La última perspectiva va enfocada directamente en el mejoramiento y la innovación de tres aspectos en específico que son: los empleados, el entorno laboral y los sistemas, todo esto debe realizarse para que Mirai Store tenga la capacidad de identificar en que área se debe mejorar para tener un desarrollo y crecimiento óptimo a corto y largo plazo.

Cabe recalcar que esta perspectiva es la menos desarrollada en las empresas por lo cual una de sus consecuencias es el fracaso del negocio porque al ser la última perspectiva se toma en cuenta todos los enfoques analizados de las perspectivas anteriores para poder filtrar lo más importante, tener la capacidad de plantear soluciones y realizar las correcciones a las fallas dentro de la infraestructura del negocio garantizando el éxito de este.

Mirai Store no cuenta con una larga experiencia en el mercado, sin embargo, sus colaboradores tienen vasta experiencia laboral, lo cual permite generar y tomar en cuenta varios puntos de vista para así permanecer en una constante innovación, es por eso por lo que la empresa busca verificar, analizar, mejorar e identificar los aspectos en los que tiene que trabajar y enfocarse con la ayuda de los siguientes indicadores:

- Productividad de los colaboradores.
- Satisfacción de los colaboradores.

### 4.3 Mapa estratégico

**Tabla 5.** Cuadro de Mando Integral de Mirai Store.

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Forma de medición	Frecuencia de medición
Financiera	Incrementar la rentabilidad de la empresa en base a sus ventas.	% de ventas	>15%	$\frac{\text{Ventas periodo actual} - \text{Ventas periodo pasado}}{\text{Ventas periodo actual}} \times 100$	Anual
	Aumentar el número de clientes.	Número de clientes	2 nuevos clientes al año	# de clientes actuales - # de clientes año pasado	Anual
	Mantener el control de facturación de todas las órdenes realizadas.	Factuación órdenes	1	$\frac{\text{\# de ordenes ejecutadas}}{\text{\# de facturas}} \times 100$	Mensual
Clientes	Mantener el grado de satisfacción del consumidor externo.	Satisfacción del consumidor externo	$\geq 60\%$	Resultado de la encuesta aplicada al cliente	Al finalizar cada trabajo.
	Incrementar el número de productos ofrecidos con una apropiada innovación necesaria	Número de productos nuevos	4 nuevos productos al año	# de productos actuales - # de productos año pasado	Anual
Procesos internos	Disminuir el porcentaje de desperdicios de materia prima de velas.	% de desperdicios	$\leq 10\%$	$\frac{\text{Kilos de desperdicios de parafina}}{\text{Kilos de parafina comprado para la orden}} \times 100$	Al finalizar cada trabajo.
	Evitar accidentes en la elaboración del producto.	Número de accidentes	0	Número de accidentes al mes	Mensual
	Mejorar el almacenamiento de inventario con un sistema más eficaz y eficiente.	Reducción de faltantes o materia prima caducada.	$\leq 20\%$	$\frac{\text{\# de unidades existentes}}{\text{\# de unidades Kardex}} \times 100$	Mensual
	Mejorar la gestión de proveedores de Mirai Store.	Numero de comparativas	1	$\frac{\text{\# de comparativas}}{\text{\# de órdenes de compra}}$	Mensual
Aprendizaje	Generar un excelente y optimo ambiente laboral por el bienestar de los trabajadores.	Clima laboral	$\geq 85\%$	Resultado de la encuesta de clima laboral	Mensual
	Cumplir con el cronograma de capacitación anual para aprender constantemente.	Capacitaciones anuales	$\geq 85\%$	$\frac{\text{\# de capacitaciones reales del año}}{\text{\# de capacitaciones programadas para el año}} \times 100$	Trimestral

**Elaborado por:** Sara García

#### 4.4 Análisis del negocio

En el Cuadro de Mando Integral realizado para la empresa Mirai Store se toma en cuenta varios aspectos que se han estudiado a lo largo del desarrollo del trabajo de titulación, a continuación, se realizará un análisis más específico de cada perspectiva.

