



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa
dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el
cantón Yantzaza**

**Trabajo de Titulación previo a
la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas**

AUTOR:

Wilman Eduardo Cañar Mosquera

DIRECTOR:

Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora. Mg. Sc

Loja - Ecuador

2023

Loja, 13 de julio de 2023

Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora. Mg. Sc

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el cantón Yantzaza”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, de la autoría del estudiante **Wilman Eduardo Cañar Mosquera**, con **cédula de identidad Nro. 1900858786**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora. Mg. Sc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Wilman Eduardo Cañar Mosquera**, declaro ser autor/a del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1900858786

Fecha: 13 de julio de 2023

Correo electrónico: wilman.cañar@unl.edu.ec

Teléfono: 0983116829

Carta de autorización por parte del autor/a-, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Wilman Eduardo Cañar Mosquera**, declaro ser autor/a del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el cantón Yantzaza”**, como requisito para optar por el título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de comunicación del país y del exterior con las cuales tenga convenios la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Por constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los trece días del mes de julio de dos mil veintitrés.

Firma:

Autor/a: Wilman Eduardo Cañar Mosquera

Cédula: 1900858786

Dirección: Armando Arias y Cóndor Mirador

Correo electrónico: wilman.cañar@unl.edu.ec

Teléfono: 0983116829

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Titulación: Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora Mg. Sc

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico con todo amor y cariño a Dios, por ser el creador de mi vida, fuente de inspiración y sabiduría; a mi madre Maruja Mosquera a mi padre Wilman Cañar, quienes siempre me supieron apoyar, con su amor comprensión, bondad y fortaleza, a mi hermana Zulema Cañar, por su apoyo, paciencia y consejos, a mis amigos y compañeros por su entusiasmo y a todos aquellos seres queridos.

Wilman Eduardo Cañar Mosquera

Agradecimiento

Es inevitable agradecer a ese ser superior que ha cuidado de mí, gracias Dios por la fortaleza que me has dado en cada mañana y por ser esa fuerza interna que nos vuelve guerreros cada día.

Mi eterno agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, quien me abrió sus puertas y me brindó la oportunidad de enriquecer mis conocimientos los mismos que me permitirán desempeñarme de la mejor manera. A los docentes de la Carrera de Administración de Empresas por sus enseñanzas y apoyo.

Al Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora. Mg. Sc.en calidad de director de tesis por su apoyo desinteresado para ser posible la ejecución de esta tesis.

A mis padres Maruja Mosquera y Wilman Cañar por su apoyo en todo momento, a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron al feliz término, no me queda más que decir gracias.

Wilman Eduardo Cañar Mosquera

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xii
Índice de anexos	xiii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	7
4.1. Marco Referencial.....	7
4.2. Marco Teórico-Conceptual	9
4.2.1. Proyecto de Inversión.....	9
4.2.2. Contenido del proyecto de inversión.....	9
4.2.2.4. Evaluación financiera	25
5. Metodología	29
5.1. Materiales.....	29
5.2. Procedimiento	30
6. Resultados	31
6.1. Estudio de mercado.....	31
6.1.1. Producto.....	31
6.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a las familias	33
6.1.3. Análisis de la demanda.....	46
6.1.4. Análisis de la oferta	48
6.1.5. Resultados de las encuestas aplicadas a los oferentes	48
6.1.6. Estrategias de comercialización	53

6.2. Estudio técnico.....	57
6.2.1. Tamaño de la Empresa	57
6.2.2. Capacidad Instalada.....	57
6.2.3. Capacidad utilizada	58
6.2.4. Localización	59
6.2.5. Ingeniería del Proyecto.....	62
6.2.6. Proceso Productivo.....	65
6.2.7. Diseño del producto.....	68
6.2.8. Estudio Organizacional	69
6.3. Estudio Económico-Financiero.....	85
6.3.1. Inversiones.....	85
6.3.2. Activos fijos	85
6.3.3. Activos diferidos	88
6.3.4. Capital de Trabajo	88
6.3.5. Costos operativos	93
6.3.6. Gastos de venta.....	96
6.3.7. Monto de la Inversión.....	98
6.3.8. Financiamiento	99
6.3.9. Análisis de costos	99
6.3.10. Costos totales de producción.....	99
6.3.11. Depreciación de Activos Fijos	100
6.3.12. Amortización de activos diferidos.....	100
6.3.13. Amortización de Capital.....	101
6.3.14. Costo unitario de producción	102
6.3.15. Precio de Venta	102
6.3.16. Clasificación de costos	102
6.3.17. Estado de Pérdidas y Ganancias	104
6.3.18. Punto de equilibrio	104
7. Discusión	110
7.1. Evaluación financiera	110
7.1.1. Flujo de Caja	110
7.1.2. Valor Actual Neto	110

7.1.3. Tasa interna de retorno	111
7.1.4. Período de Recuperación del Capital	113
7.1.5. Relación Beneficio/Costo.....	113
7.1.6. Análisis de Sensibilidad	114
8. Conclusiones	117
9. Recomendaciones	118
10. Bibliografía	119
11. Anexos	121

Índice de tablas

Tabla 1. Locales comerciales de la ciudad de Yantzaza	30
Tabla 2. Uso de velas	33
Tabla 3. Tipo y cantidad de velas decorativas, aromáticas y relajantes	33
Tabla 4. Promedio mensual de velas Aromáticas, decorativas y relajantes	34
Tabla 5. Colores de preferencia.....	34
Tabla 6. Aroma de preferencia.....	35
Tabla 7. Precio de las velas aromáticas	36
Tabla 8. Lugar de adquisición.	37
Tabla 9. Medios de comunicación.....	38
Tabla 10. Promoción	39
Tabla 11. Aceptación de la nueva unidad de producto.....	40
Tabla 12. Colores de preferencia.....	40
Tabla 13. Preferencia de aroma.....	41
Tabla 14. Tipo de envase.....	42
Tabla 15. Aspectos a considerar en la compra	43
Tabla 16. Canal de distribución sugerida por los clientes	43
Tabla 17. Lugar de venta del producto.....	44
Tabla 18. Medios de comunicación.....	45
Tabla 19. Promoción	46
Tabla 20. Demanda Potencial.....	47
Tabla 21. Demanda Real	47

Tabla 22. Demanda Efectiva	48
Tabla 23. Venta de velas	48
Tabla 24. Tipo de velas	49
Tabla 25. Proveedores de velas aromáticas.....	50
Tabla 26. Cantidad de velas	50
Tabla 27. Incremento de ventas.....	51
Tabla 28. Precio de las velas aromáticas.....	52
Tabla 29. Aceptación de la neuva unidad productiva	52
Tabla 30. Oferta.....	53
Tabla 31. Demanda Insatisfecha	53
Tabla 32. Aromas y Colores.....	55
Tabla 33. Capacidad Instalada: Paila para derretir la parafina.....	57
Tabla 34. Capacidad Instalada.....	58
Tabla 35. Producción de velas en envases de aluminio para 100gr.	58
Tabla 36. Participación en el mercado	59
Tabla 37. Maquinaria y Equipo.....	62
Tabla 38. Equipo de computación.....	63
Tabla 39. Ficha Técnica de la Impresora	63
Tabla 40. Sumadora.....	64
Tabla 41. Flujograma del proceso productivo de 300 velas aromáticas de 100gr..	67
Tabla 42. Características de las velas Aromáticas	68
Tabla 43. Materia prima indirecta	69
Tabla 44. Manual de Funciones del Gerente.....	79
Tabla 45. Manual de Funciones del Asesor Jurídico.....	80
Tabla 46. Manual de Funciones del Jefe de Producción	81
Tabla 47. Manual de Funciones del Jefe de Ventas	82
Tabla 48. Manual de Funciones de los Obreros	82
Tabla 49. Manual de Funciones de la Secretaria-Contadora.....	84
Tabla 50. Equipos de producción.....	85
Tabla 51. Muebles y enseres de Producción	85
Tabla 52. Equipos de seguridad	86

Tabla 53. Equipos de computo	86
Tabla 54. Muebles y enseres	86
Tabla 55. Equipo de oficina	87
Tabla 56. Resumen de Activos Fijos	87
Tabla 57. Activos Diferidos	88
Tabla 58. Materia Prima Directa	88
Tabla 59. Mano de obra directa.....	89
Tabla 60. Materia prima indirecta	89
Tabla 61. Implementos de producción	90
Tabla 62. Fletes para producción	90
Tabla 63. Energía Eléctrica	90
Tabla 64. Agua Potable	91
Tabla 65. Indumentaria.....	91
Tabla 66. Insumos de para seguridad.....	92
Tabla 67. Utensilios de limpieza	92
Tabla 68. Resumen de costos de inversión.....	93
Tabla 69. Sueldos y Salarios	93
Tabla 70. Arriendo	94
Tabla 71. Energía Eléctrica (Administración).....	94
Tabla 72. Útiles de oficina	94
Tabla 73. Teléfono	95
Tabla 74. Internet	95
Tabla 75. Resumen de Gastos de Administración.....	96
Tabla 76. Publicidad.....	96
Tabla 77. Promoción	97
Tabla 78. Empaque.....	97
Tabla 79. Resumen Gastos de venta.....	97
Tabla 80. Monto de la inversión.....	98
Tabla 81. Financiamiento	99
Tabla 82. Depreciaciones	100
Tabla 83. Amortización de activos diferidos.....	100

Tabla 84. Amortización de Capital.....	101
Tabla 85. Presupuesto Proformado	101
Tabla 86. Costo Unitario de Producción	102
Tabla 87. Precio de venta	102
Tabla 88. Clasificación de Costos	103
Tabla 89. Estado de resultados	104
Tabla 90. Flujo de caja	110
Tabla 91. Valor Actual Neto	111
Tabla 92. Tasa Interna de Retorno	112
Tabla 93. Período Recuperación de capital	113
Tabla 94. Relación Beneficio/Costo 1.....	113
Tabla 95. Relación Beneficio/Costo.....	114
Tabla 96. Análisis de sensibilidad con el 2,1% de incremento en los costos.....	114
Tabla 97. Análisis de sensibilidad con el 2,2% de disminución en los ingresos	116

Índice de figuras

Figura 1. Producto.....	31
Figura 2. Uso de velas.....	33
Figura 3. Tipos de velas	34
Figura 4. Preferencia de colores.....	35
Figura 5. Aroma de preferencia	36
Figura 6. Lugar de adquisición.....	37
Figura 7. Medios de comunicación	38
Figura 8. Recibido Promociones	39
Figura 9. Aceptación de la nueva unidad de producto	40
Figura 10. Colores que prefieren los clientes.....	41
Figura 11. Preferencia de aroma	41
Figura 12. Preferencia de envase	42
Figura 13. Aspectos a considerar en la compra.....	43
Figura 14. Canales de distribución.....	44
Figura 15. Lugar de posicionamiento del producto	44

Figura 16. Lugar de posicionamiento del producto	45
Figura 17. Tipo de promoción.....	46
Figura 18. Venta de velas.....	49
Figura 19. Tipo de velas.....	49
Figura 20. Proveedores de velas aromáticas	50
Figura 21. Incremento de ventas	51
Figura 22. Incremento de ventas	52
Figura 23. Imagen del producto	54
Figura 24. Marca	55
Figura 25. Colores	55
Figura 26. Canal Directo	56
Figura 27. Canal intermedio.....	56
Figura 28. Diseño de esferos	56
Figura 29. Mapa de la provincia de Zamora Chinchipe.....	60
Figura 30. Distribución de la planta.....	64
Figura 31. Diseño del Producto.....	68
Figura 32. Materia Prima Directa (Parafina).....	69
Figura 33. Organigrama estructural de la empresa “Velas Aromáticas E.C” Cia. Ltda.	78
Figura 34. Organigrama Funcional de la empresa “Velas Aromáticas E.C” Cia. Ltda.	78
Figura 35. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 1.....	107
Figura 36. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 3.....	107
Figura 37. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 5.....	108

Índice de anexos

Anexos 1. Diseño de las encuestas a las familias	121
Anexos 2. Diseño de las encuestas a los oferentes	124
Anexos 3. Certificación del abstract	126

1. Título

Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el cantón Yantzaza

2. Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe. Para el desarrollo del proyecto fue indispensable considerar cuatro objetivos, dentro de los cuales comprende: el estudio de mercado, en donde se realiza el análisis de la demanda, oferta y demanda insatisfecha; la factibilidad del estudio técnico, es indispensable para conocer el tamaño, localización, ingeniería del proyecto y el diseño organizacional; el estudio financiero, se da a conocer la inversión, financiamiento, costo, ingresos y punto de equilibrio de la producción y por último en la evaluación financiera, que a través de sus indicadores se determinó la factibilidad de la propuesta de inversión. El trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental, de diseño descriptivo, para lo cual se hizo necesario la utilización de ciertos materiales y métodos, mismos que permitieron la recolección y análisis de los datos pertinentes para su desarrollo. En los resultados en el estudio de mercado se pudo determinar una demanda insatisfecha de 184.891 velas aromáticas en el primer año. La comercialización se realizará a través de dos canales de comercialización, uno directo y el otro indirecto. La capacidad de producción será de 78000 velas al año, satisfaciendo el 42% de la demanda insatisfecha. La constitución de la empresa será bajo el régimen de Empresa de responsabilidad limitada. En lo que concierne el estudio financiero se determinó una inversión de \$.17.429.10, que será financiado el 83% por los socios de la empresa y el 17% por la entidad financiera BanEcuador. La evaluación financiera determinó: el Valor Actual Neto de \$ 12.535.80, la Tasa Interna de retorno es de 36.79%, en la Relación Beneficio Costo la ganancia será de 0.07 dólares americanos; el Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años 4 meses y 20 días, el Análisis de Sensibilidad soporta un incremento en los costos de 2.1% y una disminución en los ingresos de 2.22%. Por lo tanto, de acuerdo a los resultados financieros, se recomienda la ejecución del proyecto.

Palabras clave: Inversión, demanda, oferta

2.1. Abstract

The present research project aims to determine the feasibility of establishing a microenterprise dedicated to the production and commercialization of scented candles in the city of Yantzaza, Zamora Chinchipe province. The project development required the consideration of four main objectives, which encompassed the market study, analyzing the demand, supply, and unsatisfied demand; the technical feasibility study, essential to determine the project's size, location, engineering, and organizational design; the financial study, which presents the investment, financing, costs, revenues, and break-even point of production; and finally, the financial evaluation, which assessed the feasibility of the investment proposal through various indicators. The research work followed a qualitative and non-experimental quantitative approach, with a descriptive design. Consequently, specific materials and methods were employed to gather and analyze relevant data for the project's development. The market study results revealed an unsatisfied demand of 184,891 scented candles in the first year. The commercialization will be conducted through two channels: direct and indirect. The production capacity will reach 156,000 candles per year, satisfying 84% of the unsatisfied demand. The company will be established as a limited liability entity. Regarding the financial study, an investment of \$17,429.10 was determined, with 83% financed by the company's partners and 17% by the financial institution BanEcuador. The financial evaluation yielded the following results: Net Present Value of \$40,561.95, Internal Rate of Return of 84.21%, Benefit-Cost Ratio of 0.15, Capital Recovery Period of 1 year, 1 month, and 28 days. The Sensitivity Analysis supported an 8.8% increase in costs and a 7.5% decrease in revenues. Therefore, based on the financial results, the execution of the project is recommended.

Keywords: Investment, demand, supply

3. Introducción

La fabricación de velas se desarrolló en forma independiente en diversos lugares a lo largo de la historia y que ha sobrevivido hasta nuestros días. A mediados del siglo XIX, las velas se convirtieron en un producto industrializado de consumo masivo, a pesar de los avances en la fabricación de velas, la industria de velas declino rápidamente con la introducción de métodos superiores de iluminación como las lámparas de queroseno y las bombillas incandescentes en 1879. A partir de entonces las velas comenzaron a comercializarse como un artículo mayormente decorativo, en una amplia gama de tamaños, formas y colores, y el interés de los consumidores por la vela perfumada comenzó a crecer. Durante la década de 1990, se desarrollaron nuevos tipos de cera debido a una demanda inusualmente alta de velas; la parafina, un subproducto del aceite, fue rápidamente reemplazada por nuevas ceras y mezclas debido al aumento de los costos.

En un principio fue por la necesidad de iluminar los ambientes, y hoy podemos decir que se ha convertido en un hobby muy popular. Las velas aromáticas con aceites esenciales son una satisfacción y gratificante artesanía, la aromaterapia, a través de las velas aromáticas, decorativas y relajantes permiten levantar el ánimo y añade un ritual a la vida diaria.

La característica principal de este trabajo de investigación es determinar la factibilidad de la implementación de fábrica de velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

Para analizar la problemática es necesario conocer las causas que conllevaron a realizar este tipo de estudios, una de ellas es la falta de empresas de esta índole, así mismo el alto índice de personas que no trabajan, convirtiéndose esta idea de negocios en una oportunidad para mejorar el nivel de vida de algunas familias de la ciudad de Yantzaza.

La presente investigación se la realiza con el interés de conocer que tan factible es la implementación de este tipo de negocios en la ciudad de Yantzaza, así mismo con la finalidad de optar por el grado de ingeniero en Administración de Empresas.

En el marco del proceso de investigación de proyectos, el tipo de investigación fue de enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental para la recopilación de la investigación se procedió a aplicar métodos como inductivo, deductivo y descriptivo; técnica e instrumentos de investigación como la encuesta que se aplicó a las familias de la ciudad de Yantzaza para conocer los gustos y preferencias con respecto a las velas aromáticas y las entrevistas a los propietarios de

los negocios que venden este tipo de velas. Es importante recalcar que en esta ciudad no existe empresa alguna que oferte este producto, pero si existen lugares comerciales que ofrecen el mismo.

El propósito de la investigación se basa en la determinación de la factibilidad de la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el cantón Yantzaza, mismo que permitirá a los inversionistas tomar decisiones en función de los resultados de dicho trabajo.

La estructura de la investigación se ajusta a las disposiciones legales que constan en el Reglamento del Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, para lo cual la misma contiene los siguientes acápite:

El Título: Es el mensaje que el autor desea que el lector entienda cuando va a revisar un trabajo de investigación.

El Resumen, la condensación de ideas más relevantes del texto, en donde se sintetiza o se abrevian las ideas principales y secundarias del trabajo de investigación.

En la parte de **Revisión de Literatura,** se detallan los contenidos teóricos como son: conceptos, definiciones, procedimientos y formulas sobre los proyectos de inversión, además se hace el análisis y revisión de un marco referencial en donde constan investigación relacionadas con la temática objeto de estudio y sirven como base para fundamentar la investigación realizada.

Los **Materiales y Métodos,** indican de manera detallada los materiales y métodos que se utilizaron para recabar y analizar los datos tanto de los demandantes y oferentes, mismo que permitieron el desarrollo de la investigación. Para la recolección de datos fue necesario estructurar instrumentos de investigación como fue el diseño de la entrevista y el formulario para la encuesta, en el análisis de la información se utilizó el método estadístico, mismo que permitió hacer la tabulación de datos y la representación de los mismos en cuadros y gráficos estadísticos. En los **resultados** se realiza el estudio de mercado en donde se analiza la oferta y demanda del producto objeto de estudio, determinando la demanda insatisfecha, así como el planteamiento de estrategias de marketing. Posterior a ello se determina el estudio técnico, en donde se hace referencia al tamaño, localización e ingeniería del proyecto y la propuesta orgánica-funcional para la operatividad de la microempresa para la elaboración y comercialización de velas aromáticas.

Luego se realiza el análisis económico-financiero, en donde se elaboran los presupuestos correspondientes para la inversión y financiamiento del proyecto y en base a ello determinar los presupuestos de costos e ingresos, así como el análisis del punto de equilibrio.

En la discusión se analiza los diferentes indicadores financieros, que permiten determinar la factibilidad del proyecto, dentro de los cuales tenemos: El Valor Actual Neto que fue un valor positivo, que por consiguiente el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación; la Tasa interna de retorno que mayor al costo de oportunidad, la inversión se recuperara en 1 año, 1 meses, 28 días; la empresa por cada dólar invertido obtendrá de rentabilidad de 0.15 dólares americanos; el proyecto de acuerdo al incremento de costos soportará el 8.8% y una disminución en los ingresos del 7.5%.

Finalmente, están las **Conclusiones y Recomendaciones**, que se plantean en base a los principales resultados obtenidos de los cuatro estudios efectuados en el proyecto de inversión (estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera); se agrega la Bibliografía utilizada, dentro de la que constan las fuentes de consulta indispensables para el desarrollo del trabajo investigativo así como también las fuentes de sustento para poder llevar a cabo la investigación, y por último se incluyen los anexos que avalan al veracidad del trabajo realizado.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Referencial

(Berrio Frank y Pérez Alexander, 2020), en su trabajo de investigación sobre Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Canal de Comercialización por medio de redes sociales de Velas Decorativas en los municipios del área metropolitana de la ciudad de Medellín, del Instituto Universitario Esumer, Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo., de Colombia, manifiestan para la venta de velas estrella blanca se realizó una investigación en relación a los elementos de la mezcla de marketing producto, plaza, promoción, denotando que la capacitación en técnicas de venta no es considerada como elemento importante, comparado con la frecuencia con que la empresa ofrece y realiza. Capacitaciones con orientación hacia la venta. Se recomienda modificar y revisar las políticas de bonificaciones y establecimientos de cuota, con el propósito que sea manejado más eficiente, de manera tal, que incentive a la parte táctica a comprometerse y empoderarse de las marcas y productos.

(Hoyos Hoover y Tutistar Ana, 2018), durante el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de velas y velones para locales comerciales de la comuna tres de la ciudad de Santiago de Cali, de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Facultad de Ciencias Empresariales, Colombia, se encontró que es factible la creación de una empresa de velas y velones en la comuna 1 de la ciudad de Santiago de Cali, esto debido a que hay ciertos factores que los actuales productores no tienen en cuenta para la satisfacción de la necesidad de sus clientes y con el estudio del mercado, logró evidenciar las características del mercado, como lo son; el comportamiento de los clientes, precios actuales de compra de velas y velones y métodos de pago.

(Damián, 2016), en su trabajo de investigación 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, del Instituto Superior de Educacao e Ciencias, manifiestan que crecer en un mercado maduro o incluso en declive es posible, es una labor difícil pero no imposible, se deberá para ello, realizar una reestructuración a fondo del modelo de negocio, reestructuración en la cual se deberá contemplar las diferentes posibilidades de crecimiento, entre ellas los mercados nacionales no cubiertos, los mercados internacionales, los productos no desarrollados, para posteriormente analizar nuevos productos que puedan ser incluidos en el portafolio, lo primero entonces, será tomar la decisión de explorar caminos no contemplados anteriormente.

(Gladys, 2016), en su trabajo de investigación sobre la 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 Quito, de la Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas, de la ciudad de Quito-Ecuador, sostiene que al ejecutar un estudio de mercado el cual permita identificar la oferta y demanda de velas decorativas y aromáticas en la parroquia calderón, al norte de la ciudad de quito en Ecuador no cuenta con información de la gran variedad e innovación de la producción de velas aromáticas y decorativas, por lo que se recomienda que se impartan charlas a los emprendedores de esta área para lograr el beneficio económico y productivo para el país. Se analizaron diversos estudios científicos donde se plantearon diferentes hipótesis desde la diversificación de cada investigación; las investigaciones tienen en común que el mercado de las velas y velones es maduro y que aporta un crecimiento en ventas, siempre y cuando se realice un estudio previo de mercado. En base a lo anterior, se confirma la vital importancia que tienen los canales de comercialización y el buen pronóstico de crecimiento y posicionamiento de marca.

(Marcela, 2017) Según el autor nos dice que aportar al sector industrial a través de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velones decorativos electrónicos ubicada en la provincia de pichincha, cantón quito, parroquia rural zambiza, del Instituto Tecnológico Superior Cordillera. Escuela de Ciencias Administrativas, ciudad de Quito-Ecuador, en el estudio de mercado se pudo determinar que existe aceptabilidad de un producto innovador como es el velón electrónico, el cual también se verifico que los clientes requieren velas con diferentes diseños, formas y aromas, para lo cual el área de producción debe ajustarse a sus requerimientos ya que la población aún no está acoplada a este producto y no conoce el potencial que puede llegar a ofrecer y principalmente que factores permitan el crecimiento de la comercialización de las velas, así como las diferentes alternativas a seguir por parte de la empresa y las diferentes teorías que explican el ciclo de ventas en el proceso de comercialización.

4.2. Marco Teórico-Conceptual

4.2.1. Proyecto de Inversión

Es la unidad de inversión que se considera en la programación. Por lo general constituye un esquema coherente desde el punto de vista técnico, cuya ejecución se encomienda a un organismo público o privado, que puede llevarse a cabo con independencia de otros proyectos. (HERNANDEZ, 2001)

Definición de un proyecto de inversión

La definición de (Ortega, 2006), define proyecto de inversión como un paquete de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado periodo de tiempo.

Ciclos de un proyecto

El ciclo de vida de un proyecto, de acuerdo a la mayoría de los autores, comprende tres etapas:

- ✓ Pre-inversión (Estudios).
- ✓ Inversión (Ejecución).
- ✓ Operación (Funcionamiento).