##### 4.4.1 Análisis de la perspectiva financiera de Mirai Store

**Tabla 6.** Perspectiva Financiera de Mirai Store

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Forma de medición	Frecuencia de medición
Financiera	Incrementar la rentabilidad de la empresa en base a sus ventas.	% de ventas	>25%	$\frac{\text{Ventas periodo actual} - \text{Ventas periodo pasado}}{\text{Ventas periodo actual}} \times 100$	Anual
	Aumentar el número de clientes.	Número de clientes	2 nuevos clientes al año	# de clientes actuales - # de clientes año pasado	Anual
	Mantener el control de facturación de todas las órdenes realizadas.	Facturación órdenes	1	$\frac{\# \text{ de órdenes ejecutadas}}{\# \text{ de facturas}} \times 100$	Mensual

**Elaborado por:** Sara García

Uno de los principales objetivos del trabajo de titulación es incrementar la rentabilidad de la empresa y esto va de la mano con el aspecto financiero y todo lo que involucra esta área. Por lo tanto, se estableció que el primer indicador sería el % de ventas con una meta del 25%, porque actualmente Mirai Store va dirigida a promocionar sus productos y marca únicamente en el área regional y la marca, empresa y productos ya se han dado a conocer a través de redes sociales, talleres, ferias barriales y por su actual local ubicado en un punto estratégico de fácil acceso.

Mirai Store tiene un año de funcionamiento por lo cual se tomó en cuenta la siguiente fórmula para poder realizar una comparación con el periodo del año anterior y el año actual y así observar el avance de las ventas en los periodos establecidos.

Por otro lado, el siguiente objetivo es Aumentar el número de clientes, como ya ha sido mencionado, los consumidores son los encargados de incrementar la rentabilidad de cualquier empresa, es decir, que es vital generar ese vínculo empresa – cliente para garantizar el éxito de un negocio, el indicador utilizado será número de clientes estableciendo una meta de dos nuevos clientes potenciales al año de igual manera realizando una comparación de los

clientes del año anterior y el actual.

Por último, el tercer objetivo de la perspectiva financiera es mantener el control de facturación de todas las ordenes realizadas, es de suma importancia establecer un control totalmente organizado para no generar problemas futuros, el indicador utilizado es facturación de ordenes estableciendo una meta uno y se conseguirá con la ayuda de una fórmula que involucra el número de ordenes ejecutadas y el número de órdenes que posee.

#### 4.4.2 Análisis de la perspectiva de clientes de Mirai Store

**Tabla 7.** Perspectiva del Clientes de Mirai Store

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Forma de medición	Frecuencia de medición
Clientes	Mantener el grado de satisfacción del consumidor externo.	Satisfacción del consumidor externo	≥ 60%	Resultado de la encuesta aplicada al cliente	Al finalizar cada trabajo.
	Incrementar el número de productos ofrecidos con una apropiada innovación necesaria	Número de productos nuevos	4 nuevos productos al año	# de productos actuales - # de productos año pasado	Anual

**Elaborado por:** Sara García

El primer objetivo de la perspectiva del cliente es, mantener el grado de satisfacción del consumidor externo, por lo tanto, se realizará nuevas actividades como talleres y se impulsara la marca en ferias y demás, todo esto va directa y únicamente enfocado a este objetivo, ya que, gracias al consumidor es que crece la rentabilidad de la cualquier organización.

Para cumplir el segundo objetivo se realizará una amplia investigación por medio de encuestas online en las diferentes redes sociales, este espacio abierto tendrá como fin la exposición de ideas tanto de la empresa hacia el consumidor como de los consumidores hacia la empresa Mirai Store.

Como ya fue mencionado a lo largo de todo el desarrollo del trabajo de investigación uno de los principales objetivos de la empresa Mirai Store y de la mayoría de las organizaciones a nivel mundial es satisfacer las necesidades de los consumidores para así impulsar la rentabilidad y garantizar un crecimiento organizacional.

### 4.4.3 Análisis de la perspectiva procesos internos de Mirai Store

**Tabla 8.** Perspectiva de Procesos Internos de Mirai Store

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Forma de medición	Frecuencia de medición
Procesos internos	Disminuir el porcentaje de desperdicios de materia prima de velas.	% de desperdicios	≤ 10%	$\frac{\text{Kilos de desperdicios de parafina}}{\text{Kilos de parafina comprado para la orden}} \times 100$	Al finalizar cada trabajo.
	Evitar accidentes en la elaboración del producto.	Número de accidentes	0	Número de accidentes al mes	Mensual
	Mejorar el almacenamiento de inventario con un sistema más eficaz y eficiente.	Reducción de faltantes o materia prima caducada.	≤ 20%	$\frac{\# \text{ de unidades existentes}}{\# \text{ de unidades Kardex}} \times 100$	Mensual
	Mejorar la gestión de proveedores de Mirai Store.	Numero de comparativas	1	$\frac{\# \text{ de comparativas}}{\# \text{ de órdenes de compra}}$	Mensual

**Elaborado por:** Sara García

Una de las desventajas que se ha ido dando a lo largo del funcionamiento de la empresa Mirai Store es que en ciertas temporadas del año la materia prima ha ido aumentando su valor, por lo cual, se estableció este objetivo para poder priorizar esta problemática cuando lleguen dichas temporadas y así tener en cuenta el mayor cuidado y la máxima utilización de la materia prima disminuyendo así los desperdicios innecesarios de la esta, lo cual vendrá directamente relacionado con la buen calidad y la conservación de los precios accesibles para los consumidores de velas aromáticas.

La fabricación de velas implica ciertos riesgo a la hora de su producción, ya que, en el proceso de elaboración se necesita de fuego, parafina caliente y cierta maquinaria que se debe manejar con precaución y cuidado, por lo tanto, actualmente la elaboración del producto se lleva a cabo por la dueña de la empresa que es la persona con más experiencia en el manejo de todos los suplementos y por falta de presupuesto le dan soporte ciertos familiares en procedimientos básicos y demás mientras son capacitados para que en el futuro puedan tener mayor colaboración en la producción de los productos.

Una de las cosas más importantes para el buen desarrollo de una empresa exitosa es que tenga un excelente sistema de organización que permita tener un control del inventario, en Mirai Store es vital este factor porque se necesita saber todo lo que entra y sale de la empresa ya sea de los productos elaborados como de la materia prima y todo lo que se necesita para elaborar el producto, por lo tanto, se busca un sistema eficiente y eficaz bien elaborado que establezca todos estos beneficios y con la ayuda de la evolución de la tecnología se han

sistematizados los procesos haciéndolos más ágiles, precisos y organizados.

Para garantizar una excelente calidad a precios accesibles es de suma importancia encontrar los mejores proveedores para llegar a este objetivo, como ya ha sido mencionado a lo largo de toda la investigación, Mirai Store es una empresa nueva que si bien es cierto ya tiene establecidos ciertos proveedores que han asegurado la calidad de la materia prima que ofrecen, junto con ciertos beneficios que favorecen a la empresa por lo que se ha establecido cierta lealtad con estos y se busca mejorar el proceso de gestión con los proveedores para solidificar la relación proveedor – cliente y generar mayores beneficios ya sea para la Mirai Store como para los consumidores de sus productos.

#### 4.4.4 Análisis de la perspectiva aprendizaje y crecimiento de Mirai Store

**Tabla 9.** Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento de Mirai Store

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Meta	Forma de medición	Frecuencia de medición
Aprendizaje	Generar un excelente y óptimo ambiente laboral por el bienestar de los trabajadores.	Clima laboral	≥ 85%	Resultado de la encuesta de clima laboral	Mensual
	Cumplir con el cronograma de capacitación anual para aprender constantemente.	Capacitaciones anuales	≥ 85%	$\frac{\# \text{ de capacitaciones reales del año}}{\# \text{ de capacitaciones programadas para el año}} \times 100$	Trimestral

**Elaborado por:** Sara García

Finalmente, se plantearon dos objetivos en la perspectiva de aprendizaje y crecimiento con el fin de mejorar, en primer lugar, se desea generar un excelente y óptimo ambiente laboral por el bienestar de los trabajadores de Mirai Store porque es vital sentirse satisfecho con el lugar de trabajo y con sus compañeros, se busca una meta de incremento de un 85% y se medirá mensualmente.