La etapa de pre-inversión o estudios consta a su vez de varias fases, la Idea que es la parte de identificación preliminar de un proyecto para la solución de un problema, sin que medie ningún tipo de análisis preliminar que indique la viabilidad del mismo, sólo cuenta con el nombre del proyecto, una breve descripción del mismo y el problema o necesidad a resolver; el Perfil que es la fase donde se realiza una primera prueba de viabilidad de la idea, considerando un número mínimo de elementos que en un análisis inicial permita su justificación, se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la experiencia; el Estudio de Pre-factibilidad

4.2.2. Contenido del proyecto de inversión

4.2.2.1. Estudio de Mercado

La economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas.

En este estudio es necesario tener un conocimiento de calidad, cantidad, precio, plaza, comercialización, promoción, publicidad, gustos y preferencias para poder introducir un bien o servicio al mercado para satisfacer las necesidades de la sociedad. (SAPAG CHAIN, 2011)

Producto principal

Es un producto o conjunto de productos, servicios y otros elementos de marketing que la empresa ofrece y presenta a un mercado para satisfacer las necesidades de los demandantes, también se lo puede denominar producto base al que se le agrega publicidad, envase, precio, marca entre otras. (MAQUEDA LAFUENTE, 1995)

Producto secundario

También conocidos como subproductos, en el proceso de transformación de un producto este genera residuos que pueden ser convertidos en otro bien, a su vez se puede generar un producto secundario de valor comercial. Se vende en el mercado para conseguir ingresos complementarios al del producto principal.

Los residuos tras la producción siempre quedan efectos colaterales de sustancias, materiales y productos residuales considerados como desperdicios inútiles para la consecución del producto final. Estos residuos o desperdicios sin embargo pueden ser reciclados y revendidos. (D. ENRIQUE DOMINGUEZ, 2014)

Producto sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

Un segmento no es atractivo si existen sustitutos reales o potenciales del producto. Estos limitan los precios y utilidades esperadas que se pueden obtener en un segmento. (SCHNAARS, 1994)

Producto complementario

Un producto complementario es aquel que el consumidor adquiere para dar uso con el producto principal, es decir, se interrelacionan para satisfacer una necesidad y se complementa con el otro producto para encontrar un producto final.

Mercado demandante

Es especificar quienes serán los demandantes del producto o servicio que va a ofrecer la empresa en el mercado, este producto debe estar dirigido a un grupo específico, ya sea edad,

sexo, residencia, ingresos, gustos, preferencias y costumbres que se lo toma al momento de segmentar el mercado.

Análisis de la demanda

La demanda es la búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones.

La satisfacción de las necesidades de los clientes debe tener en cuenta las existencias de los ingresos como un recurso escaso. Por ello, el cliente busca distribuir sus ingresos entre todas sus necesidades: vestuario, alimentación, vivienda, salud, viajes, entretenimiento etc. Como es fácil apreciar, el cliente puede ser un individuo, una empresa o incluso un país. Todos ellos toman constantemente decisiones acerca de cómo asignar recursos, basándose en la prioridad que den a sus necesidades. Estas necesidades no son permanentes y cambian con la edad de las personas, su nivel de educación, su riqueza, los estímulos de la publicidad o las presiones de su grupo. (SAPAG CHAIN, 2011)

Demanda potencial

Es la diferencia absoluta o porcentual que se pueda establecer entre la demanda total, que significa el 100% de las peticiones de los consumidores para un servicio o bien y la demanda específica de un servicio o de una compañía en particular, es lo que llamaremos demanda potencial para la empresa.

Demanda real

Es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicio que se ofrecen en el mercado. Por lo general este tipo de demanda es estática, a corto plazo por el breve periodo en que se desenvuelve.

Demanda efectiva

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto, aunque quisieran hacerlo. (PASACA MORA, 2004)

Demanda insatisfecha

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo,

existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Estudio de la oferta

La oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción.

Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros. (SAPAG CHAIN, 2011)

De libre mercado

Se puede definir el mercado libre como el lugar en el que el precio de los bienes o servicio son acordados por el consentimiento que entre las dos partes, vendedores y consumidores, mediante las leyes de la oferta y la demanda (VEGA, 1993). También abarca la libre existencia para la competencia siempre y cuando no haya fraude ni coerción, es decir que las transacciones de bienes o servicios sean de libre expresión o voluntarias.; (SAPAG CHAIN,2011)

Comercialización de productos

Comercialización y distribución comprende el proceso integro de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor para su uso final, la investigación de comercialización y distribución es aplicable a todas las fases de este proceso. La magnitud de la comercialización es una economía moderna se evidencia en el hecho de que aproximadamente el 60% del costo final al consumidor de los productos de la industria norteamericana corresponden a costos de comercialización y distribución.

4.2.2.2. Estudio Técnico

El estudio técnico busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero, es decir calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. (SAPAG CHAIN, 2011)

Tamaño

El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

El tamaño de un proyecto corresponde a su capacidad instalada y se expresa en número de unidades de producción por año. Se distinguen varios tipos de capacidad instalada:

- ✓ **Capacidad de diseño:** tasa estándar de actividad en condiciones normales de funcionamiento.
- ✓ **Capacidad del sistema:** actividad máxima que se puede alcanzar con los recursos humanos y, materiales trabajando de manera integrada.
- ✓ **Capacidad real:** promedio anual de actividades efectiva, de acuerdo con variables internas (capacidad del sistema) y externas (capacidad demanda).

Para evaluar un proyecto, tanto la estimación de los costos de funcionamiento como la de los beneficios se deben calcular con base en esta última capacidad. Aunque la demanda actual y proyectada es uno de los factores más importantes en la determinación del tamaño, deben tenerse en cuenta otros como el proceso tecnológico, el financiamiento y la estructura organizacional de apoyo existente o capaz de crearse. (SAPAG CHAIN, 2011)

Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desee cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

Localización

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerá en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de

incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. Uno fundamental consiste en considerar variables constitutivas de ventajas competitivas con respecto a las características diagnosticadas para la futura competencia. (SAPAG CHAIN, 2011)

Micro localización

En este punto apoyado preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará dentro de un mercado local.

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Factores de localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre los factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono) PASACA MORA, 200

Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

El proceso de producción

Ya se ha descrito la manera en que se desarrolla el proceso productivo, viene una segunda etapa en la que, en forma integral, se analiza el proceso o la tecnología. La utilidad de este análisis es básicamente que cumple dos objetivos: facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual, a su vez, optimiza la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de los hombres y las maquinas.

Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se usa simbología

internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:

Operación: Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.

Transporte: Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.

Demora: Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.

Almacenamiento: Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.

Inspección: Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.

Operación combinada: Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas. (BACA URBINA, 2010).

Diseño Organizacional

Estructura orgánica empresarial

A la hora de diseñar la estructura organizativa, o en su caso, revisar la ya existente, es necesario establecer los siguientes criterios básicos. La estructura organizativa debe ser capaz de reflejar el proceso de creación de valor de la empresa. (SERRA SALVADOR, VERCHER BELLVER, & ZAMORANO BENLLOCH, 2005)

Es organizar a una empresa o a una organización a nivel de jerarquías es decir desde el empleado de mayor cargo hasta en empleado de menor cargo para que así cada empleado o cada departamento tenga solo un supervisor quien los dirija i los mande a hacer sus obligaciones las empresas u organizaciones pueden estar organizadas de forma formal o informal

Estructura organizativa empresarial

Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

Acta constitutiva. - Es el documento certificado de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referidos de los socios con los cuales se constituye la empresa.

La razón social o denominación. - Es el nombre bajo el cual una empresa operara, el mismo debe estar acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio. - Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto, deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad. - Al constituirse una empresa se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital social. - Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

Tiempo de duración de la sociedad. - Toda actividad tiene un plazo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

Administradores. - Ninguna necesidad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona será quien responda por las acciones de la misma.

Estructura empresarial

Parte fundamental de la empresa en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad. - Esto se encuentra definidos de acuerdo al tipo de la empresa y conforme lo establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda la organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo. - es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo la cual se hayan constituido.

Nivel Ejecutivo. - Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial de deberá es gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel Asesor. - Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones sin que ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

Nivel de Apoyo. - Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo. - Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo. (PASACA MORA, 2004)

Organigramas

El organigrama representa la estructura de una organización; estructura significa la disposición u ordenación de los órganos o cargos que componen una empresa. El organigrama es la gráfica que representa la organización formal de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Organigrama estructural. - Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma. (THOMPSON, 2009); (Ramsey, 1998).

Organigrama funcional. - Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. (ENRIQUEZ, 2004).

Organigrama de posición. - Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas. (Promonegocios.net).

Manuales administrativos

Uno de los problemas más difíciles que confronta la gerencia de empresa, tanto públicas como privadas, es el de mantener comunicaciones adecuadas entre los distintos niveles en lo que se refiere al mando, es decir, a la cadena de instrucciones e informaciones que deben pasar de los niveles más altos al personal ejecutivo. El uso de manuales administrativos contribuye a solucionar ese problema porque suministra a los funcionarios y empleados el medio de recibir estas instrucciones e informaciones, de estudiarlas metódicamente e instruirse en los detalles de las directivas generales y administrativas de la empresa.

Clasificación de los manuales administrativos

Manual de funciones. - Dentro de la estructura organizacional de cualquier empresa, una vez que se ha diseñado la distribución del trabajo por áreas y por puestos, así como establecidos sus niveles de autoridad, es necesario darle fundamentación a dicho diseño; para ello, resulta indispensable plasmar en un documento, la descripción de cada uno de los puestos establecidos, sus funciones, tareas, líneas de comunicación y relaciones de autoridad que tengan.

Contenido de un manual de funciones

Nombre del puesto: Es el título que la empresa le da al puesto, la persona que lo ocupe, derivará de él su gentilicio.

Funciones: Describe las responsabilidades que la persona deberá cumplir en su puesto, se anuncian en infinitivo, por ejemplo: supervisar el trabajo de los asistentes.

Tareas: Señala las actividades concretas que se realizarán, correspondientes a cada función, por ejemplo: revisa los informes de actividades de cada supervisor.

Líneas de autoridad: Es la relación de dependencia del puesto. Cuál es el puesto inmediato (jefe) y qué puestos le reportan (subalternos)

El manual de funciones, como instrumento de apoyo directo a la organización, debe estar permanentemente actualizado y se le debe conceder la importancia que tiene, para la buena funcionalidad de los puestos. (MONTALVÁN GÁRCES, 1999)

4.2.2.3. Estudio Financiero

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiar, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutar”

Inversión y Financiamiento

Activo fijo: se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el

curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Activo diferido: está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos

Activo circulante o Capital de trabajo: es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses. Además, se consideran corrientes a aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio.

La fórmula para determinar la inversión es:

$$I = AF + AD + KT$$

Donde:

I = Inversión

AF = Activo Diferido

KT = Capital de trabajo

Financiamiento. - Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamos que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. (ANZOLA ROJAS S. , 2005)

La Fórmula para determinar el financiamiento es:

$$F = KP + KA$$

F = Financiamiento

KP = Capital propio

KF = Capital ajeno o préstamo.

Análisis de costos

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de los costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o servicio, para

con

estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto.

Costos de operación o fabricación

Los costos de producción están dados por los valores que necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos. Por otro lado, el costo esta dado en base a una “unidad de costo” que es el factor que permite medir la producción de bienes o servicios y pueden estar determinada por cajas, lotes, juegos, Etc.

Los elementos de costos de producción se dividen en tres grupos que son:

- Materiales directos
- Mano de obra directa, y
- Costos generales de fabricación

Para determinar los costos de producción se considera los costos primos y los costos indirectos de producción.

Costo Primo

$$\text{CP} = \text{MPD} + \text{MOD}$$

Donde:

CP = Costo Primo

MPD = Materia Prima Directa

MOD = Mano de obra directa

Costos indirectos de Producción

$$\text{CIP} = \text{MPI} + \text{MOI} + \text{otros gastos}$$

CIP = Costos indirectos de producción

MPI= Materia prima indirecta

MOI = Mano de obra indirecta

Costos de Operación

Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

Gastos de administración. - Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa.

Gastos financieros. -Se incluyen bajo este rubro los valores correspondientes al pago de

los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.

Gastos de ventas. - Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto.

Otros gastos. - Es importante tomar en cuenta que en el caso de obtener un crédito que financie la inversión, el plazo para los que son otorgados los mismos son siempre inferiores al horizonte del proyecto. (MORA, 2004)

Costo total de producción

Según (Pasaca M. E., 2017) el costo total de producción tiene dos componentes básicos que son el costo de producción, fabricación o transformación (CP) y los costos de operación (CO).

Para el cálculo se obtiene la siguiente fórmula:

$$\mathbf{CTP=CP + CO}$$

Dónde:

CTP= Costo total de producción

CP= Costo producción o fabricación

CO= Costo de operación

Para su cálculo necesitamos determinar el costo de producción o fabricación para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

$$\mathbf{CP= CP' + CGP}$$

Donde:

CP= Costo de producción o fabricación

CP'= Costo primo

CGP= Costos generales de producción

Así mismo para determinar el costo primo utilizamos la siguiente ecuación:

$$\mathbf{CP'= MOD + MPD}$$

Donde

CP' = Costo primo

MOD = Mano de obra directa

MOD = Materia prima directa

Finalmente, para calcular el costo de operación se utiliza la siguiente ecuación:

$$\mathbf{CO = G.ADM + G.FIN + G.V + O.G}$$

Donde:

CO = Costo de operación

G.ADM = Gastos de administración

G.FIN = Gastos financieros

G. V = Gasto de ventas

O. G = Otros gastos

(Pasaca M. E., 2017)

Costo Unitario de Producción

Para el cálculo del costo unitario de producción se relaciona el costo total de producción con el número de unidades producidas, para eso se utiliza la siguiente ecuación:

$$\mathbf{CUP = CTP / NUP}$$

Donde:

CTP = Costo total de producción

NUP = Número de unidades producidas

(Pasaca M. E., 2017)

Precio de Venta

Para la determinación del costo de venta se toma en cuenta siempre el costo total de producción al cual se le suma el margen de utilidad que es aquello que va a convertirse en nuestra ganancia. (Pasaca M. E., 2017)

Para eso se utiliza la ecuación del método rígido donde se determina el costo unitario total y luego se agrega el margen de utilidad determinado:

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

Donde:

PVP= Precio de venta al público

CUP= Costo unitario de producción

MU= Margen de utilidad

(Pasaca M. E., 2017)

2.12.1. Clasificación de costos

El conocimiento, el análisis y el control de los costos en una empresa son vitales para su éxito. Aunque nadie puede dudar de que los costos existan y son reales, esto no implica que sean conocidos y comprendidos en todas las empresas. Tradicionalmente, se lleva una contabilidad encaminada en primer término a las declaraciones fiscales de la empresa, y en un segundo lugar, a proporcionar información más o menos oportuna de su estado financiero-contable.

Costos fijos. - son los que no se efectúan por la cantidad de trabajo que se realice. Por ejemplo, en algunas empresas los sueldos mensuales, los pagos de seguros, la renta de locales.

Costos variables. - son los que varían directamente con la cantidad de trabajo que se realiza. Un ejemplo es la materia prima, cuyo costo es proporcional a la cantidad de artículos que se fabrican. (OLAVARRIETA DE LA TORRES, 1999)

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y costes variables. (Castro & Morales, 2009)

Al punto de equilibrio se lo puede calcular mediante los siguientes métodos:

En función de las ventas

Se basa en el volumen de las ventas y los ingresos monetarios que él genera, para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE= punto de equilibrio

CFT= Costo fijo total

1= constante matemática

CVT= Costo variable total

VT= Ventas totales

(Pasaca M. E., 2017)

En función de la capacidad instalada

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

Donde:

PE=Punto de Equilibrio

CFT= Costo fijo total

100= Constante Matemática

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales

(Pasaca M. E., 2017)

En función de la producción

Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima de producción para que con su venta los ingresos pueden cubrir los costos ocasionados.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

Donde:

PVu= Precio de venta unitario

CVu= Costo variable unitario

(Pasaca M. E., 2017)

$$PE = \frac{CFT}{N^{\circ} \text{ de Unidades Producidas}}$$

Representación Grafica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano. (Pasaca M. E., 2017)

Presupuesto proyectado

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Es el instrumento clave para planear y controlar. (MORA, 2004)

Estado de Pérdidas y Ganancias

Este estado financiero permite que el empresario, luego de un periodo de funcionamiento de su empresa, pueda determinar si se obtuvo utilidad o pérdida. Con esta información el dueño de la empresa podrá analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y tomar decisiones acertadas sobre el futuro de su empresa. (ANZOLA ROJAS S. , 2005)

4.2.2.4. Evaluación financiera

Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemática a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos.

Los criterios más utilizados son:

- ✓ Valor actual neto (VAN)
- ✓ Tasa interna de retorno (TIR)
- ✓ Análisis de sensibilidad
- ✓ Relación Beneficio Costo (B/C)
- ✓ Periodo de recuperación del Capital

Flujo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caga se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

Valor Actual Neto

El valor presente neto es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de

efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. (Castro & Morales, 2009)

Para el cálculo del VAN se realiza de la siguiente manera:

$$VA = FC (1+i)^{-n}$$

$$VANP = (\sum VA_i^n) - \text{Inversión}$$

Donde:

VANP= Valor Actual Neto del Periodo

$\sum VA$ = Sumatoria del Valor Actual

FN= Flujo Neto

$(1 + i)^{-n}$ = Factor de actualización

n= Numero de periodos

(Pasaca M. E., 2017)

Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión.

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Se calcula con la siguiente formula la Tasa Interna de Retorno:

$$TIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

Donde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

T_m = tasa menor de descuento para actualización

DT = diferencia de tasa de descuento para actualización

VAN T_m = valor actual a la tasa menor

VAN T_M = valor actual a la tasa mayor

(Pasaca M. E., 2017)

2.13.4. Relación Costo-Beneficio

Mide el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto y permite decidir si el proyecto se acepta o no.

Para calcular la relación beneficio-costos se utilizan la siguiente ecuación:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

(Pasaca M. E., 2017)

Periodo de Recuperación de Capital

Este indicador permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial realizada, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = ASI \frac{\text{Inversion} - \sum FASI}{FNASI}$$

ASI = Año que supera la inversión

$\sum FASI$ = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

FNASI = Flujo Neto del Año que supera la inversión.

(Pasaca M. E., 2017)

Análisis de sensibilidad

Es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible es) La TIR ante cambios en determinadas circunstancias por las que puede pasar un proyecto.

Análisis de sensibilidad con el incremento en los costos: Este parámetro permite evaluar hasta que nivel la empresa puede soportar un incremento en los diferentes costos en los que incurre.

Análisis de sensibilidad con la disminución de ingresos: Se evalúa hasta que porcentaje la empresa puede soportar una disminución de sus ingresos de ventas sin que estos lleguen a ocasionar problemas para la empresa

Para determinar el análisis de sensibilidad se utiliza las siguientes ecuaciones:

$$NTIR = tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$TIR.R = TIR.O - NTIR$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{TIR.R}{TIR.O} \times 100$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variacion}}{NTIR}$$

En donde:

NTIR: Nueva TIR

TIR.O = TIR Original o del proyecto

Tm = Tasa menor

DT= Diferencias de Tasas

VAN m= Valor actual menor

VAN M = Valor actual Mayor

Dif. TIR = Diferencia de tasas internas de retorno

(Pasaca M. E., 2017)

5. Metodología

5.1. Materiales

Los materiales utilizados en el desarrollo de la presente investigación fueron:

Útiles de oficina

Equipos de oficina

Diseños de encuestas

Tipo de estudio: Puesto que se trabajó con variables como oferta, demanda, costos, ingresos y rentabilidad que implica operaciones numéricas, el estudio tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental, así como tiene un diseño descriptivo.

Alcance del estudio: Esta investigación es de tipo transversal, pues las variables se estudian en el año base. (2022)

Actores involucrados: La población con la que se trabajó la investigación es las familias de ciudad de Yantzaza, que para el año 2010, según el censo realizado por el INEC fue de 6,207 habitantes, con una tasa de crecimiento de 1.9% población cantonal. Se utilizó una muestra, tomándose en consideración la siguiente fórmula:

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

Para poder aplicar la fórmula fue necesario calcular la población actual, que de acuerdo a las estadísticas del INEC, es de 3594.77 familias.

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró el 95% de confianza y un error experimental del 5%. El valor Z para el 95% de confianza es de 1.96; aplicando la fórmula se obtuvo.

$$n = \frac{\frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{[(N - 1)e^2] + (Z^2 \times P \times Q)}}{\frac{3743 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{[(3743 - 1)0,05^2] + (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5)}} \\ \frac{3743 \times 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{[(3742)(0,0025) + (3,8416 \times 0,5 \times 0,5)}} \\ \frac{3594,78}{9,36 + 0,9604} \\ \frac{5961,2028}{10,32} \\ 361 \text{ encuestas}$$

Esto significa que se aplicó 361 encuestas en la ciudad de Yantzaza.

Así mismo se aplicó encuestas a los administradores de los diferentes locales comerciales de la ciudad de Yantzaza con la finalidad de determinar la cantidad de velas aromáticas que se encuentran vendiendo en la actualidad. Los locales comerciales en donde pueden expender este tipo de producto de acuerdo al registro de los permisos de funcionamiento otorgados por el GADM de Yantzaza son:

Tabla 1. Locales comerciales de la ciudad de Yantzaza

Locales comerciales	Cantidad
Bazares	5
Supermercados (Tía)	1
Autoservicios	3
Micro mercados	15
Tiendas	36
TOTAL	60

Nota. Datos tomados de los registros de permisos de funcionamiento del GADM Yantzaza

5.2. Procedimiento

Para cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto se procedió a realizar lo siguiente: Para el estudio de mercado se utilizó el método inductivo en razón de que permitió conocer los gustos y preferencias en relación al producto objeto de estudio, así mismo se utilizó las técnicas de la encuesta y la entrevista para recopilar la información a través de los instrumentos de investigación como son: los formularios que fueron aplicados a la población objeto de estudio y luego se procedió a presentar la información en cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación, para en base a ello realizar el análisis de la oferta, demanda, demanda insatisfecha y proponer estrategias de comercialización

Para realizar el estudio técnico se utilizó el método descriptivo por cuanto permitió realizar un análisis de los procesos productivos que se van a implementar, así como hacer una descripción detallada de los requerimientos tecnológicos a utilizarse en los procesos productivos.

Una vez determinados los requerimientos se realizó el estudio financiero para cuantificar el monto de las inversiones, determinar su financiamiento, establecer los costos e ingresos y proyectar los estados financieros, para lo cual se utilizó el método matemático, finalmente se realizó la evaluación financiera para mediante la aplicación de indicadores como él (VAN, TIR, PRI, R/ByC, etc); establecer la factibilidad financiera, en esta etapa se utilizó el método matemático y analítico.

6. Resultados

6.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado permite realizar un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, como son el precio, plaza, promoción, canales de distribución, etc. Análisis que permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado, cuando se trata de introducir un nuevo producto en el mercado el estudio de mercado permite medir el nivel de aceptación que tendrá el mismo.

Para realizar este tipo de estudio se debe analizar profundamente algunos aspectos relacionados a la oferta, demanda, precios, comercialización, es decir determinar a quién, cuánto, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

6.1.1. Producto

Las velas aromáticas son productos desarrollados en cera para decoración y ambiente. Las velas aromáticas también tienen un significado espiritual según el feng shui y cada aroma tiene su propósito particular.

Los aromas normalmente le dan paz a la mente y al ambiente de los hogares les da una gran armonía y tranquilidad.

Las velas aromáticas son una práctica muy frecuente en quienes creen en lo espiritual y energético, ya que a través de los aromas se pueden lograr buenos resultados en muchos ámbitos como el económico, el emocional, entre otros.

A veces las personas compran velas con aromas por el simple hecho del agradable olor, sin embargo, estas velas tienen una energía que va más allá de satisfacer al olfato, puesto que existe un propósito por cada aroma y a veces color de las velas

Figura 1. Producto



Beneficios

Las velas dan una iluminación tenue, muy relajante, ideal para esos momentos de soledad y paz o en compañía de la pareja o la familia.

También las velas son bonitos adornos, más cuando tienen colores y formas originales, por lo que comprar una vela aromática es una excelente inversión para purificar el hogar y también para adornarlo y tener un momento íntimo agradable.

Aromas

Las distintos aromas y los colores se complementan, para darle al hogar lo que necesita para que permanezca en paz.

- **Sándalo.** Las velas con olor a sándalo suelen ser de color blanco. El sándalo sirve para atraer el dinero y purificar el ambiente en caso de enfermedades.
- **Jazmín.** El jazmín es un aroma que ayuda a la relajación de la mente y el cuerpo y para limpiarlos de impurezas. Las velas de este aroma también suelen ser blancas, que significa pureza.
- **Rosa.** Las velas con aroma a rosa sirven para encender la pasión y el amor de pareja. Normalmente estas velas son de color rojo y son ideales para encender en esos momentos de algarabía con la pareja, una cena romántica, en la bañera o para una noche inolvidable.
- **Lavanda.** Este aroma sirve mucho como un calmante de la tensión y la angustia que se pueda tener. Normalmente las velas de este aroma son de color violeta
- **Manzana y canela.** Un aroma refrescante, relajante y limpiador de malas energías. El color primordial de este aroma es el verde
- **Cítricos.** Los aromas más comunes son naranja, limón y lima; estos aromas son revitalizantes y energizantes y los colores pueden ser naranja, verde o amarillo verdoso
- **Fresa.** Este aroma también es de la pasión, para momentos íntimos y para elevar la libido. Los colores más comunes son el rojo y el rosa
- **Pino.** Este aroma es potente, fuerte, para librar el hogar de malas energías y atraer la suerte. El color que lo representa es el azul por la fortaleza
- **Vainilla.** Este aroma es relajante, dulce, ayuda a concentrarse mejor y a tener mejor fluidez mental. Los colores que representan este aroma son el blanco y el amarillo.
- **Frutos rojos:** si te van los perfumes dulces, con la fragancia de frutos rojos endulzarás las estancias de tu hogar.