Y en segundo lugar, se establece un objetivo de cumplir con el cronograma de capacitación anual para aprender constantemente, no hay que dejar de lado la constante retroalimentación que se debe tener tras cada trabajo para así ir mejorando, creciendo y aprendiendo muchas cosas nuevas para satisfacer cada día las nuevas necesidades del cliente, se planteó una meta de incremento del 85% porque la empresa lo considera realmente importante enfocarse en ese aspecto, ya que, la Mirai Store tiene como prioridad la innovación constante.

## CAPITULO V

### 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

Los objetivos desarrollados para el presente trabajo de investigación fueron los siguientes:

- Realizar un diagnóstico interno y externo del entorno utilizando diferentes herramientas para así generar oportunidades para un buen posicionamiento de Mirai Store.
- Formular el direccionamiento estratégico para implementar nuevas estrategias con el fin de mejorar la productividad de la empresa.
- Establecer un plan operativo para incrementar las ventas aumentando la rentabilidad a través de los objetivos y nuevas estrategias.
- Implementar Balanced Scorecard para establecer un control en base a indicadores de verificación.

Por lo tanto, al ya finalizar todo el proceso de análisis de investigación de la empresa Mirai Store para formular un plan estratégico para esta que estructure correctamente la empresa y permita el buen manejo y aumento de la rentabilidad, se procede a establecer las siguientes conclusiones:

- El presente trabajo de titulación ha formulado un plan estratégico para la empresa Mirai Store que lleva en el mercado aproximadamente un año y se encuentra ubicada en el Valle de Los Chillos. Esta empresa se dedica a la elaboración y comercialización de velas aromáticas y al ser nueva en el mercado necesitaba establecer unas bases mejor estructuradas para dar a conocer más la marca ante los consumidores y así aumentar la rentabilidad de la empresa al implementar poco a poco el plan estratégico realizado.
- Se realizó un exhaustivo diagnóstico externo e interno con la ayuda de varias herramientas que permitieron que el proceso sea más preciso y enriquecedor para establecer de mejor manera una sólida estructura de la empresa Mirai Store. Al

desarrollar la investigación se dio a conocer varios factores buenos y malos que han provocado desconocimiento del mercado al que va dirigida y también se pudo ver varios campos que se debe tomar en cuenta para garantizar el éxito de la empresa a futuro.

- Una vez establecido el diagnóstico situacional de la empresa estudiando sus entornos externos e internos, se pudo establecer un direccionamiento más seguro y positivo de la empresa en base al desarrollo de las nuevas estrategias creadas gracias a las diferentes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas más necesarias para lograr la meta establecida en el trabajo.
- Como objetivo principal se consideró el aumento de la rentabilidad, sin embargo, dicho objetivo involucraba varios factores que era necesario tomar en consideración para poder cumplir lo establecido, por lo tanto, se realizó un estudio que no estaba únicamente direccionado al aumento de rentabilidad sino a fortalecer varios aspectos de la empresa para así poder tener éxito en el aumento de ventas y el aumento de la rentabilidad.
- Se diseñó el Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral con los respectivos indicadores que van enfocados directamente al control de las estrategias establecidas en el plan operativo y se lo dividió en sus diferentes perspectivas ya determinadas en el formato de esta herramienta que son: perspectiva financiera que involucra los beneficios económicos que tendrá la empresa, perspectiva al cliente que escogió los mejores indicadores para satisfacer las necesidades de quienes hacen la empresa que son los consumidores, perspectiva de procesos internos en donde se busca organizar de la mejor manera los inventarios y todos los procesos que se lleva a cabo en la elaboración y comercialización de velas aromáticas y perspectiva de aprendizaje que es una de las más importantes, ya que, aprendiendo de todos los procesos anteriores de mejorará en todo aspecto para llevar al éxito a la empresa Mirai Store.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que todos los colaboradores que involucran la empresa Mirai Store implementar el plan estratégico desarrollado, ya que, se analiza varios aspectos que se deben mejorar, mantener o quitar para que pueda seguir desarrollándose en el mercado.
- Se debe tomar en cuenta todo lo que involucra tener un negocio tanto externamente como internamente, ya que, no solo se trata de tener una idea y ponerla en el mercado, tener una empresa es un desarrollo e innovación constante de varios campos que requieren atención e investigación para que puedan mejorar y evolucionar en base a las necesidades del consumidor.
- La empresa Mirai Store está conformada por un grupo pequeño de personas por el corto tiempo de funcionamiento y el bajo presupuesto, sin embargo, se debe realizar una capacitación básica de la empresa y a donde va dirigida, dar puntos de opinión para seguir descubriendo fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que habrá constantemente y buscar soluciones rápidas y satisfactorias.
- Se recomienda que Mirai Store implemente el diseño de Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral realizado, ya que, todas las estrategias establecidas en esa herramienta fueron creados con el fin de crear y controlar sus propios indicadores de gestión relacionado a las cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento.

## 6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 6.1 Bibliografía

- Arroyave, D. P. (s.f.). *Cambio del modelo de negocio, implicaciones locales y regionales en el municipio de Entreríos: estudio de caso de la empresa Velas y Velones San Jorge*. INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS, Lisboa.
- Ávila, R. (07 de 12 de 2020). *Descripción de cargo del gerente general*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/>
- Barahona, G. R. (s.f.). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VELAS AROMÁTICAS Y DECORATIVAS, EN LA PARROQUIA CALDERÓN, AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO. 2016. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, QUITO.
- Bedón, M. V. (2014). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VELAS DE SOYA EN LA CIUDAD DE QUITO. (*Tesis de ingeniería*). PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, Quito.
- Bello, E. (7 de Febrero de 2022). *iebschool*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- Betanzos, D. (2016). Proyecto de inversión para la comercialización de velas decorativas para pastel. (*Tesis de maestría*). UNIVERSIDAD IBENOAMERICANA PUEBLA, Puebla.
- Bika, N. (06 de 02 de 2020). *Descripción del puesto: Auxiliar Contable (m/h/x)*. Obtenido de Recruiting Resources: How to Recruit and Hire Better: <https://resources.workable.com/es/auxiliar-contable-descripcion-del-puesto#:~:text=Responsabilidades%20de%20un%20Auxiliar%20Contable,por%20pagar%20y%20realizar%20conciliaciones>
- Borbon, P. (01 de octubre de 2019). *ANALISIS PESTEL*. Obtenido de BLOSPOT: <https://anapaulinaborbon.blogspot.com/2019/10/analisis-pestel-una-empresa-que-fabrica.html>

- Bryson, J. (2011). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational*. John Wiley & Sons.
- Cañarte, C. (2012). *Antecedentes del proceso de planeación estratégica como fundamentos para el logro de un desarrollo endógeno sustentable desde la universidad*. Obtenido de Revista Humanidades Médicas: <http://humanidadesmedicas.sld.cu/index.php/hm/article/view/249/172#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20en%20el%20C3%A1mbito%20universitario%2C%20como,y%20pol%C3%ADtica%20de%20las%20sociedades%20de%20mercado%20abierto>.
- CERTUS. (24 de 04 de 2020). *¿Qué es una cadena de valor y para qué sirve?* Obtenido de Certus Blog | Carreras Técnicas Profesionales: <https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-cadena-valor/#:~:text=Una%20cadena%20de%20valor%20es,concepción%20hasta%20la%20de%20distribución>.
- contador, R. d. (16 de 01 de 2021). *Radiografía del perfil de puesto de un contador*. Obtenido de Red de Portales News Detail Page: <https://www.universia.net/mx/actualidad/empleo/radiografia-del-perfil-de-puesto-de-un-contador.html>
- Córdoba Guitierrez Hernández Hernández Torrez, C. D. (2017). PLAN DE NEGOCIO NICA ARTE EN VELAS. (*Tesis*). UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA, Managua.
- Cornejo Giancarlo, E. S. (2013). “PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA TALLER HERMANOS SALAZAR”. (*Tesis de ingeniería*). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, Guayaquil.
- datosmacro.com. (2022). *Ecuador: Economía y demografía 2022*. Obtenido de datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador#:~:text=Ecuador%2C%20situada%20en%20América%20del,68%20habitantes%20por%20Km2>.
- Delgado Quinchía, D. M. (2018). Plan estratégico para la empresa Colombia es Bella. (*Proyecto de grado*). UNIVERSIDAD ICESI, Santiago de Cali.
- Ganchozo, C. (2015). “FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VELAS