Las velas aromáticas también pueden ser un complemento en el hogar, que pueden ayudar a relajar y sacar las malas energías

Productos Sustitutos

La vela aromática tiene la cualidad de que pueden utilizarse para masajes anti estrés, por los tanto los productos sustitutos estarán relacionados con Inciensos, ambientadores, lociones para masajes, aceites para masajes

6.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Yantzaza

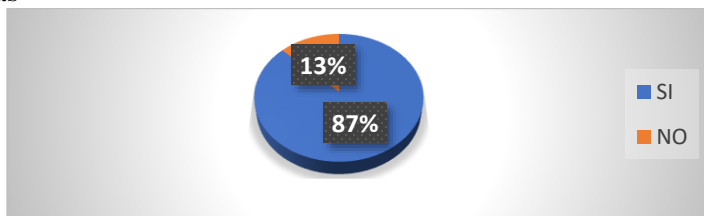
1. En su hogar acostumbra a comprar velas

Tabla 2. Uso de velas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	315	87%
NO	46	13%
TOTAL	361	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 2. Uso de velas



Nota. Demuestra el porcentaje de velas que en los hogares acostumbra a comprar

En lo que respecta si las familias de Yantzaza compran velas en general el 87% manifiestan que, si adquieren este tipo de producto, mientras que el 13% manifiestan que no lo hacen. Por lo tanto, se determina que existe un gran porcentaje de familias que si utilizan velas en general.

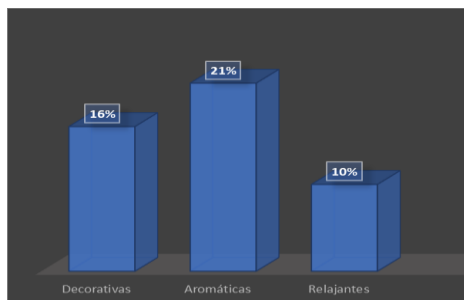
2. Tipo de velas que adquiere

Tabla 3. Tipo y cantidad de velas decorativas, aromáticas y relajantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad		
			100gr.	200gr.	300gr.
Decorativas	50	16%	35	10	5
Aromáticas	65	21%	50	10	5
Relajantes	30	10%	20	5	5
TOTAL	145		105	25	15

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 3. Tipos de velas



Nota. Demuestra el porcentaje de velas que en los hogares acostumbra a comprar

En lo que respecta al tipo de velas que adquieren los encuestados tenemos que el 54% adquieren velas blancas o normales, el 21% aromáticas, el 16% decorativas y el 10% relajantes, de lo que se puede determinar que para el presente proyecto se considerará el porcentaje de velas decorativas, aromáticas y relajantes, en razón de que todas son aromáticas.

Tabla 4. Promedio mensual de velas Aromáticas, decorativas y relajantes

Descripción	Unidad		Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de velas	Total anual
	de	medida				
100	Gramos		105	72%	12	15.120,00
200	Gramos		25	17%	6	1.800,00
300	Gramos		15	10%	3	540,00
TOTAL			145	100%		17.460,00
PROMEDIO						317

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

El promedio anual de uso de velas de 100, 200 y 300 gr de velas decorativas, aromáticas y relajantes es de 317 unidades al año. Información que permite determinar la cantidad de gr. De velas que adquieren las familias.

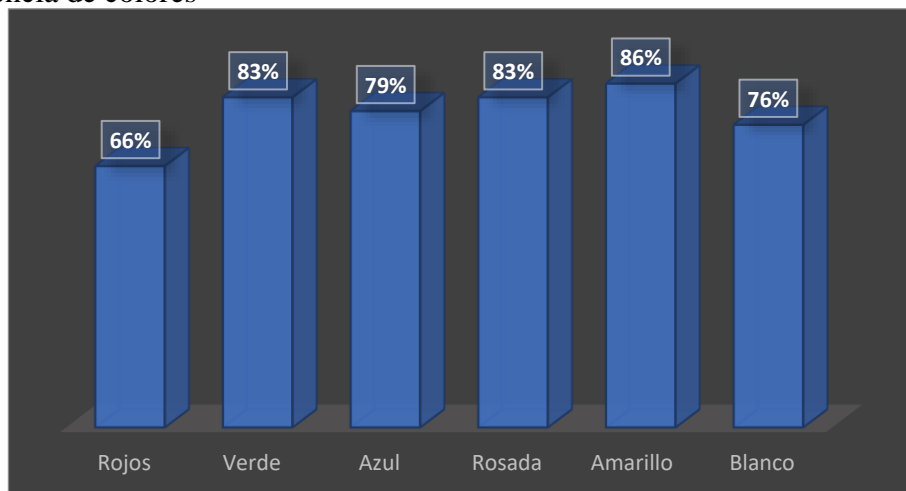
3. ¿Cuáles son los colores de su preferencia

Tabla 5. Colores de preferencia

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Rojos	95	66%
Verde	120	83%
Azul	115	79%
Rosada	120	83%
Amarillo	125	86%
Blanco	110	76%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 4. Preferencia de colores



Nota. Refleja los colores de velas que prefieren los clientes

En lo que corresponde a los colores de velas que prefieren los clientes al adquirir el producto, el 86% se inclinan por el color amarillo, el 83% consecutivamente por el color rosado y verde, el 79% por el color azul, el 66% por el rojo. Esta información permite tener una visión sobre los colores que la empresa debe elaborar de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

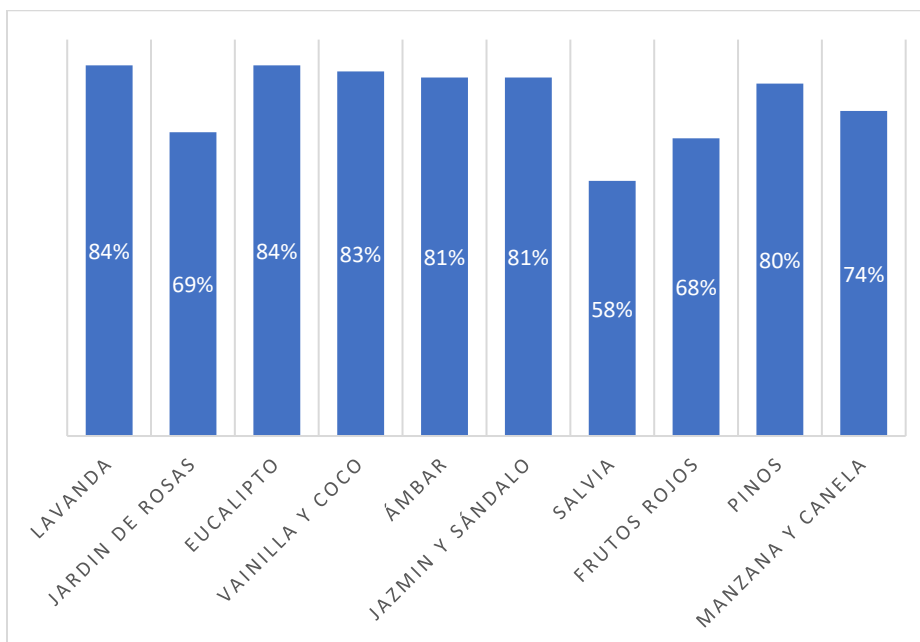
4. ¿Cuándo usted adquiere velas aromáticas cuál es u aroma de preferencia?

Tabla 6. Aroma de preferencia

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Lavanda	122	84%
Jardín de rosas	100	69%
Eucalipto	122	84%
Vainilla y Coco	120	83%
Ámbar	118	81%
Jazmín y Sándalo	118	81%
Salvia	84	58%
Frutos rojos	98	68%
Pinos	116	80%
Manzana y canela	107	74%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 5. Aroma de preferencia



Nota. La figura indica los colores que son de preferencia de los clientes

Con respecto al aroma, los encuestados manifiestan en un 84% que de preferencia es lavanda y eucalipto, seguido del 83% vainilla y coco, el 82% de Jazmín y Sándalo, el 81% ámbar el 80% de pinos, el 74% manzana y canela, el 69% jardín de rosas, el 68% frutos rojos, el 58% salvia y el 54% de vainilla y coco. Esto nos permite determinar el aroma que prefieren los clientes.

5. ¿Cuál es el precio promedio que paga por la compra de velas aromáticas

Tabla 7. Precio de las velas aromáticas

Variables	Frecuencia	COSTO			Xm	ΣF(Xm)	Precio promedio
		1 a 2	3 a 4	5 a 6			
100	105	105			1,50	157,50	2,42
200	25		25		3,50	87,50	3,50
300	15			15	5,50	82,50	5,50
TOTAL	145					327,50	
Precio Promedio						2,26	

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

$$\text{Precio promedio de Velas} = \frac{\sum F(X_m)}{N}$$

$$\text{Precio Promedio de Velas} = \frac{327.50}{145}$$

Precio promedio de velas = 2.26 dólares americanos

El precio promedio que pagan los encuestados por las velas decorativas, aromáticas y relajantes es de 2.26 centavos de dólar, de acuerdo a los gramos que tiene cada vela, en este caso las de 100gr tienen un costo promedio de \$,1,50; las de 200 gr el valor promedio de \$3,50; y las de 300 gr que cuestan en un promedio de \$.5,50. Estos costos permiten poner el precio de venta al producto que va a ofertar la empresa.

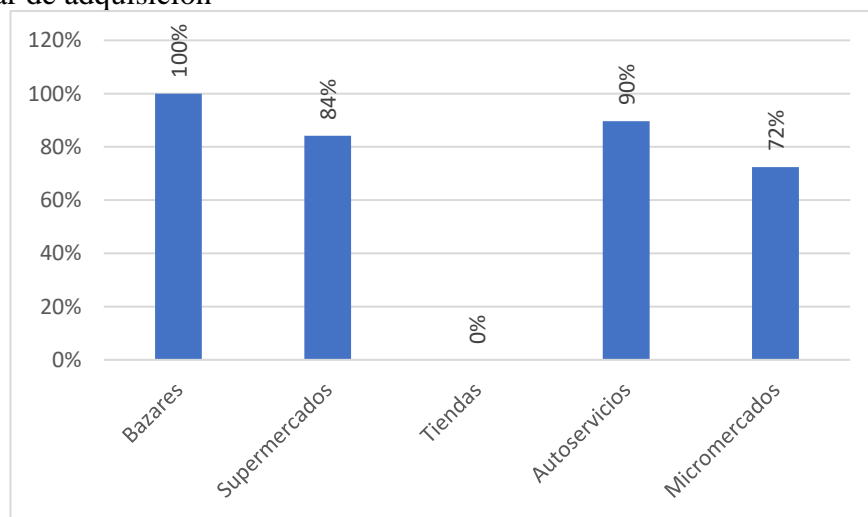
6. ¿En caso de adquirir velas aromáticas, decorativas y relajantes en donde adquiere el producto?

Tabla 8. Lugar de adquisición.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bazares	145	100%
Supermercados	122	84%
Tiendas	0	0%
Autoservicios	130	90%
Micro mercados	105	72%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 6. Lugar de adquisición



Nota. Figura que nos muestra los lugares en donde adquieren las velas aromáticas

Los encuestados manifiestan en un 100% que las velas decorativas, aromáticas o relajantes las adquieren en los bazares, así mismo un 90% también adquieren en autoservicios, el 84% en supermercados y el 72% en micro mercados. Esto nos determina el lugar en donde más adquieren el producto, para que la empresa pueda ubicar el mismo en el mercado para la venta.

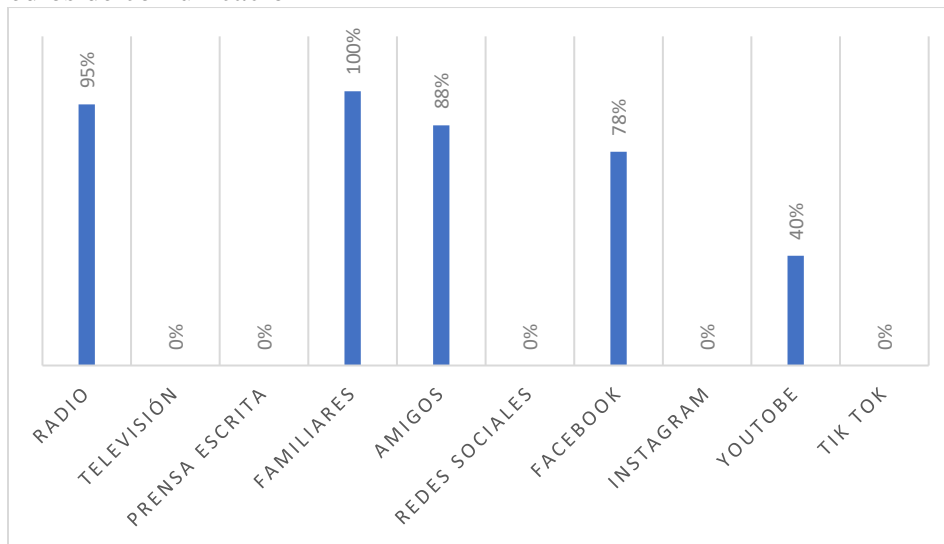
8. ¿Por qué medios de información se enteró el lugar donde venden velas aromáticas?

Tabla 9. Medios de comunicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Medios Tradicionales		
Radio	138	95%
Televisión	-	0%
Prensa escrita	-	0%
Familiares	145	100%
Amigos	127	88%
Redes Sociales		
Facebook	113	78%
Instagram	-	0%
Youtube	58	40%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 7. Medios de comunicación



Nota. Figura que muestra los medios de comunicación por los cuales se enteraron donde venden velas aromáticas

El 100% de los encuestados manifiestan que ellos se enteraron donde venden velas aromáticas por medio de los familiares, el 95% también se enteraron por la radio, 88% por amigos; en lo que respecta a medios digitales los encuestados manifiestan el 78% que se enteraron por Facebook y el 40% por you Tobe. Información que permite determinar los medios de comunicación que se utilizaran para promocionar la empresa.

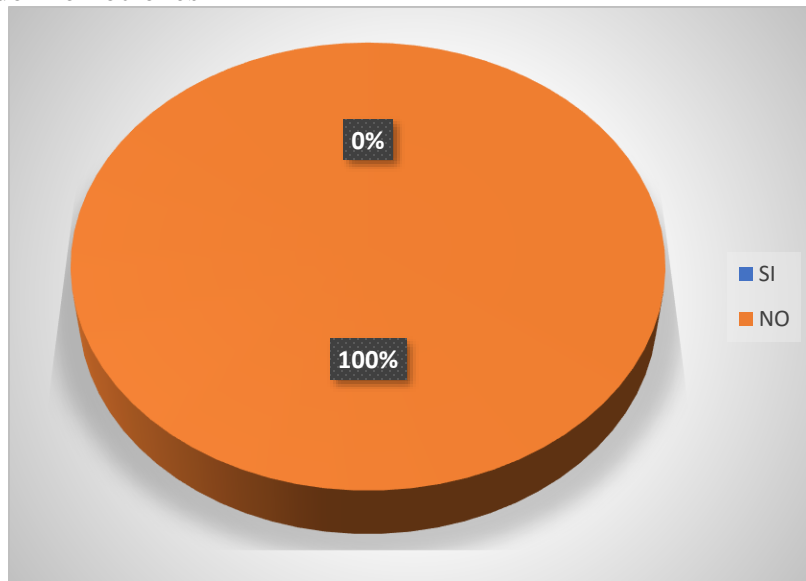
9. ¿Cuándo usted adquiere velas aromáticas ha recibido algún tipo de promoción?

Tabla 10. Promoción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	145	100%
TOTAL	145	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 8. Recibido Promociones



Nota. Figura que muestra si los clientes han recibido promociones

En lo que respecta si al momento de adquirir las velas aromáticas ha recibido alguna promoción, el 100% de los encuestados manifiestan que no les han proporcionado ningún tipo de promoción. Esto determina la situación de cómo están las comercializadoras de este producto posicionando el mismo en el mercado.

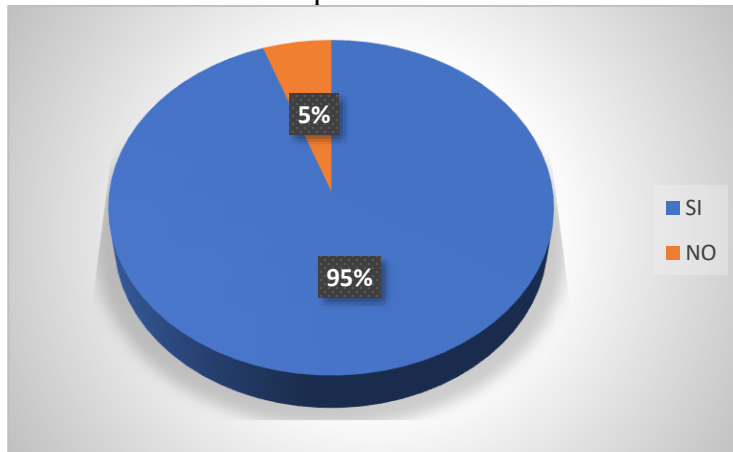
9. ¿Si se implementará una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza ¿Ud. Estaría dispuesto a comprar este producto?

Tabla 11. Aceptación de la nueva unidad de producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	138	95%
NO	7	5%
TOTAL	145	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 9. Aceptación de la nueva unidad de producto



Nota. Figura que muestra el porcentaje de familias que van a ser nuestros clientes

Al realizar la pregunta sobre si estarían de acuerdo que se implementará una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas, los encuestados manifestaron en un 95% que, si serían nuestros clientes, mientras que el 5% indicaron que no. Esto nos determina que existe el mayor porcentaje de aceptación por parte de las familias de la ciudad de Yantzaza.

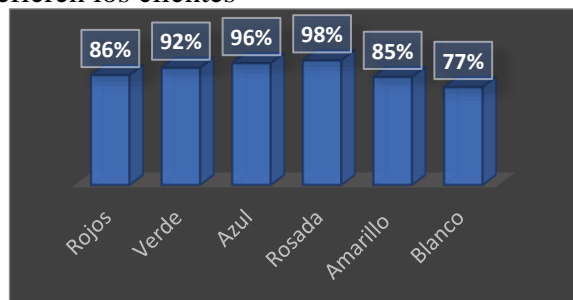
10. ¿Qué color de vela sería el de su mayor preferencia?

Tabla 12. Colores de preferencia

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Rojos	119	86%
Verde	127	92%
Azul	132	96%
Rosada	135	98%
Amarillo	117	85%
Blanco	106	77%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 10. Colores que prefieren los clientes



Nota. Figura que muestra los colores que la empresa debe elaborar de acuerdo a los gustos y preferencia de los posibles clientes

Los encuestados al preguntarle los colores que desearían que la empresa ofreciera manifestaron en un 98% que sería el color rosado, el 96% azul, el 92% verde, el 86% rojo, el 85% amarillo y el 77% blanco. Información que permitirá que la empresa elabore las velas del color de mayor preferencia de los clientes.

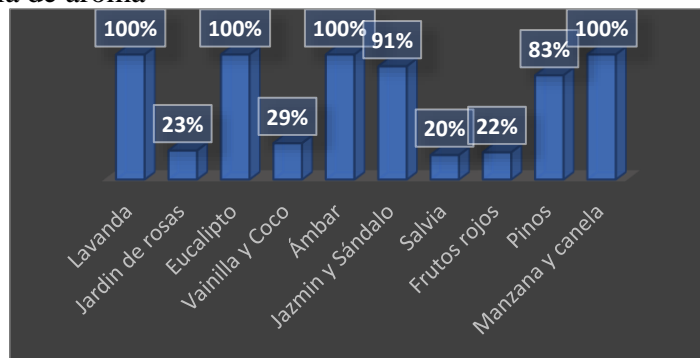
11. ¿Cuál sería el aroma de su preferencia?

Tabla 13. Preferencia de aroma

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Lavanda	138	100%
Jardin de rosas	32	23%
Eucalipto	138	100%
Vainilla y Coco	40	29%
Ámbar	138	100%
Jazmin y Sándalo	125	91%
Salvia	27	20%
Frutos rojos	30	22%
Pinos	115	83%
Manzana y canela	138	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 11. Preferencia de aroma



Nota. La figura demuestra la preferencia de aroma que prefieren los clientes

En lo relacionado al aroma que desearían los clientes que la empresa oferte, el 100% respectivamente manifiestan que les gustaría lavanda, eucalipto, ámbar y manzana y canela, el 91% Jasmín y Sándalo, el 83% pinos, las otros aromas tienen un porcentaje demasiado bajo. Esto permitirá que, al momento de elaborar las velas con los diferentes aromas, se considerara el porcentaje de mayor preferencia. Esto determina que la empresa debe elaborar el producto de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, con respecto al aroma.

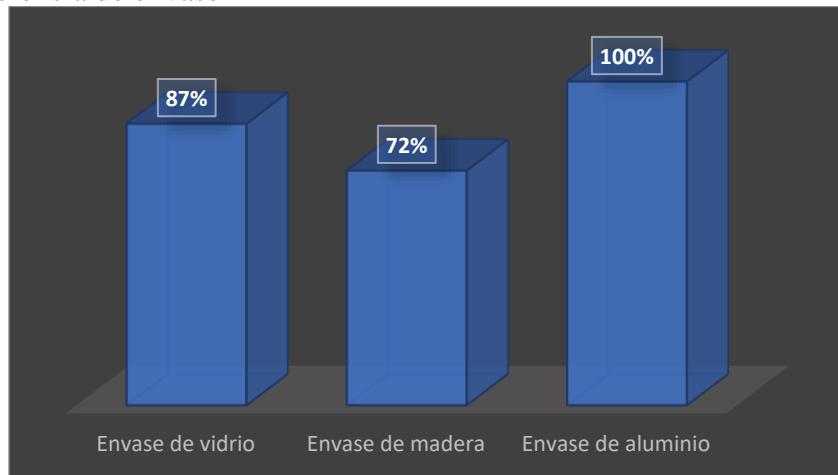
12. ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir las velas aromáticas?

Tabla 14. Tipo de envase

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Envase de vidrio	120	87%
Envase de madera	100	72%
Envase de aluminio	138	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 12. Preferencia de envase



Nota. Figura que indica el tipo de envase que prefieren los clientes

Al momento que se les preguntó a los encuestados en qué tipo de envase les gustaría que se les oferte el producto el 100% manifestaron que, en envase de aluminio, el 87% también que les gustaría en envase de vidrio y el 72% en envase de madera. Información que permitirá ofertar el producto en diferentes tipos de envase.

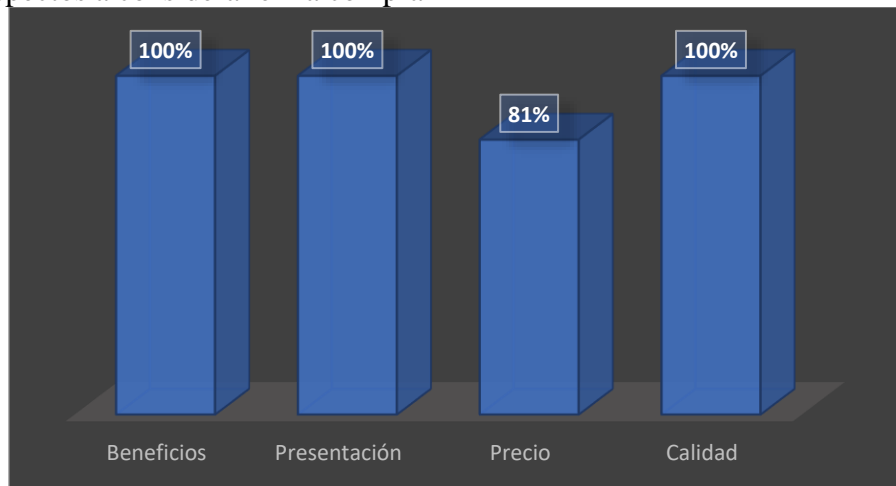
13. ¿Al comprar este tipo de producto qué es lo que tomaría en consideración?

Tabla 15. Aspectos a considerar en la compra

Colores	Frecuencia	Porcentaje
Beneficios	138	100%
Presentación	138	100%
Precio	112	81%
Calidad	138	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 13. Aspectos a considerar en la compra



Nota. Figura que muestra los aspectos a considerar al comprar velas aromáticas

Cuando las familias van a comprar velas aromáticas el 100% consecutivamente consideran los beneficios, la presentación, la calidad, solo el 81% toma en consideración el precio. Esto nos permite determinar que el producto debe ser elaborado de acuerdo a estos aspectos.