- FLOTANTES". (*Tesis de economía*). UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil.
- Gavilán, Y. K. (2001). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA*. Obtenido de Tesis Digitales UNMSM:  
[https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/diaz\\_gy/Cap4.PDF](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/diaz_gy/Cap4.PDF)
- Hernández Moncayo, A. D. (2010). Propuesta de una nueva vela de iluminación que cumple con los estándares de calidad basados en los requerimientos de los clientes del Valle de los Chillos, y que es rentable para la empresa ALMON del Ecuador S.A. (*Tesis de ingeniería*). UNIVERSIDAD "SAN FRANCISCO DE QUITO", Quito.
- Hernández Trujillo Narvaez, G. M. (2020). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A PEQUEÑAS Y MEDIANA EMPRESAS. (Monografía)*. UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI, Santiago de Cali.
- Herrero, A. (18 de 03 de 2022). *Las estrategias genéricas de Michael Porter y el plan de marketing*. Obtenido de titular.com: <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing#:~:text=Porter%20describe%20tres%20estrategias%20competitivas,diferenciación%2C%20y%20segmentación%20de%20mercado>.
- IEP. (2018). *Instituto Europeo de Posgrado*. Obtenido de Funciones de un Gerente General :  
<https://www.iep-edu.com.co/cual-son-las-tareas-de-un-director-general/#:~:text=Funciones%20de%20un%20Gerente%20General&text=Planeaci%C3%B3n%20de%20las%20actividades%20que,plazo%2C%20entre%20otras%20muchas%20tareas>
- Kaplan, R., & Norton, D. (2002). *Cuadro de Mando Integral*. Barcelona: Gestión 2000.
- Kourmentza, E. (06 de 02 de 2020). *Descripción del puesto: Gerente de operaciones (m/h/x)*. Obtenido de Recruiting Resources: How to Recruit and Hire Better: <https://resources.workable.com/es/gerente-de-operaciones-descripcion-del-puesto#:~:text=El%20gerente%20de%20operaciones%20principalmente,cumplimiento%20de%20las%20normas%20aplicables>.
- León Drummond Justicia Delgado Baquero Martínez Herrera, D. R. (2022). *Tendencias Tecnológicas de mayor impacto en el Ecuador 2022/*. Obtenido de