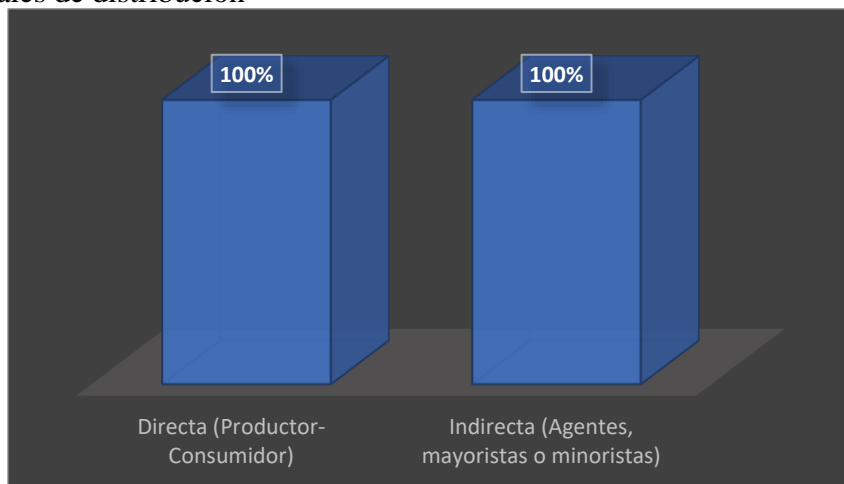
14. ¿De qué forma le gustaría adquirir el producto?

Tabla 16. Canal de distribución sugerida por los clientes

Canales de distribución	Frecuencia
Directa (Productor-Consumidor)	138
Indirecta (Agentes, mayoristas o minoristas)	138

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 14. Canales de distribución



Nota. Figura que muestra a través de que canales de comercialización

El 100% de los encuestados manifiestan que la venta de velas aromáticas de la realice a través de una tienda propia de la empresa y que también se lo posiciona en los diferentes mercados de la ciudad.

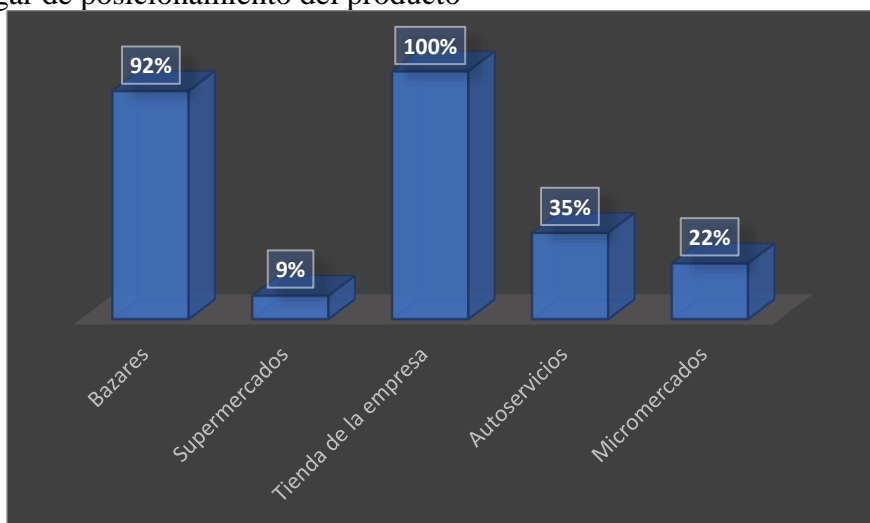
15. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Tabla 17. Lugar de venta del producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bazares	127	92%
Supermercados	13	9%
Tienda de la empresa	138	100%
Autoservicios	48	35%
Micromercados	31	22%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 15. Lugar de posicionamiento del producto



Nota. Figura que indica el lugar en donde se puede posicionar el producto para la venta

El 100% de los encuestados manifiestan que el producto se lo puede posicionar con una tienda de la empresa, vendiendo directamente el producto y no a través de intermediarios, mientras que el 92% indican que se lo puede ofertar en bazares, el 35% en autoservicios, el 22% en mico mercados y el 9% en supermercados. Información que permite determinar en donde se debe ofertar el producto para la venta.

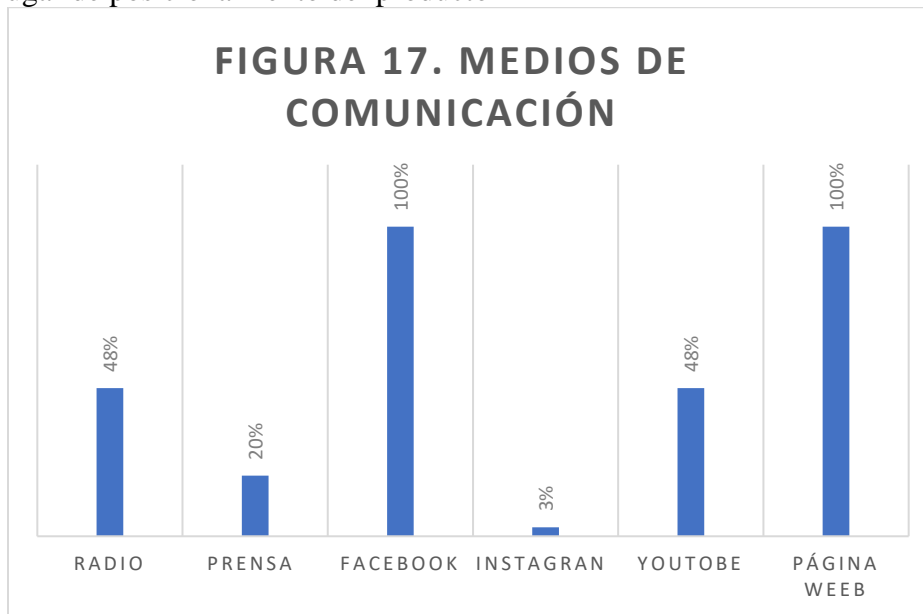
16. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre la nueva empresa que ofrece velas aromáticas?

Tabla 18. Medios de comunicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	66	48%
Prensa	27	20%
Facebook	138	100%
Instagram	4	3%
YouTube	66	48%
Página Weeb	138	100%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 16. Lugar de posicionamiento del producto



Nota. Figura que muestra los medios de comunicación para hacer conocer la empresa

El 100% de los encuestados manifiestan que les gustaría conocer por Facebook y a través de una página Web, el 48% respectivamente por medio de YouTube y radio, el 20% por la prensa y el 3% por Instagram. Esto nos permite determinar cuál es el medio de comunicación más utilizado por los clientes, para hacer conocer la empresa.

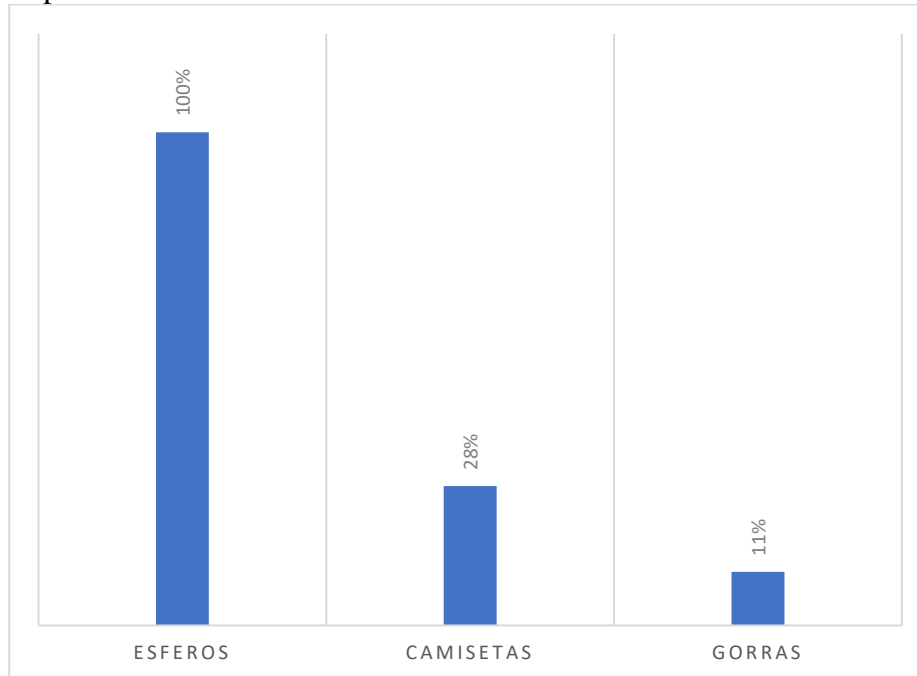
17. ¿Cómo le gustaría que se promocione la nueva empresa de velas aromáticas?

Tabla 19. Promoción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Esferos	138	100%
Camisetas	39	28%
Gorras	15	11%

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

Figura 17. Tipo de promoción



Nota. Figura que indica la forma como se promocionaría la empresa

Los encuestados manifiestan en un 100% que les gustaría que se entreguen esferos para promocionar la empresa, así mismo el 28% camisetas y el 11% gorras. Por consiguiente, la empresa a implementarse tomará en consideración el criterio de los encuestados.

6.1.3. Análisis de la demanda

Es importante definir que es la demanda, consiste en la cantidad de bienes o servicios que son precisados durante un tiempo específico por un grupo de personas que buscan satisfacer una necesidad.

Permite obtener información clave acerca de los clientes, las industrias, competidores y otros elementos útiles para generar estrategias de mercado, intentando entender y explicar la forma en la que los consumidores precisan ese producto o servicio ofertado. Toma en cuenta diferentes aspectos relevantes que se relacionan de forma directa con los llamados clientes o

consumidores potenciales, que no son más que aquellas personas cuyos intereses y características los hacen merecedores del título de clientes ideales.

Demanda Potencial

Está relacionado a la cantidad de velas aromáticas que el segmento de mercado estaría dispuesto a comprar en un futuro a un precio determinado.

Tabla 20. Demanda Potencial

Períodos	Población (1.9%)	Familias	Demanda potencial de velas (87%)	Cantidad demandada	Demanda Potencial
0	6.207	1.552	1.350	120	162.003
1	6.325	1.581	1.376	120	165.081
2	6.445	1.611	1.402	120	168.217
3	6.568	1.642	1.428	120	171.413
4	6.692	1.673	1.456	120	174.670
5	6.820	1.705	1.483	120	177.989

Nota. Datos tomados del INEC. Censo 2010, Proyectados al 2022

La presente tabla nos demuestra que las familias de la ciudad de Zamora en cualquier momento pueden ser clientes potenciales de velas aromáticas.

Demanda real

Es la cantidad de velas aromáticas que actualmente las familias de la ciudad de Yantzaza están adquiriendo a los diferentes oferentes con las mismas características de producción y comercialización

Tabla 21. Demanda Real

Períodos	Demanda Potencial Velas	Demanda Real Velas aromáticas (47%)
0	162.003	76.141
1	165.081	77.588
2	168.217	79.062
3	171.413	80.564
4	174.670	82.095
5	177.989	83.655

Nota. Datos tomados pregunta 1. Tabla 2

Demanda Efectiva

Se refiere a la cantidad de familias que van a ser nuestros clientes con la implementación de la nueva microempresa que está dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza.

Tabla 22. Demanda Efectiva

Períodos	Demanda Real	Demanda Efectiva (95%)
0	76.141	72.334
1	77.588	73.709
2	79.062	75.109
3	80.564	76.536
4	82.095	77.990
5	83.655	79.472

Nota. Datos tomados pregunta 9. Tabla 10

6.1.4. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado, cuyo objetivo es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta al igual que la demanda está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, entre otros.

6.1.5. Resultados de las encuestas aplicadas a los oferentes

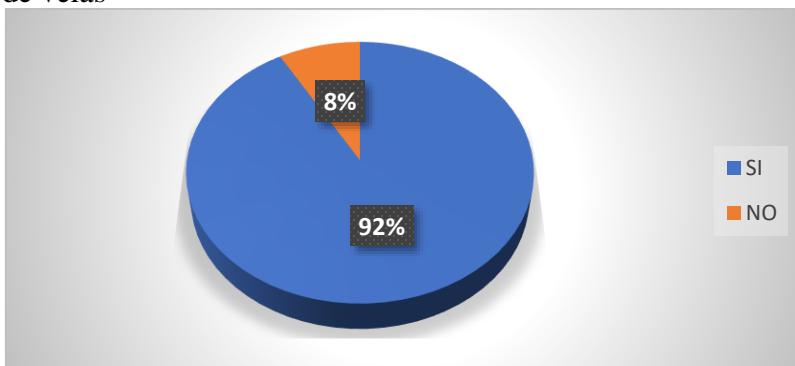
1. En su local vende velas

Tabla 23. Venta de velas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	92%
NO	5	8%
TOTAL	60	100%

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM - Yantzaza

Figura 18. Venta de velas



Nota. Figura que muestra la venta de velas aromáticas

Los dueños de los negocios manifiestan en un 92% que en sus locales comerciales si venden velas aromáticas, mientras que el 8% no expenden este tipo de producto. Por lo tanto, se puede determinar que el mayor número de negocios venden velas.

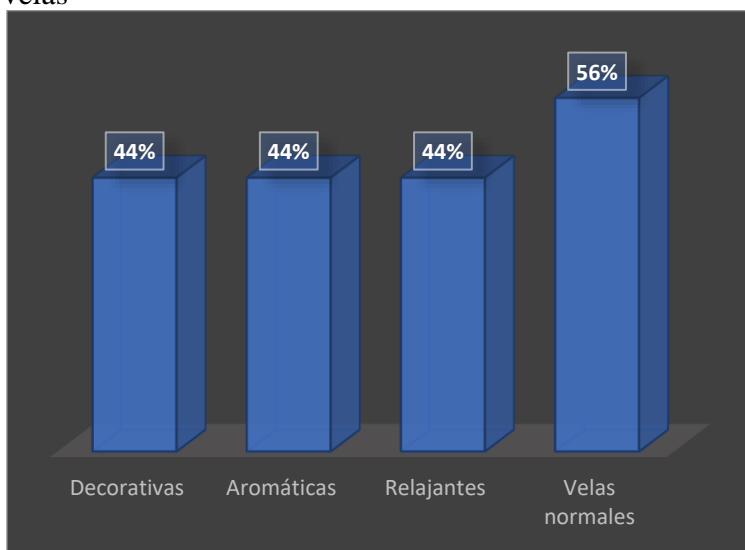
2. ¿Qué tipo de velas vende?

Tabla 24. Tipo de velas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Decorativas	24	44%
Aromáticas	24	44%
Relajantes	24	44%
Velas normales	31	56%

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM – Yantzaza

Figura 19. Tipo de velas



Nota. Figura que muestra el tipo de velas que venden los negocios de Yantzaza

De acuerdo a los resultados de las encuestas se puede determinar que el 44% de los locales comerciales venden velas aromáticas, relajantes y decorativas y el 56% velas normales. Por lo tanto, esta información permitirá determinar quiénes van a ser nuestra competencia.

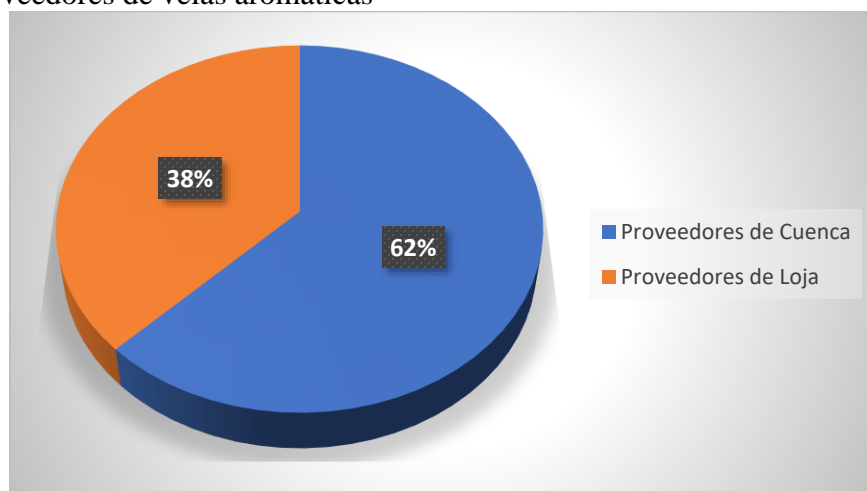
3. ¿A quién compra las velas aromáticas?

Tabla 25. Proveedores de velas aromáticas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Proveedores de Cuenca	15	63%
Proveedores de Loja	9	38%
TOTAL	24	100%

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM – Yantzaza

Figura 20. Proveedores de velas aromáticas



Nota. Figura que demuestra los proveedores de velas aromáticas

Los proveedores que les entregan las velas aromáticas son el 62% de la ciudad de Cuenca y el 38% de la ciudad de Loja. Por lo tanto la mayoría de locales que venden velas aromáticas las llevan de la ciudad de Cuenca.

4. Cantidad de velas aromáticas, decorativas y relajantes que vende mensualmente

Tabla 26. Cantidad de velas

Gramos	Frecuencia	Cantidad	Total anual
100	20	24	5.760,00
200	2	10	240,00
300	2	8	192,00
TOTAL			6.192,00
PROMEDIO	24		258,00

Nota. Encuestas a familias de la ciudad de Yantzaza

La cantidad de velas aromáticas, decorativas y relajantes que venden en la presentación de velas de 100, 200 y 300 gr, es de 6192 velas al año. Este valor es la oferta que permitirá realizar un análisis conjuntamente con la demanda y obtener la demanda insatisfecha.

5. ¿En cuánto se incrementan sus ventas anualmente?

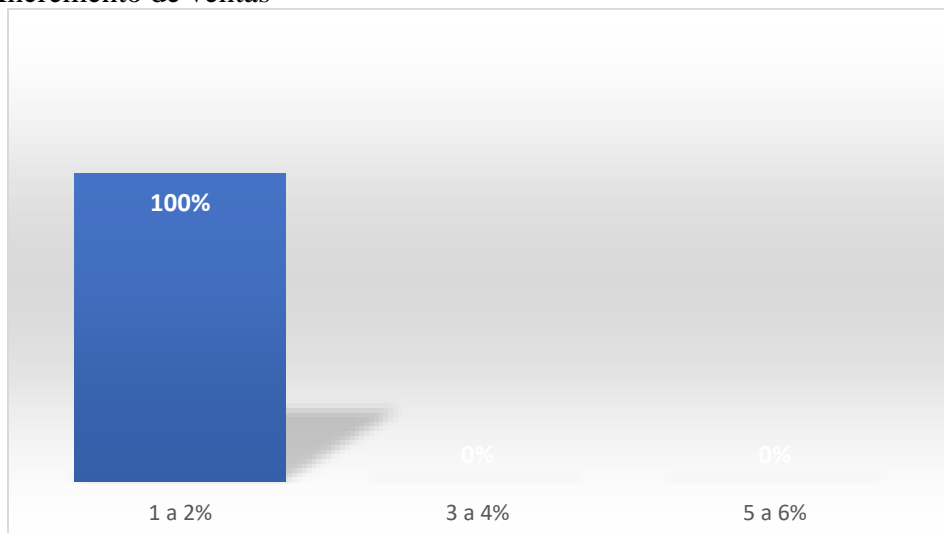
Tabla 27. Incremento de ventas

Incremento	Frecuencia	\bar{X}_m	F(\bar{X}_m)	Porcentaje
1 a 2%	24	1,5	36	100%
3 a 4%	0	3,5	0	0%
5 a 6%	0	5,5	0	0%
	24		36	40%

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM - Yantzaza

Tasa promedio de incremento en ventas	$\sum F(\bar{X}_m)$	36	1,50
	N	24	

Figura 21. Incremento de ventas



Nota. La figura indica el incremento que tienen las ventas de velas aromáticas cada año.

En lo que respecta si han tenido incremento de ventas en la oferta de velas aromáticas, el 100% de los encuestados manifiestan que las ventas se han incrementado de 1 a 2%, con un promedio de 1.5%. Este porcentaje permitirá estimar la oferta para los años posteriores del proyecto.

6. ¿Cuál es el precio promedio que vende las velas aromáticas

Tabla 28. Precio de las velas aromáticas

Variable	Frecuencia	COSTO			Xm	ΣF(Xm)	Precio promedio
		1 a 2	3 a 4	5 a 6			
100	19	19,00			1,50	28,50	1,50
200	3		3,00		3,50	10,50	3,50
300	2			2,00	6,50	13,00	6,50
TOTAL						52,00	

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM - Yantzaza

$$\text{Precio Promedio} = \frac{\sum F(X_m)}{N} = \frac{52}{24} = 2,17$$

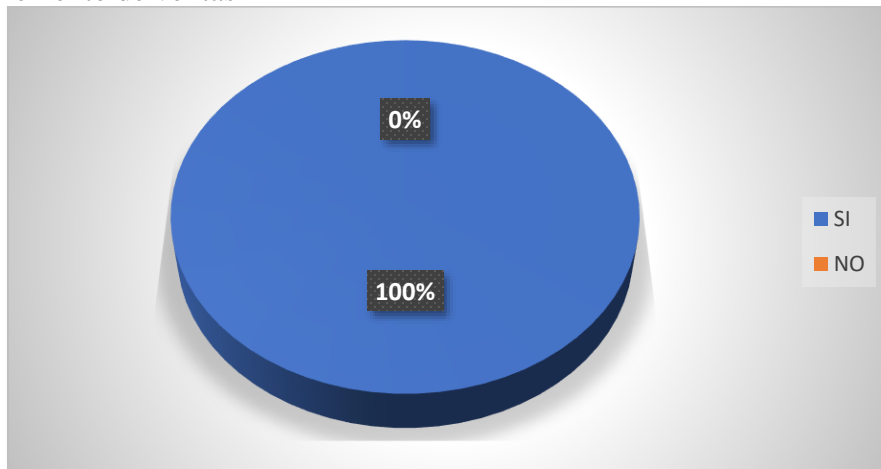
7. ¿Si se implementará una empresa productora y comercializadora de velas aromáticas, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

Tabla 29. Aceptación de la nueva unidad productiva

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	100%
NO	0	0%
TOTAL	24	100%

Nota. Encuesta a locales comerciales. Registros GADM - Yantzaza

Figura 22. Incremento de ventas



Nota. La figura indica el porcentaje de administradores de negocios comerciales que serían nuestros clientes.

Estimación de la oferta

Al igual que la demanda es importante realizar un ajuste a la oferta, en este caso para la estimación de la oferta se considera el incremento de ventas que tienen con respecto a las velas aromáticas los diferentes locales comerciales de la ciudad de Yantzaza.

Tabla 30. Oferta

Períodos	Venta de velas aromáticas (incremento 1.50%) en gramos
0	6.192
1	6.285
2	6.379
3	6.475
4	6.572
5	6.671

Nota. Datos tomados de la pregunta 19. Proveedores. Tabla 20

Demanda Insatisfecha

Es la cantidad de velas aromáticas que la empresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas puede cubrir, este porcentaje se considerara tomando en consideración que es un producto que existe en el mercado, pero que generalmente es traído de otros lugares.

Tabla 31. Demanda Insatisfecha

Períodos	Demanda Efectiva Total/Unidades	Oferta de Velas Aromáticas	Demanda Insatisfecha en unidades
0	72.334	6.192	66.142
1	73.709	6.285	67.424
2	75.109	6.379	68.730
3	76.536	6.475	70.061
4	77.990	6.572	71.418
5	79.472	6.671	72.802

Nota, datos tomados tabla 27 y 28

6.1.6. Estrategias de comercialización

PRODUCTO

Un producto es todo aquello que puede ofrecerse a un mercado para su uso o consumo, es un conjunto de atributos que el cliente considera que tiene un determinado bien, para satisfacer sus necesidades o deseos

Las velas aromáticas tienen la siguiente descripción:

- ✓ Durabilidad

- ✓ Originalidad y buen gusto
- ✓ Calidad
- ✓ Aroma agradable
- ✓ Libre de carbonos indeseados
- ✓ Precios módicos y competentes

Dentro de la codificación:

- ✓ Visual: Colores
- ✓ Verde
- ✓ Celeste
- ✓ Rojo
- ✓ Azul
- ✓ rosado

Figura 23. Imagen del producto



Características:

Textura: Dura

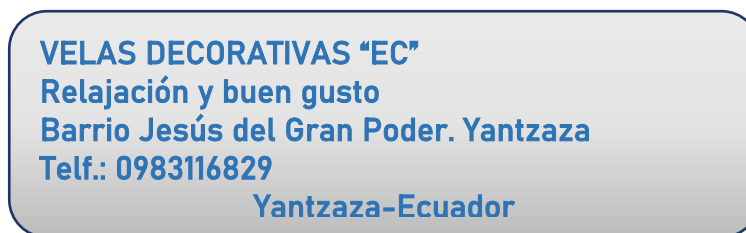
Olfativo: Agradable

Tabla 32. Aromas y Colores

Aromas	Colores
Lavanda	Rojo
Eucalipto	Verde
Ámbar	Amarillo
Jazmín y Sándalo	Blanco
Pinos	Azul
Manzana y canela	Rosado

Nota. Tabla 4 y 5 encuesta a clientes

Figura 24. Marca



Diseño del envase

El envase del producto está compuesto por un recipiente de aluminio para una vela de 100gr. Que es lo que los clientes prefieren en esa presentación.

Las velas de las venderá individual o en presentación de cajitas con cuatro unidades.

Las cajas estarán diseñadas con la marca de la empresa y se le adicionaría una cinta de acuerdo al color de la vela.

Figura 25. Colores



PRECIO

El precio es el valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente se define como la expresión del valor que se asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo entre otros.

El precio de las velas que ofertará “VELAS AROMATICAS EC”, ya se encuentran fijados por el mercado, por cuanto están dados por la competencia. El costo de producción de las velas aromáticas es dey el precio de venta al ‘público.....

PLAZA

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Yantzaza y la distribución del producto a los usuarios, se la realizará de manera directa e indirecta mediante intermediarios; en forma directa la realizará ubicando una tienda propia de la empresa y en forma indirecta a través de los diferentes centros comerciales.

Canales de Comercialización

Figura 26. Canal Directo

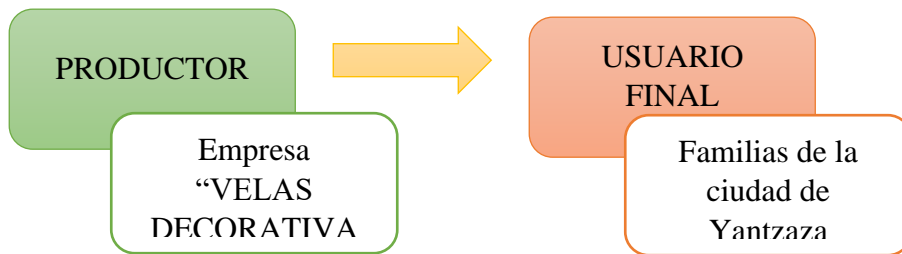


Figura 27. Canal intermedio



PROMOCION

El objetivo de la promoción es estimular al cliente a comprar las velas aromáticas que la empresa ofrecerá y lograr su posicionamiento en la mente de las familias de la ciudad de Yantzaza

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a las diferentes familias, en la pregunta 18 indicaron que la promoción que les gustaría recibir al adquirir las velas aromáticas sería de unos esferos, los mismos que estarían con el logotipo de la empresa.

Figura 28. Diseño de esferos



Publicidad

Son aquellos medios que se utilizaran para difundir el producto a corto y largo plazo.

De acuerdo a la pregunta por qué medios de comunicación les gustaría que se les oferte las velas decorativas, los encuestados en un 100% manifestaron que se lo realizará por medio de Facebook o una página web de la empresa.

Publicidad en Facebook

Publicidad en una página Web

6.2. Estudio técnico

Durante el desarrollo de este estudio, se analiza la factibilidad del proyecto desde el punto de vista operativo y tecnológico, se detalla el tamaño de la empresa que esta relacionado con la capacidad instalada y utilizada, el proceso de producción optimizando recursos, lo relacionado con la Macro y micro localización, ingeniería del proyecto, así como la propuesta de la estructura orgánico-funcional de la empresa a ejecutarse.

6.2.1. Tamaño de la Empresa

El tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción en volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto.

El tamaño de la planta se estableció tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado, principalmente del análisis de la oferta y demanda.

6.2.2. Capacidad Instalada

Es la cantidad máxima de producción que la empresa puede alcanzar durante un período de tiempo determinado, en este caso, la capacidad será tomada en base al componente tecnológico, que se trata de una tina industrial para calentar la parafina que tiene una capacidad de 30 kilogramos cada 2 horas, misma que interviene en la mayoría del proceso productivo de las velas aromáticas.

Tabla 33. Capacidad Instalada: Paila para derretir la parafina

Descripción	Diario	Semanal	Anual
20 kilos parafina en 2 horas (200 velas de 100gr)	20 kilos parafina en 12 horas	240*5	1200 kilos x 52 semanas
	240 kilos de parafina (2400 velas de 100 gr.)	1200 kilos de parafina (12000 velas de 100gr)	62400 (624000 velas de 100 gr)

Nota. Datos tomados de los proveedores del componente tecnológico

La capacidad máxima de la paila industrial es de 20 kilos por 2 horas, que equivale a la producción de 200 velas de 100gr. Lo que significa que en 24 horas se estaría realizando 12 procesos en donde se procesaría 240 kilos de parafina y se obtendría 2400 velas diarias esto se lo multiplica por los cinco días y por las 52 semanas, dando una producción de 624000 velas al año.

6.2.3. Capacidad utilizada

Es la cantidad de parafina que se procesa (20 kilos por cada proceso) durante las horas de trabajo que la empresa va a utilizar en los procesos productivos de acuerdo a lo que establece el código de Trabajo ecuatoriano, que son 8 horas diarias de trabajo. En este caso cada proceso dura 4 horas, por lo tanto, se llevará a efecto la producción de 2 procesos (240 velas en cada proceso) que requiere de 4 horas cada uno.

Tabla 34. Capacidad Instalada

Descripción	Diario	Semanal	Anual
20 kilos parafina en 2 horas (200 velas de 100gr)	20 kilos parafina en 2 horas (1 proceso) 30 kilos (2 procesos) (300 velas de 100 gr.)	30 kilos x 5 días 150 kilos 1500 velas	150 kilos x 52 semanas 7800 kilos (78.000 velas al año)

Nota. Datos tomados de los proveedores del componente tecnológico

Se realizará 2 procesos en razón de que existen actividades que se realizan mientras se está realizando el segundo proceso

La empresa comercializará las velas aromáticas en envases de aluminio de 100 gr. Ya que de acuerdo a la pregunta que se le realiza a los encuestados que van a ser nuestros clientes, en qué tipo de envase les gustaría que se les oferte el producto el 100% manifiestan que en envase de aluminio.

Tabla 35. Producción de velas en envases de aluminio para 100gr.

Años	Producción semanal	Producción anual	Prod. En cajas para 4 unidades
1	1.500	78.000	19.500
2	1.500	78.000	19.500
3	1.500	78.000	19.500
4	1.500	78.000	19.500
5	1.500	78.000	19.500

Nota. Información tomada de la tabla 34

Tabla 36. Participación en el mercado

Años	Demanda insatisfecha (unidades de velas)	Capacidad de producción anual	Porcentaje de participación en el mercado
1	184.891	78.000	42%
2	188.429	78.000	41%
3	192.034	78.000	41%
4	195.708	78.000	40%
5	199.452	78.000	39%

Nota. Información tomada de la tabla 35

6.2.4. Localización

Es fundamental analizar el lugar donde va estar ubicada la empresa “**Velas Aromáticas E.C**) ya que esto permitirá ahorrar recursos, aumentar la producción y obtener mayores utilidades, a través del análisis de diferentes factores que intervienen para una mejor ubicación ya sea a través de la macro o mico localización.

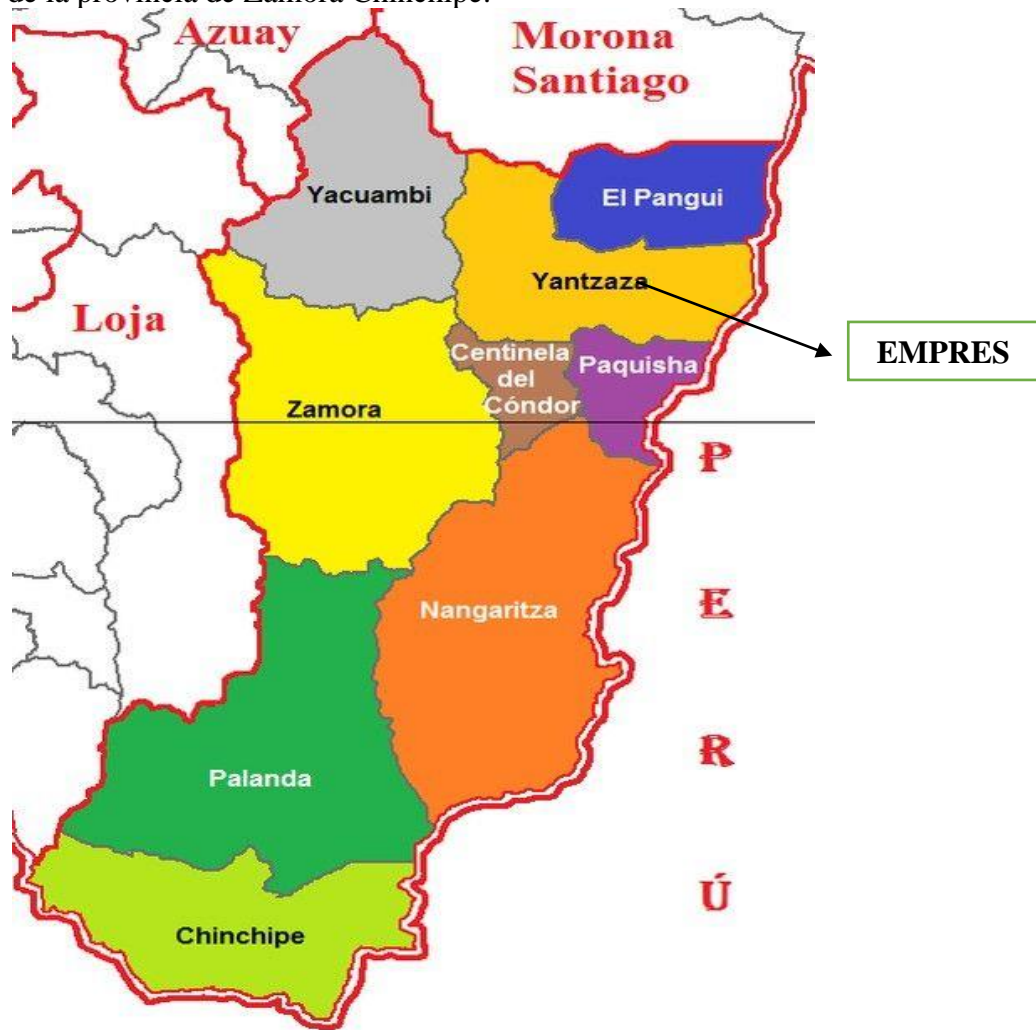
Macro localización

Para la macro localización se analizaron factores geográficos, climáticos, culturales y económicos, con la finalidad de determinar la mejor ubicación para la empresa a implementarse, y de esa forma dar un servicio eficiente y efectivo a las familias del cantón Yantzaza.

La empresa “**Velar Aromática EC**” se ubicará en la región sur del Ecuador, provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, ciudad de Yantzaza.

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sur
- **Provincia:** Zamora Chinchipe
- **Cantón:** Yantzaza
- **Ciudad:** Yantzaza

Figura 29. Mapa de la provincia de Zamora Chinchipe.



Nota. Ecuador Map.

Micro localización

La empresa se encontrará ubicada en Yantzaza en el Barrio Jesus del Gran Poder, en las calles Armando Arias y cóndor Mirador.

No obstante, se analizó el sitio si el lugar es óptimo a través de varios factores que se describen a continuación:

- **Medios y costos de transporte:** Sí existen los medios de transporte necesarios para poder movilizar la materia prima, así como el producto terminado; el transporte de la materia prima incluye el costo del transporte ya que la misma la envían desde Guayaquil.

- **Disponibilidad y costo de mano de obra:** En la ciudad de Yantzaza existe un gran número de personas que pueden desempeñarse como obreros y profesionales que pueden ocupar los cargos administrativos.
- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento:** Los proveedores de materia prima se encuentran ubicados en la ciudad de Cuenca y Guayaquil, y el abastecimiento de la misma la realizan al lugar en donde se encuentra ubicada la empresa, en este caso en la ciudad de Yantzaza, por cuanto existen las vías de comunicación que conectan a estas dos ciudades.
- **Cercanía del Mercado:** La empresa se encuentra ubicada en la parte urbana de la ciudad de Yantzaza por consiguiente el producto se encontrará a disposición del cliente y de acuerdo a los gustos y preferencias de los mismos.
- **Estructura impositiva y legal:** Se deberá acatar las disposiciones municipales y legales el funcionamiento de la empresa, ya que el lugar donde funcionará la empresa debe constar con todos los departamentos necesarios y adecuados a las necesidades de la empresa, y de esa forma las entidades correspondientes emitan los permisos de funcionamiento necesarios.
- **Disponibilidad de agua, energía y otros suministros:** -El lugar en donde va a funcionar la empresa cuenta con los siguientes servicios.
 - ✓ **Sistema de Agua Potable:** Se cuenta con agua potable necesaria.
 - ✓ **Sistema de Alcantarillado:** Que comprende el alcantarillado sanitario y el pluvial. Las aguas servidas descargarán al colector marginal que atraviesa por el proyecto, previo tratamiento que lo hará la industria que así lo amerite.
 - ✓ **Sistema Telefónico:** La empresa puede contratar el servicio de servicio telefónico a las diferentes operadoras como son CNT, claro, movistar, Tuenti, entre otras.
 - ✓ **Sistema Energía Eléctrica:** Su diseño prevé la instalación de red primaria de distribución, así como red de alumbrado público.
 - ✓ **Comunicaciones:** El lugar es accesible ya que existen vías de acceso de primer orden.

Una vez analizados todos los factores se concluye que el lugar en donde se va a alquilar el local para que funcione la empresa es óptimo, ya que cuenta con todo lo necesario para que una empresa pueda comenzar a realizar la operativización de sus actividades.

6.2.5. Ingeniería del Proyecto




En la ingeniería del proyecto se analiza todo el requerimiento necesario como maquinaria, componente tecnológico, personal que laborará en la empresa, materiales necesarios para el funcionamiento, distribución física de la planta, y descripción del proceso productivo.

Requerimiento para el funcionamiento de la empresa

Se refiere a los recursos tecnológicos, materiales, y humanos que la empresa requiere para desarrollar sus actividades. Todos los recursos que se enumeran a continuación se encuentran en el mercado nacional y local, por lo que no será necesario importarlos.

- ✓ **MAQUINARIA Y EQUIPO:** Son todas las máquinas y equipos destinados al proceso de producción de las velas aromáticas, entre las cuales tenemos: la máquina para derretir la parafina, la tina de enfriamiento y la mesa de trabajo.,

Tabla 37. Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES
Máquina para derretir Parafina 	Marca: Oliver Sryle Capacidad. 30 kilos de parafina Funcionamiento: Con energía eléctrica Costo: 1.820 dólares americanos
Tina de enfriamiento 	Marca: Rand Jerfame Capacidad: 30 kilos de parafina Funcionamiento: Aire libre Costo: 180 dólares americanos
Mesa de Trabajo 	Características Capacidad: 300 velas Funcionamiento: Aire libre

Costo: 350 dólares Americanos

Nota. Mercado libre

- ✓ **EQUIPO DE COMPUTACIÓN:** Se refiere a los diferentes equipos que la empresa adquiere para realizar sus trabajos de informática, el equipo de cómputo de la empresa constará de una impresora (copiadora-escaneador) y computadoras de escritorio.

Tabla 38. Equipo de computación



Cantidad: 1

Marca: Intel

Precio: \$600

Características

- **Modelo:** 9400 9TH GEN
 - **Procesador:** Intel Core i5
 - **Disco duro:** 240 GB
 - **RAM:** 8 GB
 - **Sistema operativo:** Windows 10
-

Nota. Mercado libre

Tabla 39. Ficha Técnica de la Impresora



Cantidad: 1

Marca: Epson

Precio: \$260

Características

- ⊖ Sistema original
 - ⊖ Tinta continua
 - ⊖ Multifunción
 - ⊖ Multicolor
-

Nota. Mercado libre

- ✓ **EQUIPO DE OFICINA:** Hace referencia a todos los equipos que se necesitan para el funcionamiento de las oficinas, y llevar a cabo las actividades que se realizan en ellas, en este caso, se utilizarán sumadoras y teléfonos inalámbricos

Tabla 40. Sumadora



Cantidad: 2

Marca: Casio

Precio: \$100

Características

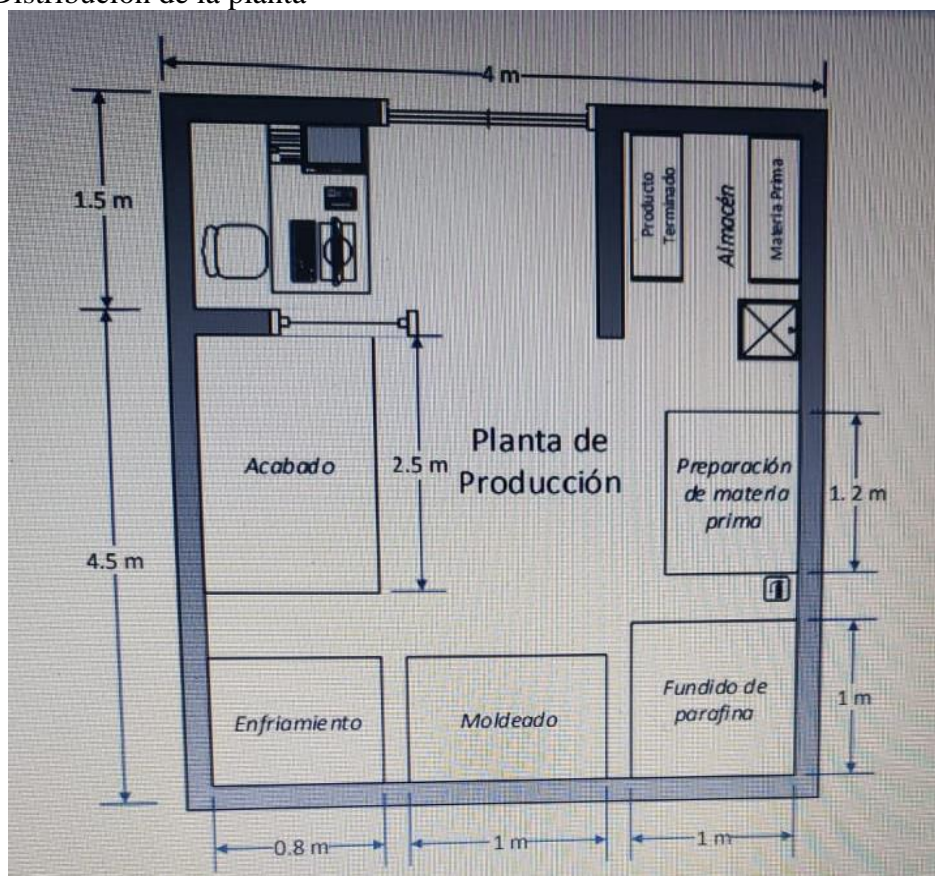
- ⊖ Tipo Compacta
- ⊖ Impresión de 1,6 líneas por segundo
- ⊖ Pulsación simultanea de teclas
- ⊖ Dimensiones: 4.7 cm(Alto) x 9.9 cm(Ancho) x 19.6 cm(Largo)
- ⊖ Funcionamiento: a pilas

Nota. Mercado libre

Infraestructura física

La estructura física de la planta hace referencia al espacio que será necesario para poner en operación la empresa.

Figura 30. Distribución de la planta



Nota. Distribución interna de la Planta.

6.2.6. Proceso Productivo

Colocación de moldes: Se preparan y colocan primeramente los moldes en las mesas, para que estén listos para que puedan ser vertidos de parafina preparada, lleva un tiempo aproximado **de 10 minutos.**

Derretir: Aquí se lleva el calentamiento de la parafina blanca en la marmita principal, con capacidad de 30 kilos, se tarda un tiempo aproximado de 30 minutos para derretir completamente la parafina y se pueda hacer la preparación de la parafina.

Verificar la temperatura de la marmita: Se debe calentar la marmita a una temperatura aproximada de 140° C, esta verificación se lleva a cabo por el mismo operario con un tiempo aproximado de 1 minuto

Preparación de la parafina: Operación donde el operario trabaja con las ollas de aluminio con capacidad de 20 y 25 litros, a una temperatura de 120 ° C, en éstas se mezclan la parafina con los aditivos principales, estos son: aroma y tinte. También puede utilizarse el ácido esteárico, o la estearina. El Vybar es un aditivo principal el cual impide que se formen burbujas, endurezca la parafina, no se llenen de poros las velas y ayude a mantener el aroma, y por lo tanto tenga mejor calidad la parafina. La preparación de parafina actual lleva un tiempo aproximado de **5 minutos.**

Verificar la preparación de la parafina: Se debe verificar que la parafina esté bien preparada para que la mezcla de colores con base a los diferentes tintes, pueda quedar conforme a las especificaciones del cliente. Aproximadamente **se lleva 2 minutos.**

Llenado: Se utilizan las ollas con el material ya mezclado, ya colocados los moldes, se pueden llenar con la parafina con su color y aroma. El tipo de molde es de aluminio y se puede llenar una temperatura de 100° C. El tiempo aproximado de llenado para 300 cilindros de 100 gr. Es de 15 minutos

Enfriamiento: En este proceso de enfriamiento se usan dos ventiladores de piso, para que con el aire que producen, se puedan secar las velas, a un determinado tiempo, para poder poner la mecha. El tiempo aproximado es 50 minutos, la temperatura ideal es 16° C para que el enfriamiento sea bueno y rápido.

Puesta de mecha: Operación en donde se coloca la mecha en el centro de la vela, los operarios abren un orificio con una varilla y ponen la mecha ya cortada. Tiempo aproximado de **20 minutos.**

Rechupe y Centrado: Se rellena el centro de la vela con parafina preparada a 120° C, aproximadamente para llenar el espacio que queda en el centro de la vela. Tiempo aproximado de 10 minutos, para los 300 moldes pequeños. Se centra la mecha, pues con el rechupe se cae, y hay que centrarla, para volver a rellenar una vez más y que quede completo el proceso.

Baño por enfriamiento: Este proceso se lleva a cabo para que las velas se enfríen por completo para poder desmoldarlas fácilmente. No interviene el operario, ya que se dejan las velas en una pila con agua, a forma de que las cubra, para que después de un tiempo estén listas para desmoldarlas. Tiempo aproximado de **15 minutos**.







Desmoldado: Después de que se complete el tiempo requerido en el baño por enfriamiento, ya se pueden desmoldar las velas, esto quiere decir quitarle el molde fácilmente, para poder darle los últimos acabados a la vela. Tiempo aproximado **20 minutos**.

Emparejado: Aquí se empareja la vela por medio de planchas calientes para suavizar la parte desnivelada y después nivelarla con una navaja. El sobrante de la parafina, se vuelve a utilizar ya sea para otro color o para revestir las velas. Tiempo aproximado de **15 minutos**.

Empacado: Aquí la vela ya está terminada, ahora se tiene que empacar para poder distribuirla, en esta tarea por lo general se usa plástico termo-incogible para empacar la mayoría de velas, y tenga una buena presentación. Tiempo aproximado **de 25 minutos**.

Etiquetado: Ya empacadas las velas, se les coloca una etiqueta y código dependiendo del cliente. Tiempo aproximado de 20 minutos.

Tabla 41. Flujograma del proceso productivo de 300 velas aromáticas de 100gr..

N	Actividades	Simbología						Tiempo
								
1	Colocación de moldes	x						12 min
2	Derretir parafina	x						30min
3	Verificacion de la marmita						x	1 min
4	Preparación Parafina	x						5 min
5	Verificación preparación de la parafina						x	2 min
6	Llenado	x						15 min
7	Enfriado			x				50 min
8	Puesta mecha	x						20 min
10	Rechupe y centrado	x						10min
11	Baño de enfriamiento			x				15 min
12	Desmoldado	x						20 min
13	Empaejado	x						15 min
14	Empacado	x						25min
15	Etiquetado	x						20 min
TOTAL								240 minutos

Nota. Elaborado por Eduardo Cañar. Autor del Proyecto

6.2.7. Diseño del producto

Se trata del diseño del producto que cumpla con todas las expectativas del usuario o consumidor, que debe satisfacer sus necesidades, pero siempre estos deben de estar en función de los gustos y preferencias de los clientes.

Figura 31. Diseño del Producto

Presentación en cartón de 4 unidades

Velas Aromáticas



Nota. Elaborado por Eduardo Cañar.

Velas Aromáticas

El producto se diseña bajo las siguientes características

Tabla 42. Características de las velas Aromáticas

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
Nombre	Velas Aromáticas E.C
Slogan	Ambiente agradable y confortable
Materias primas	Parafina, aromas y tintes
Forma	Sólida
Colores	Rojas, verdes, amarillas, rosadas, blancas
Presentación	En envases de aluminio y embaladas en cartón de 4 unidades
Usos	Para las habitaciones del hogar, negocios, spas, entre otros.
Beneficios	Para relajación, ambiente agradable y confortable.

BALANCE DE MATERIALES

Materia Prima Directa

La materia prima que se requiere para la elaboración de las velas aromáticas es la siguiente:

Figura 32. Materia Prima Directa (Parafina)



Nota. Tomados de google com

Tabla 43. Materia prima indirecta

MECHAS	AROMAS	TINTES
		

Nota. Tomados de google com.

6.2.8. Estudio Organizacional

La administración es fundamental para el buen funcionamiento de las empresas, es así que su objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad.

Organización Jurídica

Una vez analizada la naturaleza y los fines que tiene la empresa “**PRODUCTORA y COMERCIALIZADORA DE VELAS AROMÁTICAA E.C.**”, se conformará como una

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. El Art. 92 de la Ley de Compañías, menciona que: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o Cía. Ltda.”

Base Legal

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa ya que debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley.