- [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_ec/topics/advisory/tendenciastecnologicas2022-ey-itahora.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_ec/topics/advisory/tendenciastecnologicas2022-ey-itahora.pdf)
- Maldonado, V. (04 de 11 de 2020). *Las ciencias administrativas*. Obtenido de Crónica: <https://cronica.com.ec/2016/07/13/14017-las-ciencias-administrativas/>
- Martín, J. (15 de 05 de 2017). *CEREM INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de Análisis PEST o PESTEL - Todo lo que necesitas saber: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Medina, M. (28 de julio de 2016). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA*. Obtenido de Blogger: <https://planificaci.blogspot.com/2016/07/planificacionestrategica-segun-autores.html>
- Peiró, P. (09 de 03 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Análisis PEST: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Peña, J. (2014). "La demanda de velas talladas en las ciudades de Tulcán e Ipiales para su producción y comercialización.". (*Tesis de ingeniería*). UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI, Tulcán.
- Pérez, D. (2016). Cambio del modelo de negocio, implicaciones locales y regionales en el municipio de Entrerriós: estudio de caso de la empresa Velas y Velones San Jorge. (*Master*). INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS, Lisboa.
- Posgrado, I. E. (2018). *IEP*. Obtenido de Funciones de un Gerente General: <https://www.iep-edu.com.co/cual-son-las-tareas-de-un-director-general/#:~:text=Funciones%20de%20un%20Gerente%20General&text=Planeación%20de%20las%20actividades%20que,plazo%2C%20entre%20otras%20muchas%20tareas>
- Porter, M. (2000). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Mexico: Patria.
- PwC. (01 de 2022). *Resultados que impactan Enero 2022 - 25.ª Encuesta Mundial de CEOs de PwC – Capítulo Ecuador*. Obtenido de <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/2022/25th-global-ceo-survey-capitulo-ecuador.pdf>
- Raeburn, A. (01 de 07 de 2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)* •

- Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Roncancio, G. (2022). *PENSEMOS S.A.* Obtenido de ¿Qué es el Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral? Un resumen: <https://gestion.pensemos.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen>
- Silva, D. (01 de 01 de 1970). *Qué hace un gerente de ventas y cuáles son sus principales funciones.* Obtenido de Zendesk MX: <https://www.zendesk.com.mx/blog/funciones-gerente-de-ventas/#:~:text=El%20gerente%20de%20ventas%20es,cumplan%20con%20los%20objetivos%20propuestos.>
- Tapia Zuñiga, F. T. (2015). ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA INCENTIVAR LA COMERCIALIZACIÓN DE VELAS ARTESANALES ELABORADAS POR EL ADULTO MAYOR DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS TRABAJO Y PROGRESO DEL COMITÉ DEL PUEBLO N°1 ZONA 6 EN LA CIUDAD DE QUITO CON LA FINALIDAD DE CAPTAR . (*Tesis para ingeniería*). UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, Quito.
- técnico?, ¿. e. (07 de 04 de 2021). *El consultor técnico es aquel profesional que domina un tema en general con bastante experiencia y detalle, por lo que,...* Obtenido de Consultor Digital: <https://consultordigital.org/que-es-un-consultor-tecnico/#:~:text=El%20consultor%20técnico%20es%20aquel,y%20de%20una%20solución%20concreta.>
- TiedCOMM, S. (s.f.). *BALANCED SCORECARD : Planeación estratégica corporativa - Indicadores de desempeño.* Obtenido de TiedCOMM: <http://www.infoviews.com.mx/Bitam/ScoreCard/#:~:text=Concepto%20de%20Balanced%20ScoreCard,y%20colectivos%20de%20una%20empresa.>
- Toaquiza, G. (2016). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VELAS ARÓMATICAS Y DECORATIVAS, EN LA PARROQUIA CALDERÓN, AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO. (*Tesis de ingeniería*). UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, Quito.
- Todos en monday.com. (26 de 07 de 2021). *Las habilidades de un gerente de marketing que importan, y una que te diferencia.* Obtenido de monday.com Blog:

<https://monday.com/blog/es/marketing-es/the-marketing-manager-skills-that-matter/#:~:text=En%20general%2C%20la%20descripci%20de,actividades%20centradas%20en%20el%20marketing>

Uruchima, D. (2020). Plan de negocios para fabricar, comercializar y distribuir velas elaboradas de parafina de soya y aceites esenciales. (*Tesis de ingeniería*). UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR, Quito.

VELAS, 1. p. (22 de 02 de 2021). *10 pasos para iniciar un negocio rentable de FABRICACIÓN DE VELAS*. Obtenido de Con Emprendimiento: <https://conemprendimiento.com/guia/10-pasos-para-iniciar-un-negocio-rentable-de-fabricacion-de-velas/>