+ Nombre de la empresa

De conformidad con lo determinado en el artículo 137, numeral 2 de la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, la Razón Social de la empresa es: **“VELAS AROMATICAS E.C” CÍA. LTDA.**

+ Duración de la empresa

La empresa desde su conformación tendrá una duración de 5 años, considerando el año de preparación en el que se prevé la constitución de la compañía, salvo lo dispuesto en el Art. 361 de la Ley de Compañías.

+ Acta constitutiva de la empresa “VELAS AROMATICAS E.C” CÍA. LTDA.

En la ciudad de Yantzaza, a los nueve días del mes de septiembre de 2022, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Ligia Cañar, asisten los señores: Eduardo Cañar, con C.I: 1900858786 , Wilman Cañar Rojas, con C.I. 1900209386, Maruja Esterfilia Mosquera González, con C.I.1102473137 y Oswaldo Cañar Rojas, con C.I. 1900346410, quiénes libre y voluntariamente y con todos sus derechos han decidido formar parte de la empresa **“VELAS AROMÁTICAS” CÍA. LTDA.**, con fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de Velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

➤ Minuta De Constitución De La Empresa “VELAS AROMÁTICAS E.C” CÍA. LTDA.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - COMPARECIENTES. - Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Eduardo Cañar, Eduardo Cañar, con C.I: 1900858786, Wilman Cañar Rojas, con C.I.

1900209386, Maruja Esterfilia Mosquera González, con C.I.1102473137 y Oswaldo Cañar Rojas, con C.I. 1900346410, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la empresa “VELAS AROMÁTICAS E.C” Cía. Ltda.

SEGUNDA. - DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA. - ESTATUTO DE LA EMPRESA. -

➤ **TITULO PRIMERO. -DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN. -**

Art. 1.- (DENOMINACIÓN). - La Empresa de economía privada, formada en virtud del presente contrato y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina “Velas aromáticas E.C” Cía. Ltda.

Art. 2.- (DOMICILIO). - La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, República del Ecuador.

Art. 3.- (OBJETO). - El objeto de la compañía es producir y comercializar Velas aromáticas. Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acorde a su objeto.

Art. 4.- (PLAZO, DURACIÓN). - El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

➤ **TITULO SEGUNDO. - CAPITAL, ACCIONES OBLIGACIONES Y AUMENTOS.**

Art. 5.- (CAPITAL). - El capital social de la compañía es de 14.429.10 dólares americanos dividido en 3.607.28 dólares americanos por cada socio. El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme se especifica en las declaraciones.

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES). - Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del gerente de la empresa.

Art. 7.- (DERECHOS). - Las acciones dan derechos a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL). - El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de su propietario, ya sea por su propio capital, o ingreso de nuevos socios.

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD). - La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales se limita al monto de sus aportaciones.

➤ **TITULO TERCERO. - EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.**

Art. 11.- (EJERCICIO ECONÓMICO). - El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta general de socios, el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios.

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA). - Las utilidades serán dispuestas por su dueño de manera proporcional a sus ingresos, sin tener que ser aprobadas por persona alguna.

➤ **TITULO CUARTO. - DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.**

Art.13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN). - La empresa estará gobernada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 14.- (CONVOCATORIA). - La convocatoria a sesión la hará el gerente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión.

Art. 15.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones del Directorio los siguientes:

- a. Sesionar ordinariamente cada mes y extraordinariamente cuando fuere convocado.
- b. Someter a consideración del Directorio el proyecto de presupuesto en el mes de enero de cada año.

c. Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa.

d. Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía requerida.

e. Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma.

f. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones tomadas, y las disposiciones legales, del Estatuto y reglamentos.

g. Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones

h. Los demás que contemple la Ley, los estatutos y resoluciones.

Art. 16.- (RESOLUCIONES). - Las resoluciones del directorio serán por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 17.- (ACTAS). - De cada sesión de directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el presidente y secretario que actuaron en la reunión.

Art. 18.- (DEL GERENTE). - El Gerente será elegido por la Junta General de socios y será elegido para un periodo de cuatro años. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE). - Son deberes y atribuciones del Gerente de la empresa:

a. Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extra judicial

b. Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa

c. Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa

d. Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa;

e. Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la Empresa

f. Realizar inversiones, adquisiciones y negocios

g. Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil

h. Presentar anualmente informe de labores ante el Directorio

- i. Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la Ley
- j. Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones
- k. Cuidar que se lleven de acuerdo con la Ley los libros de contabilidad, y las actas del Directorio
- l. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones del Directorio
- m. Presentar ante el Directorio el Balance, el estado de pérdidas y ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico
- n. Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente estatuto y reglamentos de la Empresa, así como las que señale el Directorio.

Art. 20.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA). - La disolución y liquidación de la Empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta Ley, así como por el reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 21.- (DISPOSICIÓN GENERAL). - En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva el directorio.

Art. 22.- (AUDITORÍA). - Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, el directorio podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta manera.

➤ **TÍTULO QUINTO. - INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL**

El aporte de los socios ha sido suscrito y pagado en dinero efectivo de legal circulación y depositado en una entidad bancaria a nombre de la compañía que hoy se constituye, a la cuenta <<integración de capital.

Los socios fundadores de la compañía, por acuerdo, nombran a la señora EDUARDO CAÑAR, gerente de la compañía “VELAS AROMATICAS E.C.” PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VELAS AROMATICAS, para el período determinado en este estatuto y la autorizan para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la

legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía.

Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento. - Yo el Notario lo leí íntegramente al otorgante y firma en unidad de acto conmigo el Notario que doy Fe.

Dado y firmado en la ciudad de Loja, a los nueve días del mes de septiembre de 2022.

Eduardo Cañar
C.I. 1900858786

Wilman Cañar Roja
C.I. 1900209386

Maruja Esterfilia Mosquera G.
C.I. 1102473137

Oswaldo Cañar Rojas
C.I. 1900346410

Filosófica Empresarial

Es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que llevará a cabo la empresa “VELAS AROMATICAS E.C.” para alcanzar sus objetivos comerciales.

Misión

“Velas aromática E.C” es una empresa conformada por pequeños empresarios de la ciudad de Yantzaza, dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas, producto de calidad, para los hogares que les gusta tener sus espacios donde habitan confortables y relajantes.

Visión

Para el 2027, la empresa “Velas aromáticas E.C” pretende ser líder en la comercialización de Velas aromáticas de acuerdo a sus aromas y colores, siendo una empresa competitiva y eficiente, para ser identificados como un símbolo de excelencia nacional

Objetivos estratégicos

- Ofrecer un producto de excelente calidad a las familias de la ciudad de Yantzaza.
- Exaltar los valores profesionales entre todo el personal que labora dentro de la empresa.
- Fomentar la innovación como modo de generar nuevas fuentes de crecimiento y satisfacer las necesidades de la sociedad.
- Capacitar al personal para mejorar continuamente la oferta del producto

Valores

Son la columna vertebral que constituye a la empresa y motiva a cada una de las personas que la integran.

- ✓ **Responsabilidad y compromiso:** Cumplir las obligaciones y asumir las consecuencias de las acciones realizadas.
- ✓ **Respeto y humildad:** Tratar a los demás con respeto, atender con cortesía al público y estar dispuestos a aprender de los errores.
- ✓ **Excelencia en el servicio:** Todo se hace con la finalidad de brindar el mejor servicio y atención al cliente.
- ✓ **Unión:** Trabajar en equipo y comunicarse respetuosamente para alcanzar metas comunes.
- ✓ **Integridad:** Actuar con ética y coherencia, respetando las políticas y las normas empresariales sin beneficio personal.
- ✓ **Honestidad:** Ser sinceros actuando con transparencia, confianza e igualdad.

- ✓ **Justicia:** Tomar decisiones justas que permiten tener un mejor ambiente de trabajo e imagen empresarial.
- ✓ **Innovación:** Buscar, imaginar, crear, enseñar y tener libertad para expresar las ideas.

Estructura Organizacional

La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, en donde cada persona asume un papel esperando que cumpla con el mayor rendimiento posible sus funciones.

La empresa “Velas aromáticas E.C” contara con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se detalla los niveles jerárquicos de la misma.

Niveles Jerárquicos

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

- **Nivel Legislativo:** En la empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.
- **Nivel Ejecutivo:** Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su buen cumplimiento.
- **Nivel Asesor:** Lo conforma el Asesor Jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.
- **Nivel Auxiliar:** Lo integra la Secretaria, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, y ejecutar actividades administrativas de rutina.

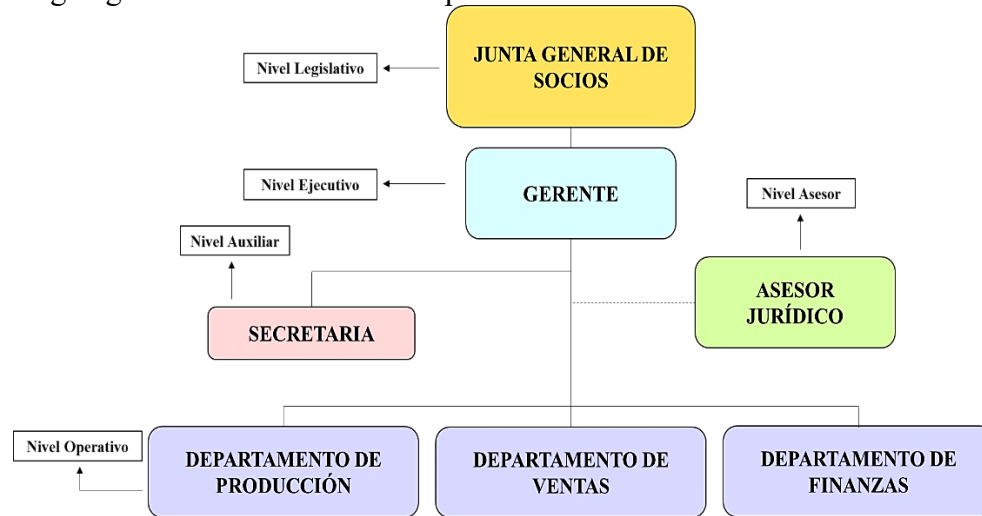
- **Nivel Operativo:** Está conformado por los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas del órgano directivo.

Organigrama Estructural

El organigrama estructural de la empresa productora y comercializadora de salsa de ají de maní, constara de la junta general de socios, gerencia, secretaría, departamentos de producción y ventas, así como su respectiva asesoría legal como se lo muestra a continuación:

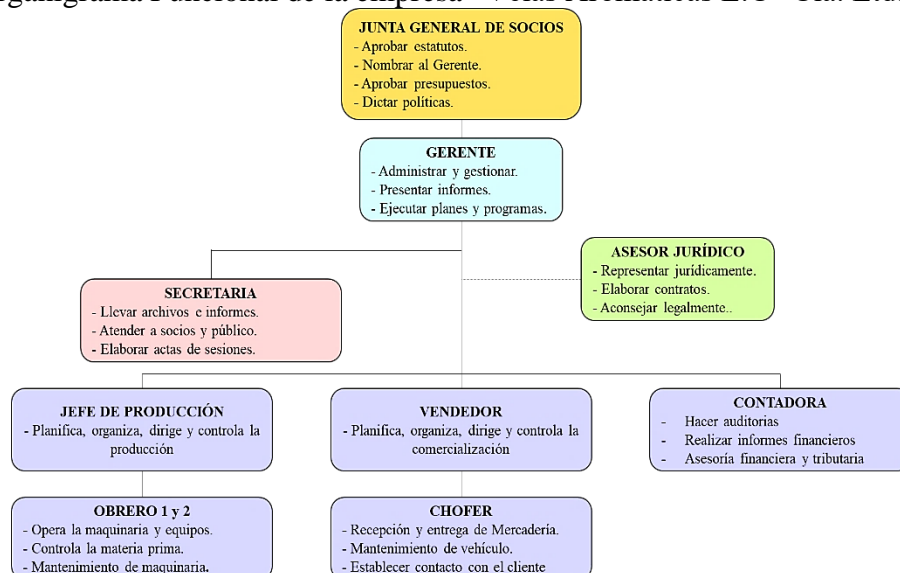
Figura 33. Organigrama estructural de la empresa “Velas Aromáticas E.C” Cia. Ltda.



Organigrama funcional

En este organigrama se detallarán las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en la empresa “Velas aromáticas E.C” para cumplir los objetivos establecidos.

Figura 34. Organigrama Funcional de la empresa “Velas Aromáticas E.C” Cia. Ltda.




Manual de Funciones

Es una descripción de los diferentes puestos de trabajo existentes en una empresa, en el cual se manifiesta los conocimientos, habilidades y destrezas que debe reunir el talento humano de la organización para desempeñar eficientemente las funciones que le hayan sido asignadas.

Para la empresa “Velas Aromáticas E.C” los manuales de funciones serán dirigidos al Gerente, Secretaria, Asesor Jurídico, Jefe de producción, Jefe de ventas, Contador y Obreros, como se presenta a continuación:

Tabla 44. Manual de Funciones del Gerente

	Código	01
	Departamento	Administración General.
	Título del puesto	GERENTE.
	Superior inmediato	Junta General de Socios.
	Subalternos	A partir de su nivel, todos.

VELAS AROMATICAS

E.C.

Naturaleza del trabajo

- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos.
- ✓ Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa e interpreta

Funciones:

- ✓ Planificar lo que va a realizar en la empresa.
- ✓ Organizar en forma ordenada los recursos, actividades, materiales, técnicas y humanas.
- ✓ Ejecutar el plan de acción trazado por la empresa.
- ✓ Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes respecto a la producción.
- ✓ Seleccionar el personal idóneo para que trabaje en la empresa.
- ✓ Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- ✓ Determinar los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta de los productos terminados.
- ✓ Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.
- ✓ Analizar las políticas de ventas.

Características Clase:

- ✓ Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas.

Requisitos Mínimos:

- ✓ Título de Ingeniero Comercial.
- ✓ Experiencia mínima 1 año
- ✓ Cursos de Relaciones humanas, Mercadotecnia, Administración y Computación.

Tabla 45. Manual de Funciones del Asesor Jurídico



Código	01
Departamento	Asesoría Jurídica.
Título del puesto	ASESOR JURÍDICO.
Superior inmediato	Junta General de Socios.
Subalternos	A partir de su nivel, todos.

VELAS AROMATICAS

E.C.

Naturaleza del trabajo

- ✓ Asesorar e informar sobre todos los proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

Funciones:

- ✓ Asesorar a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- ✓ Proponer e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- ✓ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ✓ Participar en procesos contractuales.
- ✓ Participar en sesiones de junta General de socios.

Características De La Clase:

- ✓ Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no en razón de que aconseja y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.

Requisitos Mínimos

- ✓ Título de Abogado, Doctor en jurisprudencia.
- ✓ Dos años en funciones similares.

Tabla 46. Manual de Funciones del Jefe de Producción



Código	04
Departamento	Producción
Título del puesto	JEFE DE PRODUCCIÓN
Superior inmediato	Gerente
Subalternos	Obreros

VELAS AROMATICAS

E.C.

Naturaleza del trabajo

- ✓ Mantener y poner en funcionamiento las operaciones, tareas y responsabilidades de la empresa en lo que se refiere al proceso de la elaboración de velas.

Funciones:

- ✓ Solucionar problemas durante el proceso productivo.
- ✓ Realizar informes e inspecciones a las diferentes etapas del proceso productivo.
- ✓ Programar la producción según lo requerimientos del departamento
- ✓ Vigilancia completa de las bodegas, monitoreo y arqueos que aseguren que no existan faltantes.
- ✓ Facilitar información al departamento de producción y al área administrativa para rendir informes.
- ✓ Organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada empleado, observando su rendimiento, su gasto de insumos y materiales, su forma de utilización de los recursos.
- ✓ Presentar programas de producción

Características De La Clase:

- ✓ El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

Requisitos Mínimos

- ✓ Doctor en Química
- ✓ Cursos de Liderazgo
- ✓ Curso de Informática.
- ✓ Curso de Relaciones Humanas.

Tabla 47. Manual de Funciones del Jefe de Ventas



Código	05
Departamento	Ventas
Título del puesto	JEFE DE VENTAS
Superior inmediato	Gerente
Subalternos	Vendedores

**VELAS AROMATICAS
E.C.**

Naturaleza del trabajo

- ✓ Mantener y poner en funcionamiento las operaciones, tareas y responsabilidades de la empresa en lo que se refiere al procesamiento de los productos.

Funciones:

- ✓ Resolver correctamente las incidencias que se produzcan con respecto a los productos
- ✓ Autorizar el retiro el producto en bodega
- ✓ Gestionar el cobro de cuentas pendientes de clientes
- ✓ Autorizar la entrega del producto a los clientes
- ✓ Realizar los pedidos de los clientes.
- ✓ Garantizar las ventas y promocionar el producto.
- ✓ Constatar antes de confirmar una venta si la producción está dentro de la exigencia del cliente.
- ✓ Gestionar el cobro de ventas realizadas y sobre créditos incobrables.

Características De La Clase:

- ✓ El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

Requisitos Mínimos

- ✓ Título de Ingeniero Comercial o afines
- ✓ Cursos de Liderazgo
- ✓ Curso de Informática.
- ✓ Curso de Relaciones Humanas.

Tabla 48. Manual de Funciones de los Obreros

Código	06
Departamento	Producción.
Título del puesto	OBREROS



Superior inmediato

Jefe de Producción

Subalternos

A partir de su nivel, todos.

VELAS AROMATICAS

E.C.

Naturaleza del trabajo

- ✓ Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de la materia prima y dar mantenimiento a la misma.
-

Funciones:

- ✓ Cumplir las disposiciones emanadas por sus superiores.
 - ✓ Pesar la cantidad de materia prima a procesar.
 - ✓ Vigilar el proceso de producción.
 - ✓ Controlar el mantenimiento y conservación del equipo y maquinaria a su cargo.
 - ✓ Opera el equipo y maquinaria con responsabilidad.
 - ✓ Mantener ordenada el área de producción
 - ✓ Cumplir con los tiempos de producción establecidos en el proceso productivo
 - ✓ Evitar desperdicios de materiales.
-

Características De La Clase:

- ✓ Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo que requiere habilidad y destreza.
-

Requisitos Mínimos

- ✓ Título de Bachiller.
 - ✓ Curso de Relaciones Humanas.
 - ✓ Curso de Capacitación en procesos productivos.
 - ✓ Experiencia mínima 1 año.
-

Tabla 49. Manual de Funciones de la Secretaria-Contadora



VELAS AROMATICAS

E.C.

Código	02
Departamento	Administración General.
Título del puesto	SECRETARIA-CONTADORA
Superior inmediato	Gerente
Subalternos	A partir de su nivel, todos.

Naturaleza del trabajo

- ✓ Realiza las labores de secretaria, así como de asistente directa del Gerente de la empresa.

Funciones:

- ✓ Manejar datos e información confidencial de la empresa, tramita pedidos y órdenes del gerente.
- ✓ Enviar y recibe correspondencia de la empresa y mantienes la información administrativa al día.
- ✓ Procesar los registros contables de la empresa.
- ✓ Realizar las planillas del IESS
- ✓ Realizar las declaraciones de impuestos mensuales
- ✓ Realizar conciliaciones bancarias
- ✓ Mantener los estados financieros actualizados.

Características de Clase:

- ✓ El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

Requisitos Mínimos:

- ✓ Título de Contadora
- ✓ Cursos de secretariado.
- ✓ Curso de Informática.
- ✓ Curso de Relaciones Humanas.

6.3. Estudio Económico-Financiero

A través de este estudio se analiza la viabilidad del proyecto, se coloca de manera ordenada y sistémica todos los recursos materiales, humanos y tecnológicos que la empresa requiere en términos monetarios, todos estos rubros permiten conocer la inversión necesaria para la creación de la empresa “**Velas Aromáticas E.C.” Cia. Ltda.**

6.3.1. Inversiones

Para poner en marcha la empresa denominada “**Velas Aromáticas E.C.” Cia. Ltda.**, que producirá y comercializará velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza se necesita realizar una inversión en activos fijos, diferidos y circulantes, los cuales serán empleados para realizar el proceso productivo de la misma.

6.3.2. Activos fijos

Los activos fijos comprenden todos los bienes tangibles que son utilizados para el proceso de producción y las actividades operativas de la empresa, éstos no se recuperan a corto plazo, se recupera la totalidad del capital invertido en estos activos cuando hayan cumplido su vida útil, pero siempre ayudan a recuperar el valor de la inversión y esto se logra a través del monto de depreciación.

Equipos

Corresponde al equipo tecnológico necesario para realizar el proceso de producción de las velas aromáticas, el monto de este rubro asciende a \$.1.840.00.

Tabla 50. Equipos de producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Unidad	Paila de acero inoxidable 30 Kilos.	850,00	850,00
2	Unidad	Ollas de aluminio para 15 kilos	220,00	440,00
1	Unidad	Tina para enfriamiento	550,00	550,00
Total				1.840,00

Nota. Mercado libre

Muebles y Enseres de producción

Son todos aquellos muebles y enseres que se los utiliza en el departamento de producción y que permiten operativizar algunas actividades productivas. El costo total asciende a \$.1.050.00.

Tabla 51. Muebles y enseres de Producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Unidad	Anaqueles de 5 gavetas	180,00	360,00
2	Unidad	Mesas de madera	155,00	310,00
1	Unidad	Mesa de acero inoxidable	380,00	380,00
Total				1.050,00

Nota. Carpintería Yantzaza

Equipos de seguridad

Están determinados por los equipos que permiten llevar a efecto una vigilancia y seguridad de la empresa de cualquier caso fortuito que se pueda presentar, especialmente de robos, asaltos, entre otros. El costo total es de \$.220.00.

Tabla 52. Equipos de seguridad

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Unidad	Monitoreo y vigilancia	220,00	220,00
Total				220,00

Nota. Mercado libre

Equipo de Computo

Comprende un dispositivo electrónico que almacena y procesa información para después mostrarla en una interfaz a la disposición del usuario, permite una interacción del hardware (parte tangible) con el software (parte intangible). El costo total es de \$.895,00.

Tabla 53. Equipos de computo

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Unidad	Impresora Epson L3250	295,00	295,00
1	Unidad	Computadoras de escritorio procesador i3 Asus 1TB 8 gb de RAM	600,00	600,00
Total				895,00

Nota. Novicompu

Muebles y enseres

Es aquel mobiliario que permite las adecuaciones de las oficinas y tener un ambiente agradable y confortable. El monto total asciende a \$. 710,00

Tabla 54. Muebles y enseres

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Unidad	Escritorios	110,00	220,00
2	Unidad	Sillas ejecutivas	95,00	190,00
4	Unidad	Sillas plásticas	45,00	180,00
1	Unidad	Archivador de oficina	120,00	120,00
Total				710,00

Nota. Mueblería Yantzaza

Equipo de oficina

Está determinada por un conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina. El costo total asciende a \$.105.00

Tabla 55. Equipo de oficina

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Unidad	Sumadora	105,00	105,00
Total				105,00

Nota. Novicompu

Tabla 56. Resumen de Activos Fijos

Descripción	Valor total
Equipos	1.840,00
Mueble y Enseres de Producción	1.050,00
Equipos de Seguridad	220,00
Equipos de computo	895,00
Muebles y enseres de administración	710,00
Equipo de oficina	105,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4.820,00

Nota. Presupuestos de activos fijos

6.3.3. Activos diferidos

Un activo diferido hace referencia a los bienes y servicios por los que una empresa paga de forma anticipada, aunque, no necesariamente, hayan sido utilizados. Se trata de un recurso financiero y de contabilidad mediante el cual se evita alterar los números de ingresos y egresos empresariales en cada periodo reportado.

Tabla 57. Activos Diferidos

Descripción	Valor total USD
Estudios preliminares	500,00
Gastos de constitución	670,00
Registro Único de Contribuyentes	57,00
Patente	102,00
Marca	230,00
Permiso de bomberos	62,00
Programas informáticos	370,00
Adecuaciones de la planta	850,00
Total	2.841,00

Nota. Investigación directa

6.3.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica.

Materia Prima Directa

Corresponde a todos los materiales sujetos a transformación que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. El monto de este rubro asciende a \$.68.640.00.

Tabla 58. Materia Prima Directa

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
15.600	kilos	Parafina	4,40	68.640,00
			Valor total anual	68.640,00
			Valor total mensual	5.720,00

Nota. Fábrica de velas Herminio Delgado Cia. Ltda

Mano de obra directa

Está relacionada a los las personas que transforman la materia prima en productos terminados. El monto total de este rubro asciende a \$.13.037,30.

Tabla 59. Mano de obra directa

Cantidad	Descripción	SBU en USD	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total en USD	Aporte patronal IESS 11,15%	Total a pagar en USD
1,00	Obrero	425,00	35,42	35,42	495,83	47,39	543,22
Total							543,22
Obreros							2
Total mensual							1.086,44
Total Anual							13.037,30

Nota. Ministerio de Trabajo

Materia prima indirecta

Está relacionada a todos los materiales que eran sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

Tabla 60. Materia prima indirecta

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
156	Frasco	Perfume (1 frasco cada 100 velas)	1,50	234,00
156	Frasco	Colorantes (1 frasco 50 velas)	0,75	117,00
156	rollo	Rollo de mechas(1 rollo 100 velas)	1,20	187,20
156	frasco	Aceite de vaselina (1 frasco 100 velas)	1,25	195,00
156	frasco	Dióxido de titanio (1 frasco 100 velas)	1,35	210,60
156.000	unidades	envases	0,05	7.800,00
39.000	unidades	Cajas para 4 unidades	0,05	1.950,00
Valor total anual				10.459,80
Valor total mensual				871,65

Nota. Mercado Libre

Implementos de producción

Son todos aquellos implementos que permiten realizar actividades relacionadas al proceso productivo. El costo total asciende a \$.61.50.

Tabla 61. Implementos de producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
2	Unidades	Jarras de porcelana	3,50	7,00
1	Unidad	Termómetro	3,00	3,00
6	Unidades	Tijeras	8,00	48,00
1	Unidad	Agitador	3,50	3,50
			Total anual	61,50
			Total mensual	5,13

Nota. Mercado libre

Fletes para producción

Los fletes constituyen el transporte que se va a utilizar para trasladar la materia prima desde su origen a la empresa procesadora de velas aromáticas. Su costo asciende a \$. 440.00

Tabla 62. Fletes para producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio unitario USD	Valor total USD
2,00	Viajes	Transporte de materia prima desde Cuenca a Yantzaza	220,00	440,00
			Valor anual	440,00
			Valor mensual	36,67

Nota. Cooperativa de transporte pesado CITAL

Energía Eléctrica

Está relacionada con el movimiento de electrones, y permite el funcionamiento de todos los equipos de la empresa. El monto asciende a \$.376.92.

Tabla 63. Energía Eléctrica

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
300,00	Kw/h	Luz eléctrica	0,10	31,41
			Valor total mensual	31,41
			Valor total anual	376,92

Nota. Empresa de energía eléctrica de Yantzaza

Agua Potable

El agua potable es una de los principales recursos que necesitamos los seres humanos para sobrevivir día a día. El monto del rubro asciende a \$.120.00

Tabla 64. Agua Potable

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
200,00	m3	Agua	0,05	10,00
			Valor total mensual	10,00
			Valor total anual	120,00

Nota. Empresa de agua potable

Indumentaria

Constituyen el vestuario que utilizaran los trabajadores para llevar a efecto los procesos de producción. El costo asciende a \$.416.00

Tabla 65. Indumentaria

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario	Valor total anual
4	Unidades	Overoles	20,00	80,00
120	Paquetes	Paquetes de 50 mascarillas Kn95	2,50	300,00
6	Paquetes	Paquetes de 25 pares de guantes desechables	6,00	36,00
			Total anual	416,00
			Total mensual	34,67

Nota. Almacenes Gerardo Ortiz

Insumos de para seguridad

Son aquellos insumos que permiten reducir el riesgo de infección a los empleados y trabajadores, así como implementos para cualquier caso fortuito que se presente. El costo asciende a \$.181.00

Tabla 66. Insumos de para seguridad

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario	Valor total anual
1	Unidad	Extintores	55,00	55,00
1	Unidad	Kit de primeros auxilios (Insumos)	15,00	15,00
1	Unidad	Botiquín primeros auxilios	25,00	25,00
2	Unidad	Luces de emergencia	15,00	30,00
14	Unidad	Letreros preventivos e informativos	4,00	56,00
			Total anual	181,00
			Total mensual	15,08

Nota. Almacenes Gerardo Ortiz

Utensilios de Limpieza

Los utensilios de aseo son un conjunto de herramientas diseñadas para facilitar la higiene de todo lugar. El costo asciende a \$.275.05.

Tabla 67. Utensilios de limpieza

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario	Valor total anual
9	Unidad	Escobas	2,50	22,50
9	Unidad	Trapeadores	4,00	36,00
15	Unidad	Franelas	1,00	15,00
12	Unidad	Rollos de papel de baño	2,00	24,00
2	Unidad	Recogedores metálico	2,50	5,00
12	Unidad	Jabón liquido	2,90	34,80
18	Unidad	Paquete de 100 fundas de halar negras	1,25	22,50
19	Unidad	Paquete de 10 fundas para basura	1,75	33,25
12	Unidad	Desinfectante Olimpia	1,25	15,00
1	Unidad	Recogedor para basura metálico	4,00	4,00
6	Galón	Galones de gel antibacterial	7,00	42,00
3	Unidad	Basureros plásticos	7,00	21,00
			Total anual	275,05
			Total mensual	22,92

Nota. Almacenes Gerardo Ortiz

Tabla 68. Resumen de costos de inversión

Descripción	Total Anual	Total Mensual
Materia prima directa	68.640,00	5.720,00
Mano de obra directa	13.037,30	1.086,44
Materia prima indirecta	10.459,80	871,65
Implementos de producción	61,50	5,13
Fletes para producción	440,00	36,67
Energía Eléctrica	376,92	31,41
Agua Potable	120,00	10,00
Indumentaria	416,00	34,67
Insumos para seguridad	181,00	15,08
Utensilios de aseo	275,05	22,92
TOTAL		7.833,96

Nota. Presupuestos

6.3.5. Costos operativos

Gastos de Administración

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos. Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento del Sector Central.

Sueldos y Salarios: Son los pagos que se realiza al personal que labora en el sector administrativo, para retribuir el trabajo ordinario y extraordinario del personal dependiente de la empresa que se dedican a la producción y comercialización de velas aromáticas y tiene que ser cancelado de acuerdo a lo que establece la Ley. El monto total de este rubro asciende a \$.14.112.65.

Tabla 69. Sueldos y Salarios

Cantidad	Descripción	SBU	Décimo tercer	Décimo cuarto	Total	Aporte patronal IESS 11,15%	Total a pagar
1	Gerente	500,00	41,67	35,42	577,08	55,75	632,83
1	Secretaria-Contadora	425,00	35,42	35,42	495,83	47,39	543,22
						Total mensual	1.176,05
						Total anual	14.112,65

Nota. Ministerio de Trabajo

Arriendo

Es el lugar en donde va funcionar la empresa, y que se tiene que realizar un contrato para poder utilizar las instalaciones. Su costo asciende a \$. 3.600.00

Tabla 70. Arriendo

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
120 m2	De arriendo local	300,00	3.600,00
		Total anual	3.600,00
		Total mensual	300,00

Nota. Canon de arrendamiento de Yantzaza

Energía Eléctrica (Administración)

Rubro que está determinado por el insumo que provee la empresa de energía eléctrica al departamento de administración y ventas. El costo total asciende a \$.90.46

Tabla 71. Energía Eléctrica (Administración)

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
72,00	Kw/h	Luz eléctrica	0,10	7,54
			Valor total mensual	7,54
			Valor total anual	90,46

Nota. Empresa de energía eléctrica de Yantzaza

Útiles de oficina

Son todos aquellos materiales que permiten realizar las actividades administrativas de la empresa. El monto asciende a \$.197.00.

Tabla 72. Útiles de oficina

Cantidad		Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Resma	Papel bond	4,50	4,50
3	Unidad	Cuaderno	1,30	3,90
4	unidades	Esferográficos	0,30	1,20
4	Unidades	Tintas para impresora Epson originales	9,00	36,00
3	Unidades	Lápiz	0,40	1,20
3	Unidades	Borrador	0,20	0,60
3	Unidades	Corrector	1,00	3,00
3	Unidades	Sacapuntas	0,50	1,50
2	Cajas	Grapas	1,50	3,00
2	Cajas	Clips	0,75	1,50
2	unidades	Tijeras	0,35	0,70

2	unidades	Estilete	1,25	2,50
1	unidades	Cinta scoch	0,50	0,50
3	unidades	Carpetas archivadoras	0,30	0,90
2	unidades	Grapadora	15,00	30,00
2	unidades	Dispensador de cinta	10,00	20,00
2	unidades	Sellos	8,00	16,00
2	unidades	Perforadora	17,00	34,00
3	unidades	Porta Clips	4,00	12,00
2	Unidades	Factureros de 100 unidades cada uno	12,00	24,00
			Total anual	197,00
			Total mensual	16,42

Nota. La reforma

Teléfono

Es el consumo relacionado con el área administrativa y será muy utilizado para llamar a los proveedores y clientes de la empresa. El monto total asciende a \$.300.00 anuales.

Tabla 73. Teléfono

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
1	unidad	Plan de claro	25,00	25,00
			Valor total mensual	25,00
			Valor total anual	300,00

Nota. CNT

Internet

Es el rubro utilizado en el área administrativa, para estar al día con la tecnología y los correos electrónicos que mantienen conectados a la empresa con el cliente. Se contrató en CNT un plan de internet de 500 kbps, que tiene un costo mensual de \$.384.00

Tabla 74. Internet

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
1	unidad	Plan de CNT	32,00	32,00
			Valor total mensual	32,00
			Valor total anual	384,00

Nota. CNT

Tabla 75. Resumen de Gastos de Administración

Descripción	Valor anual	Valor mensual
Sueldos y Salarios	14.112,65	1.176,05
Arriendo	3.600,00	300,00
Energía eléctrica	90,46	7,54
Útiles de oficina	197,00	16,42
Servicio telefónico	300,00	25,00
Servicio de Internet	384,00	32,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	18.000,11	1.557,01

Nota. Presupuestos

6.3.6. Gastos de venta

Son todos aquellos rubros necesarios para que el bien que se oferte pueda llegar hasta el cliente. En estos egresos están contemplados los gastos relacionados con la difusión, distribución y comercialización del producto o servicio que vas a vende

Publicidad

Está relacionada con las herramientas directas del marketing, y los objetivos están direccionados a divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. El monto total de este rubro asciende a \$.564.00

Tabla 76. Publicidad

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio mensual USD	Valor anual USD
4	Campañas	Campañas publicitarias en Facebook e Instagram de posicionamiento de marca	40,00	160,00
1	Unidad	Diseño de etiqueta atractivo	20,00	20,00
1	Pagina	Facebook e instagram	20,00	240,00
20	Unidad	Posters publicitarios	12,00	144,00
			Total anual	564,00
			Total mensual	47,00

Nota. Imprenta Yantzaza

Promoción

Busca incrementar el consumo de un bien o servicio, es una forma de comunicación comercial para promover y llegar a promover y difundir un mensaje al público, cual se lo realiza a través de incentivos dirigidos al público. El monto total asciende a \$.60.00.

Tabla 77. Promoción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio unitario USD	Valor total USD
12	docenas	Esferos con el logotipo de la empresa	5,00	60,00
Valor mensual				5,00
Valor anual				60,00

Nota. La Reforma

Empaque

El empaque es un tipo de envoltorio cuya función principal es agrupar varias unidades de un mismo producto en una misma unidad (paquete). Además, el empaque también cuenta con imágenes y texto impreso que llegan al consumidor, por lo que se convierte en una herramienta de promoción y marketing del propio producto. El monto total asciende \$.3.901.50

Tabla 78. Empaque

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor total en USD
39.000,00	Unidad	Cajas de cartón para almacenar 4 velas	0,10	3.900,00
10,00	metros	Cintas de colores	0,15	1,50
Valor total anual				3.901,50
Valor total mensual				325,13

Nota. La Reforma

Tabla 79. Resumen Gastos de venta

Descripción	Valor anual	Valor mensual
Publicidad	564,00	47,00
Promoción	60,00	5,00
Empaques	3.901,50	325,13
TOTAL GASTOS DE VENTA	4.525,50	377,13

Nota. Presupuestos

6.3.7. Monto de la Inversión

Constituye la cantidad de dinero necesaria para poner un proyecto en operación Dicha inversión está integrada activos fijos, diferidos y capital de trabajo. El monto de inversión para el presente proyecto es de \$.17.419.10

Tabla 80. Monto de la inversión

ACTIVOS FIJOS		
Equipos de producción	1.840,00	
Mueble y Enseres de Producción	1.050,00	
Equipos de Seguridad	220,00	
Equipos de computo	895,00	
Muebles y enseres de administración	710,00	
Equipo de oficina	105,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		4.820,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios preliminares	500,00	
Gastos de constitución	670,00	
Registro Único de Contribuyentes	57,00	
Patente	102,00	
Marca	230,00	
Permiso de bomberos	62,00	
Programas informáticos	370,00	
Adecuaciones de la planta	850,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2.841,00
CAPITAL DE TRABAJO (mes)		
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Costo Primo		
Materia prima directa	5.720,00	
Mano de obra directa	1.086,44	
Total costo primo	6.806,44	
Costos indirectos de producción		
Materia prima indirecta	871,65	
Implementos de producción	5,13	
Fletes para producción	36,67	
Energía Eléctrica	31,41	
Agua Potable	10,00	
Indumentaria	34,67	
Insumos para seguridad	15,08	
Utensilios de aseo	22,92	
Total Costos indirectos de producción	1.027,52	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN		7.833,96
COSTOS OPERATIVOS		
Gastos de Administración		
Sueldos y Salarios	1.176,05	
Arriendo	300,00	
Energía Eléctrica	7,54	

Útiles de oficina	16,42	
Servicio Telefónico	25,00	
Servicio de Internet	32,00	
Total gastos de administración	1.557,01	
Gastos de Venta		
Publicidad	47,00	
Promoción	5,00	
Empaques	325,13	
Total gastos de venta	377,13	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		1.934,13
MONTO DE LA INVERSIÓN		17.429,10

Nota. Presupuestos

6.3.8. Financiamiento

Corresponde a la forma en cómo se financian los costos de los activos fijos, activo diferido y el capital de trabajo para la implementación de la nueva unidad productiva. Existen dos formas de financiar la inversión con capital propio o capital externo.

La forma como se va a financiar el proyecto es de la siguiente manera: un 83% será capital propio aportado por los socios de la empresa, mientras que el 17% será externo a través de un crédito a Ban Ecuador

Tabla 81. Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Capital Propia	14.429,10	83%
Préstamo Ban-Ecuador	3.000,00	17%
TOTAL	17.429,10	100%

Nota. Monto inversión

El préstamo será solicitado a Ban-Ecuador (2021) en el cual se accederá a uno de los préstamos denominados “Impulso Joven” que está dirigido a jóvenes emprendedores de 18 a 29 años.

6.3.9. Análisis de costos

Para determinar el presupuesto de costos se hace un análisis del estudio técnico, donde se evidencia todo lo necesario en el proceso de producción y administración que se lleva a cabo en la empresa.

6.3.10. Costos totales de producción

Costos que se generan en la producción y comercialización de la salsa de ají de maní. Estos costos comprenden: **Costos de producción** (costo primo y costos indirectos de fabricación) y **Costos de operación** (gasto de administración, gasto de ventas, gastos financieros, y otros gastos).

6.3.11. Depreciación de Activos Fijos

Cada activo fijo tiene un tiempo de vida útil, y se desgasta con el pasar del tiempo, a esto se llama depreciación y se considera como un costo, una vez que han cumplido su vida útil será necesario darlos de baja o adquirir uno nuevo.

De acuerdo a lo que establece el Servicio de Rentas Internas, la maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de oficina tienen un tiempo de vida útil de 10 años y su porcentaje de depreciación es de 10% anual, el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años y un porcentaje de depreciación de 33,33%, por lo que se necesita realizar una reinversión de éste para el cuarto año.

Tabla 82. Depreciaciones

Bienes	Valor bien	Vida útil	% de dep.	Dep. anual	Valor residual
Equipos	2.220,00	10 años	10%	222,00	1.110,00
Mueble y Enseres de Producción	670,00	10 años	10%	67,00	335,00
Equipos de Seguridad	220,00	10 años	10%	22,00	110,00
Equipos de computo	895,00	3 años	33%	295,35	8,95
Muebles y enseres de administración	710,00	10 años	10%	71,00	355,00
Equipo de oficina	105,00	10 años	10%	10,50	52,50
Reinversión en equipo computo(4to año)	984,50	3 años	33%	324,89	334,73

Nota. Cuadro de activos fijos

6.3.12. Amortización de activos diferidos

Los activos diferidos serán divididos para 5 años que corresponde a los años de vida del proyecto, dando como resultado una amortización anual de \$.568.20.

Tabla 83. Amortización de activos diferidos

Descripción	Valor	Amortización
Estudios preliminares	500,00	100,00
Gastos de constitución	670,00	134,00
Registro Único de Contribuyentes	57,00	11,40
Patente	102,00	20,40
Marca	230,00	46,00
Permiso de bomberos	62,00	12,40
Programas informáticos	370,00	74,00
Adecuaciones de la planta	850,00	170,00
TOTAL		568,20

Nota. Presupuestos

6.3.13. Amortización de Capital

Para realizar la amortización del crédito se utilizarán las siguientes fórmulas:

Amortización Capital ÷ Plazo del préstamo

Interés= Capital * Tasa de Interés

Dividendos= Interés + Amortización

Valor en Libros= Capital – Amortización

Interés: 5%

Dividendos: Semestrales

Tabla 84. Amortización de Capital

SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZAC	INTERÉS	INTERES ANUAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	3.000,00	300,00	225,00			2.700,00
2	2.700,00	300,00	202,50	427,50	1.027,50	2.400,00
1	2.400,00	300,00	180,00			2.100,00
2	2.100,00	300,00	157,50	337,50	1.027,50	1.800,00
1	1.800,00	300,00	135,00			1.500,00
2	1.500,00	300,00	112,50	247,50	1.027,50	1.200,00
1	1.200,00	300,00	90,00			900,00
2	900,00	300,00	67,50	157,50	1.027,50	600,00
1	600,00	300,00	45,00			300,00
2	300,00	300,00	22,50	67,50	1.027,50	0,00

Nota. Ban-Ecuador

Tabla 85. Presupuesto Proformado

COSTO DE PRODUCCION	1	2	3	4	5
Costo Primo					
Materia prima directa	68.640,00	72.072,00	75.675,60	79.459,38	83.432,35
Mano de obra direccta	13.037,30	13.689,17	14.373,62	15.092,30	15.846,92
Materia prima indirecta	10.459,80	10.982,79	11.531,93	12.108,53	12.713,95
Implementos de producción	61,50	64,58	67,80	71,19	74,75
Fletes para producción	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Energia eletrica	376,92	395,77	415,55	436,33	458,15
Agua Potable	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Indumentaria	416,00	436,80	458,64	481,57	505,65
Insumos de prevención	181,00	190,05	199,55	209,53	220,01
Utensilios de aseo	275,05	288,80	303,24	318,40	334,32
Dep. Equipos	184,00	184,00	184,00	184,00	184,00
Dep. My Enseres de Producción	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
Dep. Equipos de seguridad	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
TOTAL COSTO PRODUCCION	94.318,57	99.018,95	103.954,35	109.136,51	114.577,79
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Sueldos y Salarios	14.112,65	14.818,28	15.559,20	16.337,16	17.154,01
Arriendo	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Energía eléctrica	90,46	94,98	99,73	104,72	109,96
Útiles de oficina	197,00	206,85	217,19	228,05	239,45
Servicio Telefonico	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Servicio de internet	384,00	403,20	423,36	444,53	466,75
Depreciación equipo de computo	295,35	295,35	295,35	334,73	334,73
Depreciación muebles y enseres	71,00	71,00	71,00	71,00	71,00
Depreciación equipo de oficina	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	19.060,96	19.995,17	20.976,08	22.045,42	23.126,88
Gastos de Ventas					
Publicidad	564,00	592,20	621,81	652,90	685,55

Promoción	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Empaques	3.901,50	4.096,58	4.301,40	4.516,47	4.742,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.525,50	4.751,78	4.989,36	5.238,83	5.500,77
Gastos Financieros					
Intereses sobre credito	427,50	337,50	247,50	157,50	67,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	427,50	337,50	247,50	157,50	67,50
Otros Gastos					
Amortizacion del activo diferido	568,20	568,20	568,20	568,20	568,20
Amortizacion del credito	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL OTROS GASTOS	1.168,20	1.168,20	1.168,20	1.168,20	1.168,20
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	25.182,16	26.252,64	27.381,15	28.609,96	29.863,36
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	119.500,73	125.271,59	131.335,49	137.746,47	144.441,15
Unidades a producirse	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
Costo Unitario de producción	1,53	1,61	1,68	1,77	1,85
Precio de venta	1,70	1,75	1,80	1,85	1,90
Ingresos	132.600,00	136.500,00	140.400,00	144.300,00	148.200,00

Nota. Presupuestos

6.3.14. Costo unitario de producción

El costo unitario de producción se establece de la siguiente manera: el costo total de producción dividido para el número de unidades a producir anualmente en la empresa.

Costo unitario de producción = Costo total de producción/No- Unidades producidas

Tabla 86. Costo Unitario de Producción

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	119.500,73	125.271,59	131.335,49	137.746,47	144.441,15
Unidades a producirse	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
Costo Unitario de producción	1,53	1,61	1,68	1,77	1,85

Nota. Presupuestos

6.3.15. Precio de Venta

El precio de venta se lo determinará en función de la competencia por consiguiente tenemos lo siguiente:

Tabla 87. Precio de venta

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	119.500,73	125.271,59	131.335,49	137.746,47	144.441,15
Unidades a producirse	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
Costo Unitario de producción	1,53	1,61	1,68	1,77	1,85
Precio de venta	1,70	1,75	1,80	1,85	1,90
Ingresos	132.600,00	136.500,00	140.400,00	144.300,00	148.200,00

Nota. Presupuestos

6.3.16. Clasificación de costos

Los costos que se generan en la producción de un producto, no son siempre de la misma magnitud es por ellos que a los mismos se los clasifica en costos fijos y costos variables.

Costos Fijos

Son los valores monetarios que la empresa debe cubrir, exista o no producción. Estos rubros son: Sueldos y salarios del personal administrativo y de ventas, agua, energía eléctrica,

teléfono e internet utilizados en el área administrativa de la empresa, depreciaciones de los activos fijos, amortización de activos diferidos y amortización del préstamo.

Costos Variables

Gastos que varían de acuerdo a la producción que tenga la empresa. Los rubros son: materia prima directa, materiales prima indirecta, agua y energía eléctrica, utilizados en el área de producción de la empresa, indumentaria de trabajo, implementos de producción, útiles de aseo para producción y embalaje.

Tabla 88. Clasificación de Costos

Rubros	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS					
Depreciación de equipo	184,00	184,00	458,64	481,57	505,65
Depreciación de Muebles y Enseres de Producción	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
Depreciación de equipos de monitoreo y seguridad	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Depreciación de Equipos de computo	295,35	295,35	295,35	324,89	324,89
Depreciación Muebles y Enseres administración	71,00	71,00	71,00	71,00	71,00
Depreciación Equipo de oficina	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Sueldos y salarios	14.112,65	14.818,28	15.559,20	16.337,16	17.154,01
Servicio telefónico	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Servicio de internet	384,00	403,20	423,36	444,53	466,75
Energía eléctrica	90,46	94,98	99,73	104,72	109,96
Arriendo	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Útiles de oficina	197,00	206,85	217,19	228,05	239,45
Mano de obra directa	13.037,30	13.689,17	14.373,62	15.092,30	15.846,92
Intereses sobre crédito	427,50	337,50	247,50	157,50	67,50
Amortización del activo diferido	568,20	568,20	568,20	568,20	568,20
Amortización del crédito*	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOT. COSTOS FIJOS	34.004,96	35.501,03	37.351,05	39.062,16	40.832,31
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	68.640,00	72.072,00	75.675,60	79.459,38	83.432,35
Materia Prima Indirecta	10.459,80	10.982,79	11.531,93	12.108,53	12.713,95
Implementos de producción	61,50	64,58	67,80	71,19	74,75
Publicidad	564,00	592,20	621,81	652,90	685,55
Promoción	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Empaques	3.901,50	4.096,58	4.301,40	4.516,47	4.742,30
Indumentaria	416,00	436,80	458,64	481,57	505,65
Insumos para seguridad	181,00	190,05	199,55	209,53	220,01
energía eléctrica	376,92	395,77	415,55	436,33	458,15
Agua potable	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Fletes para la producción	440,00	462,00	485,10	509,36	534,82
Utensilios de aseo	275,05	288,80	303,24	318,40	334,32
TOT. COSTOS VARIABLES	85.495,77	89.770,56	94.259,09	98.972,04	103.920,64
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	119.500,73	125.271,59	131.610,13	138.034,20	144.752,95

Nota. Presupuestos Proformados

6.3.17. Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

Tabla 89. Estado de resultados

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	132.600,00	136.500,00	140.400,00	144.300,00	148.200,00
Valor residual			8,95		2.306,18
TOTAL DE INGRESOS	132.600,00	136.500,00	140.408,95	144.300,00	150.506,18
Costo de producción	94.318,57	99.018,95	103.954,35	109.136,51	114.577,79
Costo de operación	25.182,16	26.252,64	27.381,15	28.609,96	29.863,36
COSTO TOTAL	119.500,73	125.271,59	131.335,49	137.746,47	144.441,15
UTILIDAD BRUTA	13.099,27	11.228,41	9.073,46	6.553,53	6.065,03
15% utilidad trabajadores	1.964,89	1.684,26	1.361,02	983,03	909,76
UTILIDAD ANT.IMPTO	11.134,38	9.544,15	7.712,44	5.570,50	5.155,28
25% impuesto a la renta	2.783,59	2.386,04	1.928,11	1.392,63	1.288,82
UTILIDAD ANT.RESERVA	8.350,78	7.158,11	5.784,33	4.177,88	3.866,46
10% Reserva Legal	835,08	715,81	578,43	417,79	386,65
UTILIDAD LIQUIDA	7.515,71	6.442,30	5.205,90	3.760,09	3.479,81

Nota. Presupuestos Proformados

6.3.18. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio se puede calcular en función de: las unidades producidas, los ingresos y la capacidad instalada.

Permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales

El punto de equilibrio se lo puede calcular por los siguientes métodos:

1. En Función de la Capacidad Instalada

Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

2. En Función de las Ventas o Ingresos

A través de este método se determina hasta cuanto la empresa tiene que vender de su producción para no perder ni ganar, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula::

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CFT = costo fijo total

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

3. En Función de la Producción

Determina hasta cuántas unidades tiene que producir la empresa para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{No. Unid. Prod.}$$

4. Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{21.363.46}{140.400. - 98.533.07} \times 100$$

$$PE = \frac{21.363.46}{41.866.93} \times 100$$

$$PE = 51.02 \%$$

En función de los ingresos

$$PE = \frac{21.363.46}{1 - \frac{98.533.07}{140.400}}$$

$$PE = \frac{21.363.46}{1 - 0.701802493}$$

$$PE = \frac{21.363.46}{0,298197507}$$

$$PE = \$ 71.641.98$$

Función de la Producción

$$PE = \frac{21.363.46}{0.90 - 0.63}$$

$$PE = \frac{21.363.46}{0.27}$$

$$PE = 79.602 \text{ Velas al año}$$

Figura 35. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 1

PRIMER AÑO

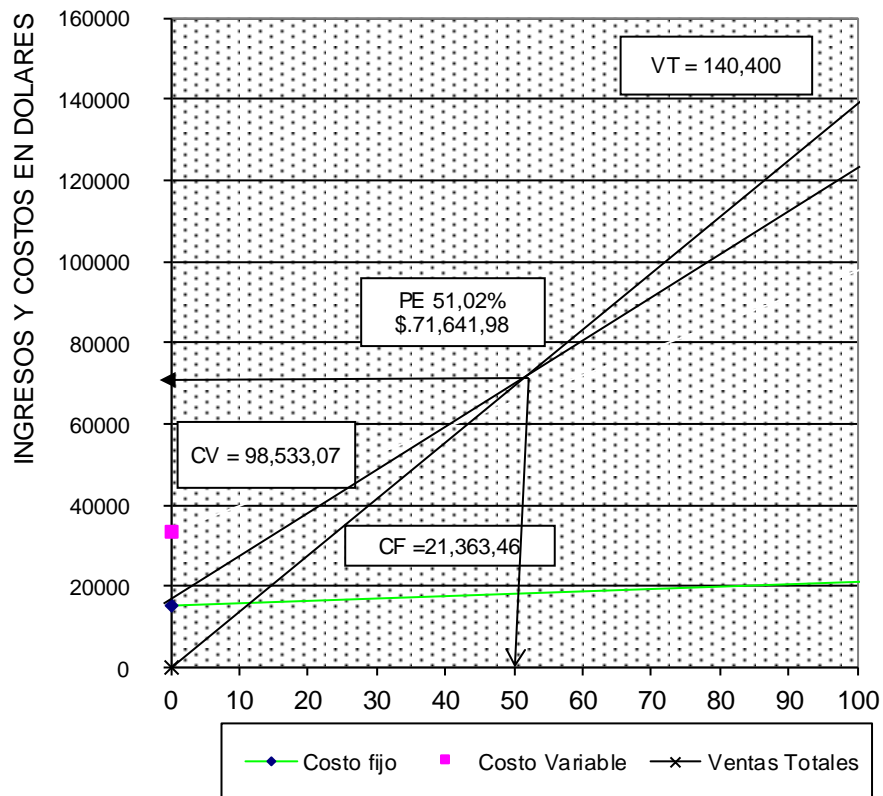


Figura 36. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 3

TERCER AÑO AÑO

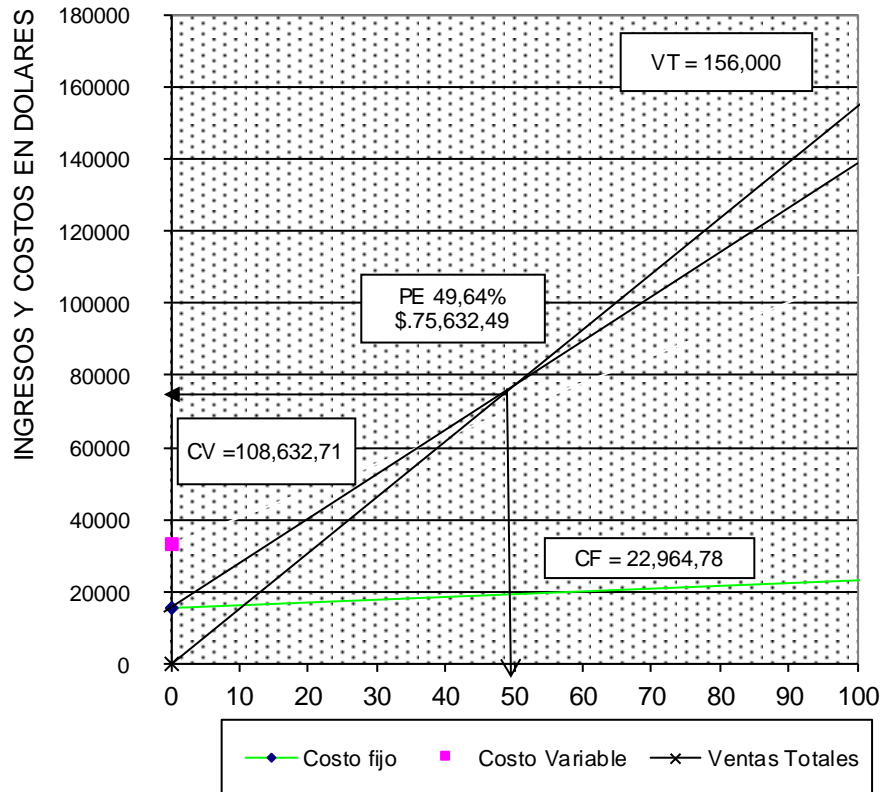
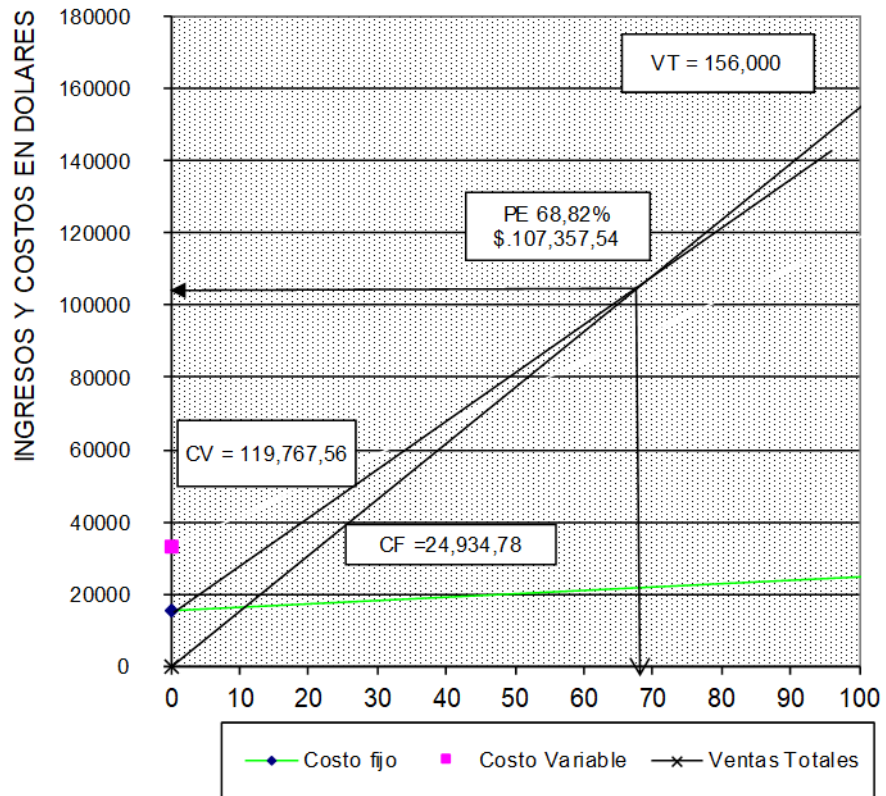


Figura 37. Punto de equilibrio en función de ventas y capacidad instalada año 5

QUINTO AÑO



7. Discusión

7.1. Evaluación financiera

La tarea fundamental de los analistas de proyectos es contribuir directa o indirectamente a que los recursos disponibles en la economía sean asignados en la forma más racional entre los distintos usos posibles. Quienes deben decidir entre las diversas opciones de inversión o quienes deban sugerir la movilización de recursos hacia un determinado proyecto, asumen una gran responsabilidad, pues sus recomendaciones pueden afectar en forma significativa los intereses de los inversionistas (públicos o privados), al estimular la asignación de recursos hacia unos proyectos en detrimento de otros. La evaluación financiera en el presente proyecto está orientada a observar los factores involucrados en su realización, y un análisis profundo del flujo de caja y de los riesgos que se pueden obtener, y de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada.

7.1.1. Flujo de Caja

El flujo de caja se lo determinó en base a los ingresos y egresos que tiene la empresa durante el horizonte del proyecto, en el presente caso para cinco años.

Tabla 90. Flujo de caja

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	132.600,00	136.500,00	140.400,00	144.300,00	148.200,00
valor residual	0,00		8,95		2.306,18
TOTAL DE INGRESOS	132.600,00	136.500,00	140.408,95	144.300,00	150.506,18
EGRESOS					
Costo de producción.	94.318,57	99.018,95	103.954,35	109.136,51	114.577,79
Costo de operación	25.182,16	26.252,64	27.381,15	28.609,96	29.863,36
EGRESO TOTAL	119.500,73	125.271,59	131.335,49	137.746,47	144.441,15
UTILIDAD GRAVABLE	13.099,27	11.228,41	9.073,46	6.553,53	6.065,03
15% Trabajadores	1.964,89	1.684,26	1.361,02	983,03	909,76
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	11.134,38	9.544,15	7.712,44	5.570,50	5.155,28
25% Impto. a la renta	2.783,59	2.386,04	1.928,11	1.392,63	1.288,82
UTILIDAD NETA	8.350,78	7.158,11	5.784,33	4.177,88	3.866,46
Depreciaciones	687,85	687,85	687,85	717,39	8.305,50
Amortización act. Diferidos	74,00	74,00	74,00	74,00	74,00
FLUJO DE CAJA	9.112,63	7.919,96	6.546,18	4.969,26	12.245,96

Nota. Estado de Resultados

7.1.2. Valor Actual Neto

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para determinar el valor actual neto se procedió a actualizar los flujos netos en base a la tasa de interés que nos proporcionó el banco al concedernos el préstamo, obteniendo los flujos actualizados y esta sumatoria se la resta de la inversión. Para realizar el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos actualizados} - \text{Inversión}$$

Tabla 91. Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN	
		FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	9.112,63	0,90090	8.209,58
2	7.919,96	0,81162	6.428,02
3	6.546,18	0,73119	4.786,51
4	4.969,26	0,65873	3.273,41
5	12.245,96	0,59345	7.267,38
		Sumatoria	29.964,90
		Inversion	17.429,10

$$\text{VANP} = 12.535,80$$

Factor actualización: $1/(1+i)^n$

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

Criterios del VAN

- ✓ $\text{VAN} > 0$: El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- ✓ $\text{VAN} = 0$: El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- ✓ $\text{VAN} < 0$: El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

7.1.3. Tasa interna de retorno

Este indicador permitió encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar el proyecto de inversión.

Para realizar el cálculo de la tasa interna de retorno se tomó en consideración los flujos de caja y estos se los actualizó con una VAN positivo y un VAN negativo para obtener la tasa de interés más apropiada frente a la tasa de interés que nos otorgó el banco.

Para los cálculos se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

El criterio de selección será el siguiente donde “k” es la tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN:

Si $TIR > k$, el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

Si $TIR = k$, estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero. En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.

Si $TIR < k$, el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión

Tabla 92. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		36,00%		37,00%	
0			-17.429,10		-17.429,10
1	9.112,63	0,735294	6.700,47	0,729927	6.651,56
2	7.919,96	0,540657	4.281,99	0,532793	4.219,70
3	6.546,18	0,397542	2.602,38	0,388900	2.545,81
4	4.969,26	0,292310	1.452,57	0,283869	1.410,62
5	12.245,96	0,214934	2.632,08	0,207204	2.537,41
			240,38		-64,00

$$TIR = 36 + 1 \left(\frac{1,517.84 - 240,38}{1,517.84 - 240,38} \right)$$

$$105,87 + 1,107.67 \quad 240,38 \quad + \quad 64$$

$$TIR = 36,79\%$$

Este porcentaje nos determina que la empresa está en condiciones de pagar hasta el 36.79% al adquirir un nuevo préstamo.

7.1.4. Período de Recuperación del Capital

El presente indicador determina el tiempo que va a ser recuperada la inversión del proyecto, para lo cual se considera los flujos de efectivo y la sumatoria de los mismos hasta llegar a completar la inversión.

La fórmula para calcular el período de recuperación del capital es la siguiente:

$$\text{PRC} = \text{Año } q' \text{ supera inversión} + (\text{Inversión} - \text{Sumator. Prim.flujos} / \text{Flujo año } q' \text{ sup.inv.})$$

Tabla 93. Período Recuperación de capital

AÑOS	FLUJO NETO	SUMATORIA
	17.429,10	
1	9.112,63	9.112,63
2	7.919,96	17.032,60
3	6.546,18	23.578,78
4	4.969,26	
5	12.245,96	

$$\text{PRC} = \text{Año } q' \text{ supera inversión} + (\text{Inversión} - \text{Sumator. Prim.flujos} / \text{Flujo año } q' \text{ sup.inv.})$$

$$\text{PRC} = 3 + ((17429,10 - 17032) / 6546,18)$$

$$\text{PRC} = 3 + 0,06064606$$

$$\text{PRC} = 3,06064606$$

$$\text{PRC} = 2,3935394$$

2,39 2 año

0,39*12 4,68 4 mes

0,68*30 20,4 20 días

Significa que la inversión se recupera en 2 año, 4 meses, 20 días

7.1.5. Relación Beneficio/Costo

A través del presente indicador, se determina cuanto es lo que se va a obtener de rentabilidad por cada dólar que se invierte, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{RBC} = (\text{Sumatoria de Ingresos Actualizados} / \text{Sumatoria de Costos Actualizados}) - 1$$

Tabla 94. Relación Beneficio/Costo 1

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 5%	VALOR ACTUAL
1	132.600,00	0,9524	126.285,71
2	136.500,00	0,9070	123.809,52
3	140.400,00	0,8638	121.282,80
4	144.300,00	0,8227	118.715,97
5	148.200,00	0,7835	116.118,58
			606.212,58

Tabla 95. Relación Beneficio/Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 5%	VALOR ACTUAL
1	119.500,73	0,9524	113.810,22
2	125.271,59	0,9070	113.625,02
3	131.335,49	0,8638	113.452,54
4	137.746,47	0,8227	113.324,36
5	144.441,15	0,7835	113.173,42
			567.385,56

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,07 dólares de utilidad.

7.1.6. Análisis de Sensibilidad

Permitió determinar hasta qué punto el proyecto soporta el incremento en los costos y la disminución en los ingresos. El cálculo se lo realiza sacando la nueva TIR y relacionándola con la TIR del project

Tabla 96. Análisis de sensibilidad con el 2,1% de incremento en los costos

AÑO S	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		2,10%			FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					26,00%		27,00%	
						-17.429,10		-17.429,10
1	119.500,73	122.010,25	132.600,00	10.589,75	0,79365	8.404,57	0,78740	8.338,39
2	125.271,59	128.403,38	136.500,00	8.096,62	0,62988	5.099,91	0,62000	5.019,91
3	131.335,49	134.618,88	140.400,00	5.781,12	0,49991	2.890,02	0,48819	2.822,29
4	137.746,47	141.190,13	144.300,00	3.109,87	0,39675	1.233,84	0,38440	1.195,44
5	144.441,15	148.052,17	148.200,00	147,83	0,31488	46,55	0,30268	44,74
						245,79		-8,33

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 26 + 1 \left(\frac{245,79}{245,79 + 8,33} \right)$$

NTIR = 26,97%

TIR DEL PROYECTO = 36,79%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **9,82%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **26,70%**

3)

SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9900552**

Tabla 97. Análisis de sensibilidad con el 2,2% de disminución en los ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			2,22%		26,00%			
						-17.429,10		-17.429,10
1	119.500,73	132.600,00	129.656,28	10.155,55	0,7937	8.059,96	0,7874	7.996,50
2	125.271,59	136.500,00	133.469,70	8.198,11	0,6299	5.163,84	0,6200	5.082,84
3	131.335,49	140.400,00	137.283,12	5.947,63	0,4999	2.973,26	0,4882	2.903,57
4	137.746,47	144.300,00	141.096,54	3.350,07	0,3968	1.329,14	0,3844	1.287,77
5	144.441,15	148.200,00	144.909,96	468,81	0,3149	147,62	0,3027	141,90
						244,72		-16,52

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

TIR DEL PROYECTO = 36,79%

$$NTIR = 26 + 1 \left(\frac{244,72}{244,72 + 16,52} \right)$$

NTIR = 26,94%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 9,85%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = 26,78%

3)

SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = 0,9942492

8. Conclusiones

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomado como base los resultados obtenidos en el mismo se detallan las conclusiones a las que se ha llegado:

- Que, de acuerdo al estudio de mercado, en la ciudad de ciudad de Yantzaza existe demanda insatisfecha de velas aromáticas.
- En el Estudio Técnico se concluyó que se realizarán 2 procesos de 30 kilos de parafina durante las 8 horas, dando un total de 78.000 velas aromáticas al año, en razón de que para cada proceso se utilizan 4 horas.
- En el estudio financiero se determinó que el total de la inversión asciende a \$.17.429.10 para lo cual los inversionistas aportarán el 83% del total y el 17% se financiará mediante la institución financiera BanEcuador con una tasa de interés anual del 5%, el cual será pagado bajo amortización del capital.
- Para el presente estudio de factibilidad se determinó un costo de producción de \$.119.896.53 para el primer año, mediante el cual se producirá 78.000 velas aromáticas, de igual manera se determinó el costo unitario por vela, que es de 1.53 dólares americanos, además para establecer el precio de venta se consideró el precio de competencia en este caso que es de 1.70 dólares americanos, obteniendo para el primer año ingresos de 132.600 dólares americanos.
- En lo que respecta a la evaluación financiera el Valor actual Neto, determina un VAN positivo de \$.12.535.80, frente a una inversión de \$.17.429.10; la TIR, que es de 39.79%, nos determina que este porcentaje es mayor que el costo de oportunidad; la relación beneficio-costos que nos indica que por cada dólar invertido la empresa obtendrá una rentabilidad de 0.07 dólares americanos; el capital se recuperará en 2 años, 4 meses y 20 días; el proyecto soporta un incremento en los costos del 2.1% y una disminución en los ingresos 2.22%.

9. Recomendaciones

- De acuerdo a los resultados que arroja la presente investigación, se recomienda la ejecución de este proyecto, considerando que es una oportunidad para ingresar al mercado de Yantzaza.
- Que el proyecto de acuerdo a sus resultados de estudio de mercado, estudio técnico, económico financiero y evaluación financiera debe ejecutarse.
- Que al momento de implementarse la nueva unidad productiva se debe realizar un ajuste de precios.
- Que se realice un estudio de mercado para ampliar la cobertura del mercado, en razón de que existe la demanda suficiente en el mercado.
- Que se realice una campaña agresiva en el mercado para aprovechar nuevos nichos de mercado.
- Que se contrate personal de la zona, con la finalidad de coadyuvar al desarrollo socioeconómico de la comunidad y por ende del cantón y provincia.

10. Bibliografía

- Amador, J. L. (2000). *Legislación de obra*. Obtenido de Legislación de obra:
http://aducarte.weebly.com/uploads/5/1/2/7/5127290/1._proyectos_de_inversi%C3%93n.pdf
- Avila, M. M. (2020). *Evaluacion Finaciera de proyectos de inversion metodos y aplicaciones* .
Santa Cruz : Direccion de postgrago UPSA.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE. C.V.
- Berrio Frank y Pérez Alexander. (2020). Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Canal de Comercialización por medio de. Medellin, Colombia.
- Briceño, P. (2013). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Canto, C. B. (2019). *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún*. Obtenido de Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún:
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/sahagun/article/view/4399/6390>
- Castro, A. M. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México: Mc Graw Hi Educación.
- Chain, N. S., & Chain, R. S. (2008). *Preparación y evaluación*. Bogota : McGraw-Hill Interamericana S.A. .
- Cruz, J. L. (2010). *UAEH*. Obtenido de UAEH:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf
- Damián, A. (2016). Cambio del modelo de negocio, implicaciones locales y regionales en el.
- Gladys, T. (2016). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE

VELAS AROMÁTICAS Y DECORATIVAS EN LA PARROQUIA CALDERON AL NORTE DE QUITO. Quito, Ecuador.

Hoyos Hoover y Tutistar Ana. (2018). ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA. Santiago de Cali, Colombia.

Luna, R. (marzo de 2001). CAPAS . Obtenido de CAPAS:

https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

Marcela, Z. (2017). Aportar al sector industrial a través de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velones decorativos electrónicos en Pichincha. Quito, parroquia Zambiza, Ecuador.

Miquel Lopez, J. T. (26 de noviembre de 2018). *Palco23*. Obtenido de Palco23:

<https://www.palco23.com/equipamiento/la-ropa-deportiva-facturara-44493-millones-de-euros-hasta-2023>

Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: Mc GrawHill.

Orozco, J. d. (2017). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS* . ECOE EDICIONES .

Pasaca Mora, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Factibilidad* (Segunda Edición ed.). Loja, Loja, Ecuador: GRAFICPLUS.

Pasaca, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.

Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

Uploads. (2017). Obtenido de Uploads: <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>

- Supermercados ()
- Tiendas ()
- Autoservicios ()
- Micro merados ()

7. ¿Por qué medios de información se enteró el lugar donde venden velas aromáticas?

Medios tradicionales

- Radio ()
- Televisión ()
- Prensa escrita ()
- Familiares ()
- Amigos ()

Redes sociales

- Facebook ()
- Instagram ()
- Youtube ()
- Tik Tok ()

8. ¿Cuándo usted adquiere velas aromáticas ha recibido algún tipo de promoción?

- Si () No ()

Especifique:.....

9. ¿Si se implementará una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de velas aromáticas en la ciudad de Yantzaza ¿Ud. Estaría dispuesto a comprar este producto?

- Si () No ()

10. ¿Qué color de vela sería el de su mayor preferencia?

- | | |
|-----------|--------------|
| Rojo () | Rosado () |
| Verde () | Amarillo () |
| Azul () | Blanco () |

11. ¿Cuál sería el aroma de su preferencia?

- | | |
|---------------------|----------------------|
| Lavanda () | Jazmín y Sándalo () |
| Jardín de rosas () | Salvia () |

Eucalipto () Frutos rojos ()
Vainilla y coco () Pinos ()
Ámbar () Manzana y canela ()

12. ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir las velas aromáticas?

Envase de vidrio ()
Envase de madera ()
Envase de aluminio ()

13. ¿Al comprar este tipo de producto qué es lo que tomaría en consideración?

Beneficios ()
Presentación ()
Precio ()
Calidad ()

14. ¿De qué forma le gustaría adquirir el producto?

Directa (Productor-consumidor) ()
Indirecta (agentes, mayoristas o minoristas) ()

15. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Bazares ()
Supermercados ()
Tiendas ()
Autoservicios ()
Micro merados ()

16. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre la nueva empresa que ofrece velas aromáticas?

17. Medios tradicionales

Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()

Redes sociales

- Facebook ()
Instagram ()
Youtube ()
Tik Tok ()

18. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la nueva empresa de velas aromáticas?

- Esferos ()
Camisetas ()
Gorras ()

Gracias por su colaboración

Anexos 2. Diseño de las encuestas a los oferentes

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Con la finalidad de recopilar información para realizar un trabajo de investigación sobre la implementación de una empresa productora y comercializadora de Velas Aromáticas, me permito solicitar de la manera más comedida se dé respuesta a las siguientes interrogantes.

1. ¿En su local vende velas aromáticas?

SI () No ()

2. ¿Qué tipo de velas?

- Decorativas ()
Aromáticas ()
Relajantes ()
Velas Aromáticas ()

3. ¿A quién compra las velas?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Cantidad de velas aromáticas que vende mensualmente?

.....

5. ¿En cuánto se incrementan sus ventas anuales?

.....

6. ¿Cuál es el precio promedio que vende las velas aromáticas?

.....

7. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas sería nuestro cliente?

Gracias por su colaboración

Anexos 3. Certificación del abstract

Loja, 7 de julio de 2023

Lic. Roberto Xavier Sarango Gonzaga
CERTIFICADO EN LEVEL B1 OTORGADO POR CAMBRIDGE ENGLISH LANGUAGE
ASSESSMENT

CERTIFICO, haber realizado la traducción al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación con el tema “Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de velas aromáticas en el cantón Yantzaza”, misma que corresponde al Wilman Eduardo Cañar Mosquera con cédula de identidad Nro. 1900858786.



Roberto Xavier Sarango Gonzaga

C.I. 1150139705

E-mail: robertosarango9@gmail.com